



Fakultät
Informatik und Medien



Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

Studien- und Prüfungsordnung Bachelorstudiengang Buch und Medienwirtschaft

- SPO - BUB -

Fassung vom 25. Juli 2023 auf der Grundlage von §§ 14 Abs. 4, 35 und 37 SächsHSG

Inhaltsverzeichnis

§ 1 GELTUNGSBEREICH	2
§ 2 ZUGANGS- UND ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN	2
§ 3 STUDIENZIEL	3
§ 4 AUFBAU, INHALT UND DAUER DES STUDIUMS	3
§ 5 PRAXISPHASE.....	5
§ 6 STUDIENBERATUNG	8
§ 7 BACHELORPRÜFUNG.....	9
§ 8 PRÜFUNGEN	10
§ 9 NACHTEILSAUSGLEICH	15
§ 10 ANPASSUNG VON PRÜFUNGSBEDINGUNGEN AUS FAMILIÄREN GRÜNDEN.....	15
§ 11 ZULASSUNG ZU PRÜFUNGEN	16
§ 12 ANRECHNUNG VON STUDIENZEITEN, LEISTUNGSNACHWEISEN UND ECTS-PUNKTEN.....	17
§ 13 BACHELORMODUL	18
§ 14 BEWERTUNG UND NOTENBILDUNG	19
§ 15 BESTEHEN, NICHTBESTEHEN UND WIEDERHOLEN.....	21
§ 16 VERSÄUMNIS, RÜCKTRITT UND SANKTIONSNOTE	22
§ 17 ZEUGNISSE, URKUNDEN UND UNGÜLTIGKEIT DER BACHELORPRÜFUNG	22

§ 18 PRÜFUNGSORGANE UND PRÜFUNGSORGANISATION.....	23
§ 19 PRÜFENDE UND BEISITZENDE	24
§ 20 AUFBEWAHRUNG UND EINSICHTNAHME VON PRÜFUNGSUNTERLAGEN	25
§ 21 WIDERSPRUCHSVERFAHREN	25
§ 22 ÜBERLEITUNGS- UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN	26

§ 1

Geltungsbereich

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung regelt das Studienziel, die Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen, den Aufbau und den Inhalt sowie das Prüfungsverfahren im Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft an der Fakultät Informatik und Medien der HTWK Leipzig.

(2) Der Verlauf des Studiums sowie die zu erbringenden Prüfungen sind im Integrierten **Studienablauf- und Prüfungsplan (ISP)**, die Bestandteile dieser Studien- und Prüfungsordnung sind (**Anlage 1**), ausgewiesen. Hinsichtlich des Studienverlaufs haben sie insoweit empfehlenden Charakter, als bei ihrer Beachtung der Bachelorgrad innerhalb der Regelstudienzeit von 6 Semestern erreicht werden kann. Der Studienablauf- und Prüfungsplan wird durch die **Modulbeschreibungen (Anlage 2)** konkretisiert.

(3) Ziel, Zulassung, Aufbau und Inhalt der in das Studium integrierten berufspraktischen Tätigkeit (Praxisphase) sind in § 5 dieser Studien- und Prüfungsordnung geregelt.

(4) Die zum Bestehen der Abschlussprüfung (Bachelorprüfung) erforderlichen Modulprüfungen und Prüfungsleistungen sind semesterweise für jedes Modul getrennt im Studienablauf- und Prüfungsplan ausgewiesen. Studienablauf- und Prüfungsplan weisen den Namen des Moduls, die zugehörigen Prüfungen, die Prüfungsart, die Prüfungsdauer, die für die Prüfungen notwendigen Voraussetzungen sowie die Wertigkeit in ECTS-Punkten und die Gewichtung bei der Notenbildung aus.

§ 2

Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen

(1) Der Zugang und die Zulassung zum Studium bestimmen sich nach den einschlägigen hochschulrechtlichen Bestimmungen, insbesondere nach dem Sächsischen Hochschulgesetz, dem Sächsischen Hochschulzulassungsgesetz und der Sächsischen Studienplatzvergabeverordnung sowie nach der Immatrikulationsordnung und den Auswahlordnungen der HTWK Leipzig.

(2) Über die Gleichwertigkeit von nachgewiesener Vorbildung und Hochschulzugangsberechtigung entscheidet im Zweifel der Prüfungsausschuss.

§ 3

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. Es befähigt sie außerdem zu wissenschaftlicher Arbeit, selbstständigem Denken und verantwortungsbewusstem Handeln. Neben der Vermittlung berufsbezogenen Wissens schafft das Studium die Grundlage für weiterführende wissenschaftliche Studien und lebenslanges Lernen.
- (2) Das Studium ermöglicht den Studierenden, fachbezogene Fremdsprachenkompetenz und allgemeine berufsqualifizierende Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse zu erwerben. Es fördert ihre Persönlichkeitsentwicklung, ihre interkulturellen und sozialen Kompetenzen und ihre Teamfähigkeit. Die Studierenden gewinnen Einsichten in die Folgen des eigