

Studienordnung

für den

Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

(StudO-BUB)

Fassung vom 5. April 2022 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

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 Buch- und Medienwirtschaft an der HTWK Leipzig Ziel, Inhalt und Aufbau des Studiums im Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft.

§ 2

Studienziel

- (1) Der Studiengang Buch- und Medienwirtschaft 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 Studienablaufplan, dem Prüfungsplan (PrüfO- BUB, 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 „Marketing I: Marketing-Grundlagen“ (W420) integriert.
- (3) Der Studienablaufplan sowie der damit verbundene Prüfungsplan stellen 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 Studienablauf- und Prüfungsplan 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 Studium 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 Buch- und Medienwirtschaft, insbesondere dem Studiendekan.
- (2) Studenten müssen bis zum Beginn des 3. Semesters mindestens einen im Studienablauf- und Prüfungsplan 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 Prüfungsplan 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 Buch- und Medienwirtschaft wurde am 21. April 2021 vom Fakultätsrat der Fakultät Informatik und Medien beschlossen und am 4. April 2022 vom Rektorat genehmigt. Sie tritt am Tag nach der Genehmigung in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden.
- (2) Glaubt ein Studierender, der vor In-Kraft-Treten dieser Ordnung bereits immatrikuliert wurde, aus der vor dieser Studienordnung für ihn geltenden Studienordnung eine für sich günstigere Regelung herleiten zu können, kann er auf schriftlichen Antrag die Anwendung dieser Regelung verlangen.
- (3) Die Studienordnung wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter www.htwk-leipzig.de veröffentlicht.

Anlage 1

Studienschwerpunkte

Der Student kann zwischen folgenden Studienschwerpunkten wählen:

I Buchhandelsmanagement

- mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen G377, G343, G399 und G844 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)

II Kommunikationsmanagement

- mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen G855, G880, G328 und G895 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)

III Veranstaltungsmanagement

- mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen G604, G125, G841 und G581 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)

IV Pressemanagement

- mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen G121, G255, G401 und G114 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)

Zusätzlich und unabhängig vom gewählten Studienschwerpunkt belegt jeder Student

1 Modul (5 Leistungspunkte) aus dem Wahlpflichtkatalogangebot der Fakultät Informatik und Medien (I248) 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.

Kennz.	Modulbezeichnung	SWS	LP
G377	Buchhandelsmanagement 1	3	5
G343	Buchhandelsmanagement 2	3	5
G399	Buchhandelsmanagement 3	3	5
G844	Buchhandelsmanagement 4	3	5
G855	Kommunikationsmanagement 1	3	5
G880	Kommunikationsmanagement 2	3	5
G328	Kommunikationsmanagement 3	3	5
G895	Kommunikationsmanagement 4	3	5
G604	Veranstaltungsmanagement 1	3	5
G125	Veranstaltungsmanagement 2	3	5
G841	Veranstaltungsmanagement 3	3	5
G581	Veranstaltungsmanagement 4	3	5
G121	Pressemanagement 1	3	5
G255	Pressemanagement 2	3	5
G401	Pressemanagement 3	3	5
G114	Pressemanagement 4	3	5

Allgemein

Studiengangskürzel	20BUB
Studiengang	Buch- und Medienwirtschaft I Bachelor Book and Media Economics I Bachelor
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Abschluss	Bachelor
Erste Immatrikulation	2020
Status	Aktiv
Regelstudienzeit in Semestern	6 Semester
Erforderliche Leistungspunkte	180
Studienmodus	In Vollzeit studierbar
Studienmodell	Keine Angabe
Für den Auslandsaufenthalt empfohlen	-
Studiengangverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Hinweise	Diesen Studiengang finden Sie unter www.htwk-leipzig.de/bvb .

Integrierter Studienablauf- und Prüfungsplan

Struktureinheit / Modul	ECTS	SWS (Vorlesung/Seminar/Übung/Praktikum) Prüfungs(vor)leistung (Gewicht, Dauer)					
		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.
Einführung Buchhandel/Verlagswirtschaft Introduction to Booktrade and Publishing Management G391-1 (15BVB1100 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	10	4/2/0/0 PVR PM ¹ 20 Min.					
Wissenschaftskompetenz Academic Skills G587-1 (15BVB1200 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	0/3/1/0 PH ¹ 4 Wo.					
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Introduction to Business Administration W342-1 (17BMB1400 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	2/2/0/0 PK 90 Min.					
Wirtschaftsmathematik und Statistik Business Mathematics and Statistics N823-1 (15BVB1400 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	2/2/0/0 PK ¹ 90 Min.					
Elektronisches Publizieren I Electronic Publishing I C718-1 (15BVB1500 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	4/0/2/0 PK ¹ 50% 90 Min. PK ¹ 50% 90 Min.					
Allgemeine Volkswirtschaftslehre Introduction to Economics W638-1 (15BVB2100 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		4/0/0/0 PK ¹ 90 Min.				
Handelsbetriebslehre Retail and Wholesale Management G622-1 (15BVB2200 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		2/0/0/0 PK ¹ 90 Min.				
Buchführung Accounting W137-1 (15BVB2300 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		3/0/0/0 PK ¹ 90 Min.				
Marketing I: Marketing-Grundlagen Marketing I: Principles of Marketing W420-1 (15BVB2400 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		2/2/0/0 PK ¹ 66.67% 90 Min. PK ^{1,3} 33.33% 90 Min.				
Elektronisches Publizieren II Electronic Publishing II C683-1 (15BVB2500 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		0/4/1/0 PK ¹ 50% 90 Min. PP ¹ 50% 60 Min.				
Publikationsprozesse Publishing Processes G839-2 (15BVB3100 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	10			2/2/0/0 PK 50% 90 Min.	0/2/0/0 PH 50% 4 Wo.		
ESP (English for Special Purposes) II for Bookselling and Publishing English for Special Purposes II for Bookselling and Publishing F176-1 (15BVB3200 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			0/2/0/0 PP ^{1,3} 50% 20 Min. PK ^{1,3} 50% 90 Min.			

Struktureinheit / Modul	ECTS	SWS (Vorlesung/Seminar/Übung/Praktikum) Prüfungs(vor)leistung (Gewicht, Dauer)					
		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.
Kosten- und Leistungsrechnung Cost Accounting G486-1 (15BVB3300 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			4/0/0/0 PK ¹ 90 Min.			
Controlling Management Accounting G470-1 (15BVB3400 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			0/2/0/0 PK ¹ 90 Min.			
Marketing II: Medienmarketing Marketing II: Media Marketing G434-1 (15BVB3500 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			2/0/0/0 PK ¹ 90 Min.			
Medienhandelsmanagement - W260-1 (15BVB4100 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				0/2/0/0 PH 50% 4 Wo. PP 50% 30 Min.		
Supply Chain Management and International Business Supply Chain Management and International Business W139-1 (15BVB4200 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				0/2/0/0 PK ^{1,3} 50% 90 Min. PP ^{1,3} 50% 20 Min.		
Institutionelle und funktionelle Distribution Institutional and Functional Distribution G190-1 (15BVB4300 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				2/1/1/0 PP ¹ 30 Min.		
Recht in Medienunternehmen Media Law I323-1 (17BMB4400 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				3/2/0/0 PK 90 Min.		
Praxisphase - G233-1 (15BVB5100 (5.FS,PF)) Pflichtmodul	30					0/2/0/0 PVH PP ² 30 Min.	
Kommunikation und Medien Communication and Media I590-1 (15BVB6100 (6.FS,PF)) Pflichtmodul	5						2/0/0/0 PK ¹ 90 Min.
Schlüsselqualifikationen Key Qualification I248-1* Pflichtmodul	5						X TB ² TB ¹
Bachelormodul Bachelor's Thesis G968-1 (15BVB9010 (6.FS,PF)) Pflichtmodul	15						0/1/0/0 PH 9 Wo. PP ² 20 Min.
Studienschwerpunkte / Wahlpflichtkatalog Die Studierenden können sich für einen Studienschwerpunkt entscheiden und belegen die dazugehörigen vier Module. Entscheiden sich Studierende nicht für einen Studienschwerpunkt, können sie frei vier Module aus dem Wahlpflichtbereich wählen. Es sind mind. 4 Module zu wählen.	20		5	5	5		5
Studienschwerpunkt Buchhandelsmanagement	20		5	5	5		5

Struktureinheit / Modul	ECTS	SWS (Vorlesung/Seminar/Übung/Praktikum) Prüfungs(vor)leistung (Gewicht, Dauer)					
		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.
Buchhandelsmanagement 1 Booktrade Management 1 G377-1 (15BVB7110 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF ¹ 12 Wo.				
Buchhandelsmanagement 2 Booktrade Management 2 G343-1 (15BVB7120 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.			
Buchhandelsmanagement 3 Booktrade Management 3 G399-1 (15BVB7130 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ ¹ 14 Wo.		
Buchhandelsmanagement 4 Booktrade Management 4 G844-1 (15BVB7140 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.
Studienschwerpunkt Kommunikationsmanagement	20		5	5	5		5
Kommunikationsmanagement 1 Communication Management 1 G855-1 (15BVB7210 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF ¹ 12 Wo.				
Kommunikationsmanagement 2 Communication Management 2 G880-1 (15BVB7220 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.			
Kommunikationsmanagement 3 Communication Management 3 G328-1 (15BVB7230 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ ¹ 14 Wo.		
Kommunikationsmanagement 4 Communication Management 4 G895-1 (15BVB7240 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.
Studienschwerpunkt Pressemanagement	20		5	5	5		5
Pressemanagement 1 Newspaper and Periodical Management 1 G121-1 (15BVB7410 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF ¹ 12 Wo.				
Pressemanagement 2 Newspaper and Periodical Management 2 G255-1 (15BVB7420 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.			
Pressemanagement 3 Newspaper and Periodical Management 3 G402-1 (15BVB7430 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ ¹ 14 Wo.		
Pressemanagement 4 Newspaper and Periodical Management 4 G114-1 (15BVB7440 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.
Studienschwerpunkt Veranstaltungsmanagement	20		5	5	5		5

Struktureinheit / Modul	ECTS	SWS (Vorlesung/Seminar/Übung/Praktikum) Prüfungs(vor)leistung (Gewicht, Dauer)					
		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.
Veranstaltungsmanagement 1 Event Management 1 G604-1 (15BVB7310 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF ¹ 12 Wo.				
Veranstaltungsmanagement 2 Event Management 2 G125-1 (15BVB7320 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.			
Veranstaltungsmanagement 3 Event Management 3 G841-1 (15BVB7330 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ ¹ 14 Wo.		
Veranstaltungsmanagement 4 Event Management 4 G581-1 (15BVB7340 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP ¹ 20 Min.
Summe SWS pro Semester:		24	30	26	27	2	15
Summe ECTS-Credits pro Semester:		30	30	30	30	30	30

* - Zu diesem Modul ist eine neuere Modulversion in Bearbeitung oder veröffentlicht.

¹ - Die Prüfungsleistung muss mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bestanden sein.

² - Nicht benotete Prüfungsleistung, die bestanden sein muss.

³ - Die Prüfungsleistung wird in einer Fremdsprache (siehe Lehrsprache) abgenommen.

PF - Prüfung Fall- oder Feldstudie | PH - Prüfung Hausarbeit | PJ - Prüfung Projektarbeit | PK - Prüfung Klausurarbeit | PM - Prüfung mündliches Fachgespräch | PP - Prüfung Präsentation | PVH - Prüfungsvorleistung Hausarbeit | PVR - Prüfungsvorleistung Referat | TB - Teilnahmebescheinigung | Min. - Minuten | Mon. - Monate | Std. - Stunden | Wo. - Wochen | SWS - Semesterwochenstunde

Modul	Pressemanagement 4 Newspaper and Periodical Management 4
Modulnummer	G114 [15BVB7440 (6.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Werbemarkt und Drittmärkte <ul style="list-style-type: none"> - Werbewirtschaft, Werbemärkte, Geschäftsmodelle - Vermarktung von Werberaum, Kennziffern und Methoden der Media-Planung - Vermarktung auf Drittmärkten (Rechte und Lizenzen im Pressemarkt) - Verlagsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung und Innovation - Verlags-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei Medienprodukten)
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen und Zusammenhänge der Werbewirtschaft sowie die Funktion der entsprechenden Geschäftsmodelle - können die Vermarktung von Werberaum systematisch planen und marktorientiert gestalten - können innovative Vermarktungsmodelle gestalten und beurteilen - sind in der Lage, Verlagsprozesse zielorientiert zu steuern
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement 1 Newspaper and Periodical Management 1
Modulnummer	G121 [15BVB7410 (2.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Journalismus <ul style="list-style-type: none"> - Pressewesen, Pressewirtschaft und Pressemanagement - Journalismus und Journalistik, Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft - Grundlagen der journalistischen Arbeit - journalistische Darstellungsformen, journalistische Recherche, journalistische Stilformen, journalistische Qualität, journalistische Ethik, Pressekodex, Innovation - Rechtsfragen: Presserecht, Medienrecht und Pressefreiheit - Praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektarbeit
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - beherrschen die theoretischen und wissenschaftlichen Grundlagen der Fachdisziplin sowie die praktischen journalistischen Arbeitstechniken der Recherche und der Inthalttaufbereitung - können journalistische Arbeit planen und reflektieren - akzeptieren die Leserorientierung als Rahmenbedingung - kennen die rechtlichen Aspekte journalistischer Arbeit - sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und einem journalistischen Arbeitsergebnis zuzuführen - sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unterzuordnen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine

Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement 2 Event Management 2
Modulnummer	G125 [15BVB7320 (3.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen <ul style="list-style-type: none"> - theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation - Entwicklung eines Messemarketing-Konzepts für die Studiengangspräsentation auf der die Leipziger Buchmesse - Festlegung von Messezielen und Ableitung einer Messestrategie - Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und deren operative Umsetzung - Planung und Organisation von Einzelveranstaltungen im Rahmen der Messe - Budgetierung von Messebeteiligungen Planung und Durchführung von Autorenlesungen
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements und können diese auf praktische Fragestellungen übertragen - sind in der Lage, eine Messemarketingkonzept zu entwickeln - können Messeziele formulieren und geeignete Strategien ableiten - kennen die in Verbindung mit dem Messemarketing sinnvoll einzusetzenden Marketingmaßnahmen und können diese umsetzen - können eine Budgetplanung für einen Messeauftritt erstellen - sind in der Lage, unter Zeitdruck Veranstaltungen vorzubereiten - sind mit den verschiedenen Formen von Autorenlesungen vertraut, können diese planen und durchführen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement 2 Newspaper and Periodical Management 2
Modulnummer	G255 [15BVB7420 (3.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Redaktions-Projektmanagement - Grundlagen des Projektmanagements in Redaktionen in den Bereichen Anzeigen, Blattplanung, Redaktionsarbeit, Redaktionsmanagement, Vertriebsarbeit, Teamführung - theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss - Praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektarbeit über mehrere Semester
Qualifikationsziele	Die Studierenden - planen Projekte im Pressebereich und führen diese durch - besitzen die dafür nötigen theoretischen Kenntnisse sowie praktischen Fertigkeiten und können diese gezielt anwenden - sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele zu formulieren sowie Projektphasen und Meilensteine zu definieren - können eine strukturierte und den Projektverlauf wiedergebende Projektdokumentation erstellen - können ein Presseprodukt inhaltlich und kaufmännisch planen und umsetzen - sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unterzuordnen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine

Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikationsmanagement 3 Communication Management 3
Modulnummer	G328 [15BVB7230 (4.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Funktion, Begriff und Typologie der Mitarbeitendenkommunikation - Instrumente der Mitarbeitendenkommunikation (u. a. MA-Gespräch, Team-Meetings, Newsletter) - Konflikt- und Teammanagement (bes. in Change-Prozessen) - wirksame Gesprächsführung in Medienunternehmen - Kollegiale Fallberatung (KFB) - kommunikative Ebene unternehmensinterner Planungsprozesse, u. a. Projektplanung, -organisation und -dokumentation - praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen eines praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektes
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die wichtigsten Instrumente der internen Unternehmenskommunikation und können sie selbstständig planen und bewerten - kennen gängige Instrumente des Konflikt- und Teammanagements und können die Kollegiale Fallberatung selbstständig vorbereiten und durchführen - sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele, Teamaufgaben und Milestones zu definieren - sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unterzuordnen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement 2 Booktrade Management 2
Modulnummer	G343 [15BVB7120 (3.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss - Einrichtung einer Buchhandlung und Ladengestaltung - Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung - Errichtung und Optimierung des Warensortiments - Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können eine Buchhandlung einrichten und die Laufwege gestalten - kennen die Wirkungsweise verschiedener Präsentationstechniken - kennen die Instrumente zur optimalen Sortimentssteuerung - kennen die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements und können sie auf praktische Fragestellungen übertragen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement 1 Booktrade Management 1
Modulnummer	G377 [15BVB7110 (2.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Die Wertschöpfungskette einer Buchhandlung - Leistungserstellung in unterschiedlichen Betriebstypen im Buchhandel - Beschreibung unterschiedlicher Buchhandelskonzepte - Rechtliche Bedingungen des Buchhandelsbetriebes - Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Elemente der Wertschöpfungskette einer Buchhandlung - können unterschiedliche Betriebstypen anhand der spezifischen Leistungserstellung identifizieren - können Buchhandelskonzepte mit Hilfe von Kriterien beschreiben - kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen zum Betrieb einer Buchhandlung
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement 3 Booktrade Management 3
Modulnummer	G399 [15BVB7130 (4.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Strukturierung und Optimierung von Lagerprozessen - Einführung in die Prozesskostenrechnung - Kundenservice- und Dienstleistungspolitik - Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen den Aufbau von Warenwirtschaftssystemen und können sie zielorientiert nutzen - können die Wirtschaftlichkeit von Betriebsabläufen mit Hilfe einer Prozesskostenrechnung beurteilen - kennen die Methoden zur Entscheidung über die Dienstleistungs- und Servicetiefe
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement 3 Newspaper and Periodical Management 3
Modulnummer	G402 [15BVB7430 (4.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Redaktionsmanagement <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen, Instrumente und Methoden des Redaktionsmanagements - Organisation und Prozesse, Strukturen, Entwicklung und Planung, Innovation - Personaleinsatz, Personalauswahl, Personalentwicklung - Redaktionsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung - Redaktions-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei journalistischen Produkten)
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - akzeptieren die Notwendigkeit systematisch geplanter und umgesetzter Redaktionsarbeit - können journalistische Mitarbeiter auswählen, mit Arbeitsaufträgen versehen und als Führungskraft anleiten, motivieren und beurteilen - sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unterzuordnen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement 4 Event Management 4
Modulnummer	G581 [15BVB7340 (6.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<p>Veranstaltungsmarketing in der Medienbranche :</p> <p>Entwicklung eines Veranstaltungskonzeptes in Kooperation mit einem Unternehmen der Medienwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> - Festlegung von Veranstaltungszielen und Ableitung einer Strategie - Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und Hinweise zu deren operativer Umsetzung - Einhaltung des vorgegebenen Budgets und des zeitlichen Rahmens - Empfehlung von Maßnahmen zur Erfolgskontrolle <p>Anforderungen und Bestandteile einer Projektdokumentation</p> <p>Anforderungen an eine Projektpräsentation</p>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können das erworbene Wissen zum Veranstaltungsmanagement auf ein konkretes Beispiel anwenden - können die Instrumente des Veranstaltungsmarketing gezielt auswählen und einsetzen - können eine strukturierte und den Projektverlauf wiedergebende Projektdokumentation erstellen - können Ergebnisse eigener Arbeit wirkungsvoll präsentieren
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine

Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement 1 Event Management 1
Modulnummer	G604 [15BVB7310 (2.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen <ul style="list-style-type: none"> - Der Veranstaltungsmarkt - Messegesellschaften und der Messemarkt (national/international) - Typologie von Messen - Die Bedeutung des Messemarketing im Marketingmix - Die Messeaktivitäten von Fach- und Publikumsverlagen - Elemente eines erfolgreichen Messeauftritts - Anforderungen an eine zielgruppenorientierte Planung und Durchführung des Messeauftritts
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die Bedeutung des Veranstaltungsmanagements einschätzen - kennen nationale und internationale Messemärkte - wissen um die Bedeutung des Messemarketing und können dieses in das Marketingmix von Verlagen und Unternehmen der Pressewirtschaft einordnen - kennen die Besonderheiten des Messeauftritts aus Verlagssicht - kennen die wesentlichen Aspekte eines an den Bedürfnissen der Zielgruppe orientierten Messeauftritts und dessen Erfolgsfaktoren
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	
--	--

Modul	Publikationsprozesse Publishing Processes
Modulnummer	G839 [15BVB3100 (3.FS,PF)] Version: 2
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	2 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Lehreinheit 1", "Lehreinheit 2" Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Lehreinheit 1"
Sprache(n)	Deutsch in "Lehreinheit 1" Deutsch in "Lehreinheit 2"
ECTS-Leistungspunkte	10 ECTS-Punkte
Workload	300 Stunden 150 Stunden in "Lehreinheit 1" 150 Stunden in "Lehreinheit 2"
Lehrveranstaltungen	6 SWS (2 SWS Vorlesung 4 SWS Seminar) 4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar) in "Lehreinheit 1" 2 SWS (2 SWS Seminar) in "Lehreinheit 2"
Selbststudienzeit	216 Stunden 94 Stunden in "Lehreinheit 1" 122 Stunden in "Lehreinheit 2"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtigkeit: 50% in "Lehreinheit 1" Prüfung Hausarbeit Prüfungsdauer: 4 Wochen Wichtigkeit: 50% in "Lehreinheit 2"
Lehr- und Lernformen	Lehreinheit 1: - Lehreinheit 2: -
Medienform	Lehreinheit 1: keine Angabe Lehreinheit 2: keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>Lehreinheit 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozesse der Medienproduktion - Autorenakquise und marktgerechte Produktpositionierung (Titel, Ausstattung, Preis) - Inhaltegenerierung, -selektion und -verarbeitung - Grundlagen der technischen Medienproduktion (print / digital) - Allgemeine Grundlagen des Mediendesigns (Typographie, Layout) - Zielgruppen-, nutzen- und verwendungsgerechte Mediengestaltung - Grundlagen des Qualitätsmanagements - Grundlagen der Prozesse und Aufgaben in Lektorat und Redaktion <p>Lehreinheit 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Workflow-Management im Verlag - Moderne Verlagssoftware (u.a. Pondus) - Metadatenmanagement und Titelklassifikation (ONIX / thema) - Mehrfachverwertung (Crossmedialität, Content Syndication) - Medienneutralität und XML in der Verlagspraxis - Content Management Systeme (CMS, MSS, MAM) - Outsourcing und Book Packaging - Lizenzeinkauf/-vergabe - Corporate Publishing - Selfpublishing und Open Access - Community Publishing und Crowdsourcing
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die unterschiedlichen inhaltlich und technisch definierten Prozesse in der Buch- und Medienproduktion. - können Verlagsprodukte von der Akquisition über die Kalkulation bis zur Positionierung und Bewerbung marktgerecht planen. - sind in der Lage, für Print- und digitale Medien sachgerechte Produktanalysen durchzuführen. - verfügen über grundlegende Kenntnisse der technischen Produktion von Printmedien und der Einhaltung von Qualitätsstandards. - können (Print-)Medien hinsichtlich ihrer inhaltlichen, technischen und gestalterischen Qualität zielgruppenspezifisch beurteilen. - können die mit der Medienproduktion verbundenen Kosten einschätzen. - kennen Instrumente der modernen Prozess-Steuerung im Verlag (Verlagssoftware). - haben Grundkenntnisse in XML-Workflows und strategischem Content Management. - kennen neue, alternative Prozesse der Inhalte- und Medienproduktion (z.B. Outsourcing, POD, Community Publishing).
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Lehreinheit 1: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p> <p>Lehreinheit 2: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Lehreinheit 1: keine</p> <p>Lehreinheit 2: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement 3 Event Management 3
Modulnummer	G841 [15BVB7330 (4.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<p>Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operative Umsetzung einer Messestrategie für Buch- und Presseverlage - Umgang mit einem Messebudget - Messestandgestaltung - Instrumente der Messeerfolgskontrolle <p>Projektmanagement im Bereich des Messemarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung und Planung von Messeaktivitäten - operative Umsetzung - Nachbereitung <p>Arbeiten im Team</p> <p>Eventmarketing und seine Bedeutung für Medienunternehmen</p>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die in Verbindung mit dem Messemarketing sinnvoll einzusetzenden Marketingmaßnahmen - können diese Marketingmaßnahmen planen und umsetzen - können den finanziellen Rahmen einer Messebeteiligung und der damit verbundenen Aktivitäten einschätzen und sich an Budgetvorgaben halten - sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele sowie Milestones zu definieren - sind in der Lage, den Messeauftritt für ein konkretes Unternehmen zu planen und durchzuführen - kennen die Instrumente des Eventmarketing und können diese anwenden
Zulassungsvoraussetzung	Keine

Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement 4 Booktrade Management 4
Modulnummer	G844 [15BVB7140 (6.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Multichannel-Management im Buchhandel - E-Commerce und Social Media im Buchhandel - Betriebsführung und Controlling im Buchhandel - Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Bedeutung und verschiedene Methoden des Mehrkanal-Absatzes und können die Umsetzung für eine Buchhandlung beurteilen - kennen die Betriebsstrukturen im E-Commerce und kennen Grundsätze des Einsatzes von Social Media im Buchhandel - kennen Controllinginstrumente zur Steuerung einer kleinen Buchhandlung - können theoretisch erworbenes Wissen praktisch umsetzen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikationsmanagement 1 Communication Management 1
Modulnummer	G855 [15BVB7210 (2.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Kommunikation (Begriffe, Modelle, Ziele) - Spezifika der Marketing- und Unternehmenskommunikation - Funktionen von Kommunikation im Marketing-Mix - Kommunikationswirkung und Kommunikationsprozess (u. a. Werbeplan) - Integrierte Kommunikation (u. a. Corporate Identity, Markenpolitik) - Verkaufsförderung (Sales Promotion) - praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Feldstudie
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Grundbegriffe und - funktionen der Marketingkommunikation - kennen die Elemente der Integrierten Unternehmenskommunikation - können an Projekten im Kommunikationsbereich auf der operativen Ebene teilnehmen und selbständig planen und durchführen - besitzen die dafür nötigen theoretischen und praktischen Kompetenzen und können diese gezielt anwenden - sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	
--	--

Modul	Kommunikationsmanagement 2 Communication Management 2
Modulnummer	G880 [15BVB7220 (3.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss - klassische Kommunikationsinstrumente - Unterscheidungsformen der Werbung - Methoden der Werbebudgetierung - Copy Strategie und Copy Analyse - Werbemittelgestaltung - Mediaselektion und Werbeträgeranalyse - Werbeerfolgskontrolle - moderne Kommunikationsinstrumente (u. a. Internet-Marketing, SEO, Event Marketing, Sponsoring) - theoretische Auseinandersetzung mit Konzepten des Projektmanagements auf dem Gebiet von Kommunikation und Werbung - praktische Umsetzung des erworbenen Wissens durch ein auf eine praxisnahe Projektarbeit bezogenes Referat
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können theoretische Ansätze im Kommunikationsbereich selbständig operationalisieren - besitzen die dafür nötigen theoretischen Kenntnisse und können diese gezielt und im gesetzten Zeitrahmen anwenden - kennen die wichtigsten klassischen und nicht klassischen Instrumente der Werbung und können sie selbständig analysieren und konzipieren - kennen aktuelle Beispiele für Werbestrategien in der Medienbranche - können selbständig Werbemittel- und Werbeträgeranalysen durchführen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikationsmanagement 4 Communication Management 4
Modulnummer	G895 [15BVB7240 (6.FS,WP)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (2 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Begriff und Instrumente der PR (Public Relations) - Planungsablauf einer PR-Kampagne - Erfolgskontrolle von PR-Maßnahmen - Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven der Kommunikationspolitik - Praktische Anwendung des erworbenen Wissens auf studentische Arbeiten in diesem Studienschwerpunkt: Schwerpunkt Wissensmanagement
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Funktionen und Instrumente moderner PR-Arbeit in Medienunternehmen - besitzen die theoretischen Kenntnisse, um PR-Kampagnen selbständig zu analysieren und zu konzipieren - sind zu einem Controlling von PR-Maßnahmen in der Lage - können ein Kommunikationsprojekt (u. a. PR, Werbung, MA-Information) inhaltlich und kaufmännisch planen und umsetzen - kennen die Instrumente von Wissensmanagement in Medienunternehmen und können dessen Optimierungspotentiale nutzen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	
--	--

Modul	Einführung Buchhandel/Verlagswirtschaft Introduction to Booktrade and Publishing Management
Modulnummer	G391 [15BVB1100 (1.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	10 ECTS-Punkte
Workload	300 Stunden
Lehrveranstaltungen	6 SWS (4 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	216 Stunden 216 Stunden Selbststudium
Prüfungsvorleistung(en)	Prüfungsvorleistung Referat
Prüfungsleistung(en)	Prüfung mündliches Fachgespräch Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - wesentliche Typen, Funktionen, Grundlagen und Aufgaben des Verlagswesens - wesentliche Typen, Funktionen, Grundlagen und Aufgaben des Buch- und Pressehandels (Groß- und Einzelhandel, Binnen- und Außenhandel) - Klassische Verlage und Buch- und Pressehandlungen (Typologien) - Konzentrationsprozesse, Entwicklung der Marktstrukturen - Basisbedingungen der Contentindustrie (Urheberrecht, Markenrecht) - Medienkonvergenz und digitale Transformation (E-Books, E-Journals) - Formen des elektronischen Handels (E-Commerce)
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Branchenspezifika der Printmedienbranche - haben einen Überblick über die Printmedienmärkte inkl. elektronischer Produkte - haben einen Einblick in die Auswahlentscheidungen eines Handelsweges - besitzen die Fähigkeit, branchenspezifische Entwicklungen den Grundfunktionen der Unternehmen zuzuordnen und interpretieren zu können - besitzen Wissen um die Zusammenhänge klassischer Printmedienmärkte mit den aktuellen Entwicklungen (Konvergenz der Märkte) - kennen neue digitale Produktformen und deren Vertrieb - können ihren Standpunkt formulieren und in der Diskussion vertreten
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt

Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Wissenschaftskompetenz Academic Skills
Modulnummer	G587 [15BVB1200 (1.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (1 SWS Übung 3 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden 94 Stunden Selbststudium
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 4 Wochen Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Allgemeine Wissenschaftskompetenz - Studieneinführende Informationen - Wie studiert man branchenbezogene BWL? - Formen prüfungsrelevanter Leistungen und wie man sie erfolgreich erbringt - Präsentationstechniken - wissenschaftliche Methodenkompetenz Text- und Sprachkompetenzen - Textsorten und deren Eigenheiten - Schritte zur Erstellung eines Textes - Strukturierung und Gestaltung von Texten - Konzeption und Erarbeitung versch. Textarten - Arbeiten mit wissenschaftlichen Texten
Qualifikationsziele	Die Studierenden - können die Planung und Durchführung von Forschungsprojekten konzipieren, sowohl für das Studium als auch für die berufliche Praxis. - verfügen über die grundlegenden theoretischen Kenntnisse und praktischen Fertigkeiten zur wissenschaftlichen Arbeit. - sind in der Lage Texte zu bewerten, eigene kurze Texte zu verfassen, Texte mediengerecht zu strukturieren und zu gestalten. - kennen alle formalen Erfordernisse und Möglichkeiten des Studiums bezogen auf inhaltliche Grundlagen des Fachs. - sind in der Lage, in Kleingruppen zu arbeiten und wichtige Lerninhalte gemeinsam zu präsentieren.
Zulassungsvoraussetzung	Keine

Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Introduction to Business Administration
Modulnummer	W342 [17BMB1400 (1.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FWW: Fakultät Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftsingenieurwesen
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. oec. publ. Sabine Hüttinger sabine.huettinger@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. oec. publ. Sabine Hüttinger sabine.huettinger@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100%
Lehr- und Lernformen	Hier fehlt noch was!
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftens - Business Planung - Unternehmensziele, -strategien und -führung - Geschäftsmodelle (Business Model Canvas) - Markt- und Umfeldanalyse, Marketing - Konstitutive Unternehmensentscheidungen: Standort- und Rechtsformwahl, Unternehmenskooperationen und -verbindungen - Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen - Betriebliche Teilfunktionen: Einkauf, Produktion, Verkauf innerhalb der Wertschöpfungskette sowie Managementfunktionen - Finanzen/Rechnungswesen <p>Im Seminar werden die einzelnen Inhalte anhand eines Muster-Businessplans vertieft.</p>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden erlernen Grundsätze zum Unternehmertum und Wirtschaften. - Die Studierenden lernen die Elemente von Geschäftsmodellen kennen. - Die Studierenden kennen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge (von der Strategie zur operativen Umsetzung). - Die Studierenden kennen die Aufgaben betriebswirtschaftlichen Handels. - Die Studierenden kennen die Bestandteile und Gütekriterien eines Business Plans.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> - Wöhe/Döring: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre - Schmalen/Pechtl: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft - Oehrich: Betriebswirtschaftslehre - Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation <p>Alle Quellen stets in der aktuellsten Auflage. Weitere Quellen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.</p>
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion - Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Wirtschaftsmathematik und Statistik Business Mathematics and Statistics
Modulnummer	N823 [15BVB1400 (1.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	MNZ-Ma: Mathematik - Mathematisch-Naturwissenschaftliches Zentrum
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	
Dozierende	Dr. rer. nat. Katrin Schubert katrin.schubert@htwk-leipzig.de Prof. Dr. rer. nat. habil. Martin Grüttmüller martin.gruettmueller@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Finanzmathematik: Zinsrechnung und die vier Grundaufgaben der Finanzmathematik, Abschreibungen, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung als Spezialfall der Rentenrechnung, Investitionsrechnung - Mathematische Grundlagen: mathematische Bezeichnungen und Schreibweisen, Gleichungen, Ungleichungen und Gleichungssysteme mit Anwendungen aus der linearen Optimierung, Funktionen einer Variablen mit Beispielen ausgewählter ökonomischer Funktionen - Differentialrechnung: Ableitungsregeln, Untersuchung ausgewählter Eigenschaften von Funktionen, Elastizitäten, lineare Regression - Deskriptive Statistik: Bezeichnungen und Grundbegriffe, Darstellungsmethoden für Daten bei einem Merkmal, statistische Maßzahlen, Ausblick in die Testtheorie
Qualifikationsziele	<p>Lernziele:</p> <p>Erwerb grundlegender Kenntnisse und Fertigkeiten zum Lösen von Aufgaben aus Finanzmathematik, linearer Optimierung, Differentialrechnung und Statistik</p> <p>Fach- und methodische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beherrschen ausgewählter grundlegender Prinzipien und Verfahren der Finanzmathematik, Analysieren und Lösen konkreter Aufgaben dazu - Sicherheit im Umgang mit funktionalen Zusammenhängen ökonomischer Größen sowie bei der Interpretation von deren Eigenschaften - Grundkenntnisse zur Erstellung und Auswertung statistischer Analysen, sicheres Lösen von anwendungsbezogenen Beispielaufgaben, z.B. aus betrieblicher Statistik und Marktforschung
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Elektronisches Publizieren I Electronic Publishing I
Modulnummer	C718 [15BVB1500 (1.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-INF: Informatikstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. nat. habil. Michael Frank michael.frank@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. nat. Klaus Hering klaus.hering@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Multimedia-Grundlagen"
	Prof. Dr. rer. nat. habil. Michael Frank michael.frank@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
Sprache(n)	Deutsch in "Multimedia-Grundlagen"
	Deutsch in "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden 60 Stunden in "Multimedia-Grundlagen" 90 Stunden in "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
Lehrveranstaltungen	6 SWS (4 SWS Vorlesung 2 SWS Übung) 2 SWS (2 SWS Vorlesung) in "Multimedia-Grundlagen" 4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Übung) in "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
Selbststudienzeit	66 Stunden 32 Stunden in "Multimedia-Grundlagen" 34 Stunden in "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtung: 50% nicht kompensierbar in "Multimedia-Grundlagen"
	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtung: 50% nicht kompensierbar in "XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken"
Lehr- und Lernformen	Multimedia-Grundlagen: -
	XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: -
Medienform	Keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>Multimedia-Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe. Information, Medien, Multimediales System, Einsatzgebiete multimedialer Anwendungen - Grundlagen der digitalen Medien: Medienformen (Text, Grafik/Fotos, Musik/Sprache, Animation, Video), Wahrnehmungsaspekte, physikalische Hintergründe, Formate, Werkzeuge - Entwicklung multimedialer Anwendungen: Entwicklungsphasen, Werkzeuge - Multimedia und Internet: Multimediale Datenströme, Spezielle Anwendungen - Elektronische Publikationsformen, insbes. E-books <p>XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung der Grundlagen der Arbeit mit dem XML-Standard: XML-Markup mit Daten, Strukturbeschreibung mit DTD, ASCII/Unicode-basierte Transformationsmethoden mit CSS und XSLT, Einführung in XSL-FO und FO-Prozessoren - Cross-mediale Publikationsverfahren auf DocBook-XML-Basis: Datenerfassung und Verarbeitungsschritte, Single-Source und cross-mediale Publikationsformate, Einblicke in die Verarbeitungshintergründe der EDV - Qualitative Ausblicke auf weiterführende Themen wie SGML, XSD und Schematron, TEIA, TeX und LaTeX, andere - Einführung in die Entwicklung von Webseiten: Vorstellung von HTML5 und CSS als Standards, Flexbox-Design von Webseiten, Ansätze des Frameworks Bootstrap, Bilder und Videos und ihre sachgemäße technische Verwendung
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden haben grundlegende Kenntnissen über Formen, Darstellung, Erzeugung, Verarbeitung, Präsentation und Kombination digitaler Medien. Sie verfügen über Entscheidungskompetenz für den Einsatz adäquater Medienformen. Sie besitzen Verständnis technischer Zusammenhänge, Anforderungen und Grenzen bei der computerbasierten Verarbeitung digitaler Medien.</p> <p>Die Studierenden haben Grundkenntnisse im Einsatz von XML als einem möglichen Ausgangspunkt von Single-Source Datenhaltung und Multi-Channel Publikationsstrategien. Sie haben einen vertieften Einblick in die Arbeit mit einem XML-basierten Industriestandard. Sie verfügen über grundlegende Fertigkeiten der Publikation von einfachen multimedialen Webseiten nach dem HTML5-Standard.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Multimedia-Grundlagen: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p> <p>XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Multimedia-Grundlagen: keine</p> <p>XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Allgemeine Volkswirtschaftslehre Introduction to Economics
Modulnummer	W638 [15BVB2100 (2.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FWW: Fakultät Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftsingenieurwesen
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Harald Simons harald.simons@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Harald Simons harald.simons@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (4 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Mikroökonomie - Markt und Wettbewerb - Marktversagensgründe - Einführung Makroökonomik
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen grundlegende volkswirtschaftlicher Annahmen und Modelle. Sie erwerben die Fähigkeit zur Anwendung volkswirtschaftlicher Modelle auf aktuelle Praxisfälle. - Sie sind zur kritischen Diskussion volkswirtschaftspolitischer Strategien befähigt
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Handelsbetriebslehre Retail and Wholesale Management
Modulnummer	G622 [15BVB2200 (2.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Bedeutung des Handels - Transaktionskostentheorie - Funktionen des Handels - Faktoreinsatz und Leistungserstellung im Handelsbetrieb - Die Kosten des Handelsbetriebes - Personalwirtschaft in Handelsbetrieben - Sortimentspolitik im Einzelhandel - Strukturpolitik im Einzelhandel - Betriebstypen im Einzelhandel - Wirtschaftlichkeitskontrolle in Handelsbetrieben

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen die Grundbegriffe im Einzelhandel und akzeptieren die Notwendigkeit von Handelsbetrieben.</p> <p>Sie können die Existenzberechtigung des Handels mit Hilfe der Transaktionskostentheorie zeigen.</p> <p>Sie kennen die Funktionen von Handelsbetrieben und können sie erläutern.</p> <p>Sie verstehen die Probleme der handelsbetrieblichen Leistungserstellung und können diese erläutern.</p> <p>Sie kennen die wesentlichen Kostenarten von Handelsbetrieben und deren Bedeutung.</p> <p>Sie kennen und akzeptieren die Wichtigkeit personal- und warenwirtschaftlicher Fragestellungen in Handelsbetrieben und können sie auf unbekannte Problemstellungen übertragen.</p> <p>Sie können ausgewählte Fragen der handelsbetrieblichen Strukturpolitik erläutern und mit Hilfe geeigneter Methoden bearbeiten.</p> <p>Sie haben die Kompetenz, handelsbetriebliche Maßnahmen zu beurteilen und auf den Buchhandel zu übertragen.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchführung Accounting
Modulnummer	W137 [15BVB2300 (2.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FWW: Fakultät Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftsingenieurwesen
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Rüdiger Ulrich ruediger.ulrich@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Rüdiger Ulrich ruediger.ulrich@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	3 SWS (3 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	108 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Buchführung - Buchführungs- und Aufzeichnungsvorschriften, Inventur und Inventar - Eröffnungsbilanz - Bestandskonten - Erfolgskonten - Buchungssätze - Buchung betrieblicher Vorgänge - Abschluss der Konten - Aufstellen der Schlussbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Rechtsgrundlagen zur Aufstellung einer Bilanz - können aus einem Inventar eine Eröffnungsbilanz erstellen - können Geschäftsvorfälle buchen und die Konten abschließen - können eine Schlussbilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung aufstellen
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Marketing I: Marketing-Grundlagen Marketing I: Principles of Marketing
Modulnummer	W420 [15BVB2400 (2.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FWW: Fakultät Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftsingenieurwesen
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. oec. Matthias Herfert matthias.herfert@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. oec. Matthias Herfert matthias.herfert@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Marketing-Grundlagen" Prof. Dr. rer. pol. Holger Müller (Marketing) holger.mueller.ma@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Marketing-Grundlagen" Dipl.-Lehrerin EB Regina Bruch regina.bruch@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
Sprache(n)	Deutsch in "Marketing-Grundlagen" Englisch in "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden 90 Stunden in "Marketing-Grundlagen" 60 Stunden in "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung I 2 SWS Seminar) 2 SWS (2 SWS Vorlesung) in "Marketing-Grundlagen" 2 SWS (2 SWS Seminar) in "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
Selbststudienzeit	94 Stunden 62 Stunden in "Marketing-Grundlagen" 32 Stunden in "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten I Wichtung: 66.67% I nicht kompensierbar in "Marketing-Grundlagen" Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten I Wichtung: 33.33% I nicht kompensierbar in "ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing"
Lehr- und Lernformen	Marketing-Grundlagen: - ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing: -
Medienform	ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing: keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>Marketing-Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elemente der marktorientierten Unternehmensführung - Strategische Entscheidungen im Marketing - Der Marketing-Prozess - Marketing-Instrumente und ihr zielgerichteter Einsatz - Nachfrageverhalten, Zielgruppenbestimmung und Marktforschung - Strategische Unternehmensführung unter Marketinggesichtspunkten <p>ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publishing houses and Bookshops - Departments and departmental responsibilities - Corporate culture - Terminology on company organisation and ownership forms - Business plan and finding a niche in the market - Intercultural awareness in terms of publishing and bookselling - Presentation techniques - Current issues in the publishing and bookselling line
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen die Möglichkeiten marktorientierter Unternehmensführung.</p> <p>Sie akzeptieren die Notwendigkeit, die Unternehmenstätigkeiten am Markt auszurichten.</p> <p>Sie kennen das Nachfragerverhalten auf Konsum- und Investitionsgütermärkten.</p> <p>Sie kennen das Ziel und die Ausprägungen der Marketinginstrumente.</p> <p>Sie werden zum Umgang mit Marktforschungsstudien befähigt.</p> <p>Sie können marktorientierte Verhaltensweisen planen, durchführen und reflektieren.</p> <p>Die Studierenden können Fachtexte lesen und wiedergeben und haben einen Überblick über Branchenspezifika der Medienbranche.</p> <p>Die Studierenden können internationale Entwicklungen und Tendenzen erkennen und interpretieren in der Fremdsprache.</p> <p>Sie können eigene Texte in Englisch verfassen und ihren Standpunkt äußern.</p> <p>Sie können berufs- und fachbezogene Kommunikation in Englisch führen.</p> <p>Sie erfassen, werten aus und präsentieren fach- und berufsbezogene Zusammenhänge in der Fremdsprache.</p> <p>Sie beherrschen die fachspezifische Terminologie in Deutsch und Englisch.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Marketing-Grundlagen: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p> <p>ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing: Reader wird zu Beginn des Semesters im Dig board zur Verfügung gestellt; Zusatz- und Übungsmaterial in Form von Audio, Video, Print und online ist in den Seminaren erhältlich</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Marketing-Grundlagen: keine</p> <p>ESP (English for Special Purposes) I for Bookselling and Publishing: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Elektronisches Publizieren II Electronic Publishing II
Modulnummer	C683 [15BVB2500 (2.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-INF: Informatikstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Dipl.-Ing. Andree Bertel andree.bertel@htwk-leipzig.de
Dozierende	Dipl.-Ing. Andree Bertel andree.bertel@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Kommunikations- und Netzwerktechnik" Prof. Dipl.-Kfm. Dipl.-Oec. Friedrich Figge friedrich.figge@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
Sprache(n)	Deutsch in "Kommunikations- und Netzwerktechnik" Deutsch in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden 60 Stunden in "Kommunikations- und Netzwerktechnik" 90 Stunden in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
Lehrveranstaltungen	5 SWS (1 SWS Übung 4 SWS Seminar) 2 SWS (1 SWS Übung 1 SWS Seminar) in "Kommunikations- und Netzwerktechnik" 3 SWS (3 SWS Seminar) in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
Selbststudienzeit	80 Stunden 32 Stunden in "Kommunikations- und Netzwerktechnik" 48 Stunden in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 50% nicht kompensierbar in "Kommunikations- und Netzwerktechnik" Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 60 Minuten Wichtig: 50% nicht kompensierbar in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"
Lehr- und Lernformen	Kommunikations- und Netzwerktechnik: - Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: -
Medienform	Keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>Kommunikations- und Netzwerktechnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der DFÜ - Vernetzung von Rechnern im LAN - Netzwerkmanagement - Netzwerk-Betriebssystem - Installation und Konfiguration - Installation von Anwendersoftware im Netz - Nutzung von WAN - Technische Voraussetzungen, Zugangsvoraussetzungen - Internetdienste, Informationsdienste, Nutzung von Suchwerkzeugen <p>Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktuelle Bedeutung des Begriffs "Electronic Publishing" (EP) - Unterscheidung verschiedener Ebenen der EP-Pyramide - Besonderheiten unterschiedlicher Zielgruppen - Produktentwicklung: Allg. Vorgehensweise und Technikauswahl - Fallbeispiel und/oder Konzeption eines EP/Social Media-Produktes
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden haben Grundkenntnissen der Kommunikations- und Netzwerktechnik und sind befähigt zur Durchführung einfacher praktischer Handlungen auf diesem Gebiet</p> <p>Sie kennen aktuelle Entwicklungen des Elektronischen Publizierens, haben ein Verständnis hinsichtlich des kontinuierlichen Wandels des EP und können Informationsquellen darüber nachhaltig nutzen.</p> <p>Die Studierenden können die Besonderheiten verschiedener Zielgruppen bei der Entwicklung von EP/Social Media-Produkten berücksichtigen.</p> <p>Sie kennen die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Entwicklung von EP/Social Media-Produkten und können sie praktisch im Rahmen eines Fal beispiels, einer Konzeption o. ä. anwenden.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Kommunikations- und Netzwerktechnik: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p> <p>Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Kommunikations- und Netzwerktechnik: keine</p> <p>Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	ESP (English for Special Purposes) II for Bookselling and Publishing English for Special Purposes II for Bookselling and Publishing
Modulnummer	F176 [15BVB3200 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	HSK: Hochschulkolleg - Fremdsprachen und Interkulturalität
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Dipl.-Lehrerin EB Regina Bruch regina.bruch@htwk-leipzig.de
Dozierende	Dipl.-Lehrerin EB Regina Bruch regina.bruch@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Englisch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigung: 50% nicht kompensierbar Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtigung: 50% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Applying for an internship or for a position in the media line - Terminology on media, advertising, and marketing - Reading promotion initiatives worldwide - Target groups and their special requests - Writing press releases - Writing book reviews - Current issues in the publishing and bookselling line - Terminology on company organisation and ownership forms - Presenting company reports / Explaining graphs and trends

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, eine Bewerbung zu verfassen.</p> <p>Sie haben einen Überblick über Strategien von Vorstellungsgesprächen.</p> <p>Die Studierenden verstehen Lese- und Hörtexte in der Fremdsprache zu Themen der Zielgruppenproblematik, Marktforschungsinstrumenten sowie aktuellen Marketingkampagnen der Medienbranche.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, eigene innovative Ideen zur Leseförderung zu entwickeln und in der Fremdsprache zu präsentieren.</p> <p>Sie führen berufs- und fachbezogene Kommunikation in Englisch.</p> <p>Sie erfassen, werten aus und präsentieren fach- und berufsbezogene Zusammenhänge in der Fremdsprache.</p> <p>Sie beherrschen die fachspezifische Terminologie in Deutsch und Englisch.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Abiturkenntnisse
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Reader wird zu Beginn des Semesters im Dig board zur Verfügung gestellt; Zusatz- und Übungsmaterial in Form von Audio, Video, Print und online ist in den Seminaren erhältlich
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kosten- und Leistungsrechnung Cost Accounting
Modulnummer	G486 [15BVB3300 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (4 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung - Kostenrechnungssysteme - Kostenartenrechnung - Kostenstellenrechnung - Kostenträgerstück- und Kostenträgerzeitrechnung - Handelskalkulation - Managementerfolgsrechnung
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen verschiedene Kostenrechnungssystematiken und können die Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung gegeneinander abgrenzen - kennen die Unterschiede zwischen Voll- und Teilkostenrechnung und können diese erläutern - kennen die Bedeutung der wesentlichen Kostenarten und können Mengen und Preise mit Hilfe verschiedener Methoden bestimmen - kennen den Aufbau und die Funktion eines Betriebsabrechnungsbogens und können ihn anwenden - kennen verschiedene Arten der Kostenträgerrechnung und können eine Kalkulation vornehmen - kennen die verschiedenen Arten der Handelskalkulation und können sie anwenden.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Controlling Management Accounting
Modulnummer	G470 [15BVB3400 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Funktionen und Instrumente des Controlling - Controlling als Kreislauf von Planung, Kontrolle und Steuerung - Die Zielsetzung des Unternehmens - Planungsverfahren und -methoden - Kurz- und mittelfristige Planung in Medienunternehmen - Kennzahlen als Instrumente der Soll-Ist-Abweichungsanalyse - Berichtswesen als Informationsinstrument des Controllings - Deckungsbeitragsrechnungen als Planungs- und Kontrollinstrument in Medienunternehmen - Vertriebscontrolling, Produkt-, Kundengruppen und Profitcenter Deckungsbeitragsanalysen - Controlling in speziellen Medienunternehmen
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können erläutern, was unter Controlling zu verstehen ist und können die Begriffe "Controlling" und "Controller" voneinander abgrenzen.</p> <p>Sie kennen die Notwendigkeit von Controlling als Managementaufgabe.</p> <p>Sie können den Controllingprozess als Kreislauf zwischen Planung, Kontrolle und Steuerung beschreiben und den jeweiligen Sub-Prozessen die geeigneten Instrumente zuordnen.</p> <p>Sie können eine kurzfristige Planung für eine Buchhandlung oder einen kleinen Verlag erstellen.</p> <p>Sie kennen die branchentypischen Kennzahlen und können diese erläutern.</p> <p>Sie kennen die wesentlichen Instrumente verschiedener Controllinganwendungen.</p> <p>Sie kennen Besonderheiten des Controllings in verschiedenen Medienunternehmen.</p> <p>Sie sind in der Lage, Fragen der Planung, Kontrolle und Steuerung mit Controllern aus Unternehmen zu diskutieren und die Vorschläge von Controllern zu bewerten.</p>

Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Marketing II: Medienmarketing Marketing II: Media Marketing
Modulnummer	G434 [15BVB3500 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Medienmarketing als marktorientierte Unternehmensführung - Philosophien, Entwicklungen und Konzepte, Entscheidungstheorie und Unternehmensforschung - Informationsgrundlagen, Konsumenten- und Nachfrageverhalten, Mediennutzung, Markt- und Medienforschung, Datenanalyse - Medienmarketing - Marketing, Strategien, Prozesse und Planung auf multiplen Märkten - Marketing-Mix, Instrumente und Methoden im Medienmarkt und ihr zielgerichteter Einsatz - Marketingimplementierung und Marketingcontrolling - Innovation und Zukunftsperspektiven
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen die Spezifik des Medienmarktes.</p> <p>Die Studierenden kennen das Nachfrageverhalten auf den Konsum- und Investitionsgütermärkten in der Medienbranche.</p> <p>Die Studierenden wenden die Marketinginstrumente und Marketingmethoden auf spezifischen Medienmärkten an.</p> <p>Die Studierenden gehen sicher mit Marktforschungsstudien zu Medienmärkten um.</p> <p>Die Studierenden planen marktorientierte Verhaltensweisen, führen diese durch und reflektieren ihre Verhaltensweisen.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine

Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Medienhandelsmanagement -
Modulnummer	W260 [15BVB4100 (4.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FWW: Fakultät Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftsingenieurwesen
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Holger Müller (SCM) holger.mueller.scm@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. rer. pol. Holger Müller (SCM) holger.mueller.scm@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Prüfungsdauer: 4 Wochen Wichtigung: 50% Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 30 Minuten Wichtigung: 50%
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Grundwissen zur Materialwirtschaft und unternehmensinterner Logistik mit Schnittstellen zur externen Logistik (Verkehrslogistik) - Güterbeschaffung, Güterdisposition, Lagerwirtschaft, Kommissionierung, Verpackung und Güterentsorgung
Qualifikationsziele	Die Studierenden erwerben grundlegende und vertiefende Kenntnisse zur Planung, Steuerung und Kontrolle unternehmensinterner und unternehmensübergreifender Prozesse des Güter- und Informationsflusses. Die Studierenden sind in der Lage, Logistiksysteme zu analysieren, zu bewerten und unter Optimierungsaspekten zu gestalten.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Supply Chain Management and International Business Supply Chain Management and International Business
Modulnummer	W139 [15BVB4200 (4.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	HSK: Hochschulkolleg - Fremdsprachen und Interkulturalität
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Dipl.-Lehrerin EB Regina Bruch regina.bruch@htwk-leipzig.de
Dozierende	Dipl.-Lehrerin EB Regina Bruch regina.bruch@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Englisch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 50% nicht kompensierbar Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 50% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Englische Fachsprache der Distribution und des internationalen Medienhandels - Terminology on export/import matters - Writing and phoning practice for enquiries, offers, orders, complaints, apologies - Language of meetings and negotiations - Customer relationship management - Intercultural aspects and CRM
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind befähigt und bereit, eine langfristige Kundenpartnerschaft aufzubauen.</p> <p>Die Studierenden können Anfragen verfassen, Angebote unterbreiten und Beschwerden in der Fremdsprache regulieren.</p> <p>Sie können Gespräche mit Handelspartnern im Ausland oder am Telefon auf Englisch führen und kennen dafür notwendige Fachbegriffe ebenso wie erforderliche Umgangsformen.</p> <p>Sie führen berufs- und fachbezogene Kommunikation auf Englisch.</p> <p>Sie erwerben anwendungssichere Fachterminologie im Bereich Distribution und erkennen internationale Tendenzen und Anforderungen.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Reader wird zu Beginn des Semesters im Dig board zur Verfügung gestellt; Zusatz- und Übungsmaterial in Form von Audio, Video, Print und online ist in den Seminaren erhältlich
Aktuelle Lehrressourcen	keine

Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Institutionelle und funktionelle Distribution Institutional and Functional Distribution
Modulnummer	G190 [15BVB4300 (4.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung 1 SWS Übung 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 30 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Distribution als wissenschaftliche Disziplin - Distributionssysteme in der Medienwirtschaft - Strategien, Methoden, Prozesse und Planung in der Mediendistribution - Entscheidungsfindung und Optimierung in der Mediendistribution - Elemente der Vertriebsplanung und Vertriebssteuerung sowie Managementmethoden - Kundenbeziehungsmanagement
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können einzelne Handelswege und Handelsstufen in speziellen Medienmärkten analysieren, bewerten und den absatzoptimalen Weg auswählen.</p> <p>Die Studierenden wenden Instrumente der Auswahlentscheidungen eines Handelsweges sicher an.</p> <p>Die Studierenden reflektieren eigenes Vertriebshandeln (Erfolg, Zweckhaftigkeit) und definieren eigenes Verbesserungspotenzial.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt und bereit, eine langfristige Kundenpartnerschaft aufzubauen und marktorientiert zu gestalten sowie deren Notwendigkeit zu begründen.</p> <p>Die Studierenden erwerben anwendungssichere Fachterminologie im Bereich Distribution.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Recht in Medienunternehmen Media Law
Modulnummer	I323 [17BMB4400 (4.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-TEC: Technische Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. jur. Marc Liesching marc.liesching@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. jur. Karl Heinz Labsch karl_heinz.labsch@htwk-leipzig.de Prof. Dr. jur. Marc Liesching marc.liesching@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	5 SWS (3 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	80 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtigung: 100%
Lehr- und Lernformen	Keine Angabe
Medienform	Keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>A. Grundlagen</p> <p>Einführung in die Rechtsordnung und Gerichtsbarkeit</p> <p>Grundzüge des Öffentlichen Wirtschaftsrechts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftsverfassungsrecht - Europarecht (Grundzüge) - Allgemeines und Besonderes Wirtschaftsverwaltungsrecht - Rechtsschutz im Öffentlichen Wirtschaftsrecht (Überblick) <p>Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts (Bürgerliches Recht und Handelsrecht)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtssubjekte (Rechtsformen) und Handlungsfähigkeit - Kaufmann, Firma, Handelsregister, Vertragsrecht (Zustandekommen und Arten von Verträgen, Allgemeine Geschäftsbedingungen und Besondere Vertriebsformen, Durchführung und Beendigung von Verträgen, insbes. Leistungsstörungen) - Gesetzliche Schuldverhältnisse, insbes. Delikts- und Produkthaftungsrecht - Grundzüge des Sachenrechts, insbes. Eigentumsübertragung <p>B. Medienrecht</p> <p>Öffentliches Medienrecht einschl. Medienstrafrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediengrundrechte - Presse- und Rundfunkrecht (Überblick) - Staatliche Medienaufsicht - Datenschutz im Medienrecht - Grundzüge des Medienstrafrechts <p>Medienprivatrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medienbezogene Aspekte des Gewerblichen Rechtsschutzes - Urheberrecht und Leistungsschutzrechte <ul style="list-style-type: none"> - Gegenstand des Urheberrechts - Inhalt des Urheberrechts - Urhebervertragsrecht - Schranken des Urheberrechts - Schutz des Urheberrechts - Rechtsdurchsetzung, Internationales Urheberrecht
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erwerben Grundkenntnis der für Medienunternehmen relevanten Inhalte und der Systematik des öffentlichen und privaten Wirtschaftsrechts sowie des Medienrechts - werden befähigt zur selbstständigen Rechtsanwendung auf Standardprobleme - erkennen rechtliche Zweifelsfragen und sich daraus ergebende Erfordernisse professioneller Beratung
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine Angabe

Literaturhinweise	<p>Zu Teil A.: jeweils aktuelle Auflage von</p> <ul style="list-style-type: none"> - Danne/Keil: Wirtschaftsprivatrecht I, Berlin - Detterbeck: Öffentliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler. Einführung in das Staats-, Europa- und Verwaltungsrecht, Berlin - Eisenmann/Gnauk/Quittnat: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg - Führich: Wirtschaftsprivatrecht, München - Hohmeister: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Stuttgart - Mehrings: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, München - Meyer, Justus: Wirtschaftsprivatrecht, Heide berg - Müssig: Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg, UTB 2226 - Pottschmidt/Rohr: Wirtschaftsprivatrecht für Unternehmer, München - Ruthig / Storr: Öffentliches Wirtschaftsrecht, Heide berg - Schade: Wirtschaftsprivatrecht, Stuttgart - Schünemann: Wirtschaftsprivatrecht, Stuttgart, UTB 1584 - Steckler: Kompakt-Training Wirtschaftsrecht, Ludwigshafen - Steckler: Kompendium Wirtschaftsrecht, Ludwigshafen <p>Zu Teil B.: jeweils aktuelle Auflage von</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eisenmann/Jautz: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Heidelberg - Fechner: Medienrecht, Tübingen, UTB 2154 - Petersen, Medienrecht, München - Rehbinder: Urheberrecht, München - Schulze: Meine Rechte als Urheber, München
Aktuelle Lehrressourcen	Keine Angabe
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion - Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft - Bachelorstudiengang Medientechnik
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Praxisphase -
Modulnummer	G233 [15BVB5100 (5.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de
Dozierende	<p>Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase" ,"Praktikumskolloquium"</p> <p>Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase" ,"Praktikumskolloquium"</p> <p>Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase" ,"Praktikumskolloquium"</p> <p>Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase" ,"Praktikumskolloquium"</p>
Sprache(n)	<p>Deutsch in "Praxisphase"</p> <p>Deutsch in "Praktikumskolloquium"</p>
ECTS-Leistungspunkte	30 ECTS-Punkte
Workload	900 Stunden 450 Stunden in "Praxisphase" 450 Stunden in "Praktikumskolloquium"
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar) 0 SWS in "Praxisphase" 2 SWS (2 SWS Seminar) in "Praktikumskolloquium"
Selbststudienzeit	872 Stunden 450 Stunden in "Praxisphase" 422 Stunden in "Praktikumskolloquium"
Prüfungsvorleistung(en)	Prüfungsvorleistung Hausarbeit in "Praktikumskolloquium"
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 30 Minuten Wichtig: 100% nicht benotet in "Praktikumskolloquium"
Lehr- und Lernformen	<p>Praxisphase: -</p> <p>Praktikumskolloquium: -</p>
Medienform	Keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	<p>Praxisphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktische Mitarbeit in einem Unternehmen der Medienwirtschaft - Kritische Analyse betrieblicher Prozesse - Erarbeitung von konkreten Lösungsvorschlägen für betriebliche Probleme (Arbeitsaufgaben I - III) - nach Absprache mit dem/der betreuenden Professor/in <p>Praktikumskolloquium:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsentation und Verteidigung von erarbeiteten Lösungsvorschlägen
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden werden sich der Möglichkeiten und der Notwendigkeit marktorientierter Unternehmensführung bewusst.</p> <p>Sie können theoretische Kenntnisse zur systematischen Analyse betrieblicher Probleme einsetzen und entwickeln Bewusstsein für betriebliche Probleme.</p> <p>Sie werden zur Bewertung betrieblichen Handels befähigt.</p> <p>Sie erhalten Einsicht in betriebliche Organisationsschemata und deren Tragfähigkeit.</p> <p>Sie können sich in Arbeitsteams eingliedern und Verantwortung übernehmen.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	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
Literaturhinweise	<p>Praxisphase: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p> <p>Praktikumskolloquium: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Praxisphase: keine</p> <p>Praktikumskolloquium: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikation und Medien Communication and Media
Modulnummer	I590 [15BVB6100 (6.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-TEC: Technische Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr. jur. Marc Liesching marc.liesching@htwk-leipzig.de
Dozierende	Prof. Dr. jur. Marc Liesching marc.liesching@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	122 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtig: 100% nicht kompensierbar
Lehr- und Lernformen	-
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Medienwirtschaft - Kommunikations- und Medientheorien im geschichtlichen Kontext - Medienpsychologie, Medienrhetorik - Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung - Medienethik
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden lernen Kommunikationsprozesse mit Hilfe von Modellen beschreiben und bewerten.</p> <p>Sie können die Bedeutung der Medien für die moderne Gesellschaft beschreiben und kritisch reflektieren.</p> <p>Sie lernen, die Wirkungsweisen der Mediengesellschaft vor einem gesellschafts- und wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund zu reflektieren und zu bewerten.</p> <p>Sie können die Bedeutung und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten der Mediengesellschaft einschätzen, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung von Unternehmen der Branche und ihrer Wettbewerbssituation.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	
--	--

Modul	Schlüsselqualifikationen Key Qualification
Modulnummer	I248 Version: 1
Fakultät	FIM-TEC: Technische Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	
Dozierende	
Sprache(n)	Deutsch in "Studium generale" Deutsch in "Modul "Schlüsselqualifikation""
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden 30 Stunden in "Studium generale" 120 Stunden in "Modul "Schlüsselqualifikation""
Lehrveranstaltungen	0 SWS 0 SWS in "Studium generale" 0 SWS in "Modul "Schlüsselqualifikation""
Selbststudienzeit	0 Stunden 0 Stunden in "Studium generale" 0 Stunden in "Modul "Schlüsselqualifikation""
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Teilnahmebescheinigung Wichtung: 0% nicht benotet nicht kompensierbar in "Studium generale" Teilnahmebescheinigung Wichtung: 100% nicht kompensierbar in "Modul "Schlüsselqualifikation""
Lehr- und Lernformen	Studium generale: abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale Modul "Schlüsselqualifikation": abhängig vom gewählten Schlüsselqualifikations-Modul der Fakultät Informatik und Medien
Medienform	Studium generale: keine Angabe Modul "Schlüsselqualifikation": keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Studium generale: abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale Modul "Schlüsselqualifikation": abhängig vom gewählten Schlüsselqualifikations-Modul der Fakultät Informatik und Medien.

Qualifikationsziele	<p>Im Modul wird 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 Schlüsselqualifikations-Modul der Fakultät Medien.</p>
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Studium generale: abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale</p> <p>Modul "Schlüsselqualifikation": abhängig vom gewählten Schlüsselqualifikations-Modul der Fakultät Informatik und Medien</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Studium generale: keine</p> <p>Modul "Schlüsselqualifikation": keine</p>
Hinweise	<p>Prüfungsvorleistungen und Prüfungsleistungen sind abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale bzw. von dem gewählten Schlüsselqualifikations-Modul der Fakultät Informatik und Medien</p> <p>Modul "Schlüsselqualifikation": Die Prüfungsart und -dauer richtet sich nach dem gewählten Schlüsselqualifikationsmodul.</p>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Bachelorstudiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft - Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion - Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft - Bachelorstudiengang Drucktechnik - Bachelorstudiengang Medientechnik - Bachelorstudiengang Museologie - Bachelorstudiengang Verpackungstechnik
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Bachelormodul Bachelor's Thesis
Modulnummer	G968 [15BVB9010 (6.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	FIM-GW: Geisteswissenschaftliche Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	
Dozierende	
Sprache(n)	Deutsch in "Bachelorarbeit" Deutsch in "Bachelorseminar"
ECTS-Leistungspunkte	15 ECTS-Punkte
Workload	450 Stunden 360 Stunden in "Bachelorarbeit" 90 Stunden in "Bachelorseminar"
Lehrveranstaltungen	1 SWS (1 SWS Seminar) 0 SWS in "Bachelorarbeit" 1 SWS (1 SWS Seminar) in "Bachelorseminar"
Selbststudienzeit	436 Stunden 360 Stunden in "Bachelorarbeit" 76 Stunden in "Bachelorseminar"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 9 Wochen Wichtig: 100% Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtig: 0% nicht benotet in "Bachelorseminar"
Lehr- und Lernformen	Bachelorarbeit: - Bachelorseminar: -
Medienform	Keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Bachelorarbeit: Erstellung einer eigenen wissenschaftlichen Ausarbeitung zu einer branchenrelevanten Fragestellung Bachelorseminar: Präsentation und Diskussion von Aufgabenstellung und Ergebnissen der eigenen Arbeit

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können aktuelle Problemstellungen aus der Branche eigenständig aufbereiten, reflektieren und auch präsentieren.</p> <p>Sie beherrschen wissenschaftliche Arbeitsweisen und können diese auf spezifische Problemstellungen anwenden.</p> <p>Sie können komplexe Sachverhalte schriftlich darstellen und sich dabei wissenschaftlicher Standards bedienen.</p> <p>Sie beherrschen Recherchetechniken und Quellenerschließung.</p> <p>Sie können wesentliche Ergebnisse von Ausarbeitungen präsentieren und reflektieren.</p>
Zulassungsvoraussetzung	siehe PrüfO - BVB §19, Abs. 5
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	<p>Bachelorarbeit: Empfehlung durch den/die Betreuer/in</p> <p>Bachelorseminar: Empfehlung durch den/die Betreuer/in</p>
Aktuelle Lehrressourcen	<p>Bachelorarbeit: keine</p> <p>Bachelorseminar: keine</p>
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Studienordnung

für den

Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

(StudO-BUB)

Anlage 4: Praktikumsordnung (PraktO-BUB)

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 Buch- und Medienwirtschaft.
- (2) Nach § 2 und § 16 Abs. 6 PrüfO-BUB und § 7 Abs. 2 StudO-BUB 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 Buch- und Medienwirtschaft.
- (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 Praktikumseinrichtung 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, wenn sie mehr als 5 Arbeitstage beträgt. Über Ausnahmen entscheidet der Praktikumsbeauftragte nach Absprache mit

der Praxisstelle. Fehlzeiten von mehr als 5 Arbeitstagen hat der Student dem Praktikumsbüro unverzüglich durch Einreichung der Krankschreibung schriftlich mitzuteilen, unabhängig von seiner Pflicht zur Benachrichtigung 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 § 4 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.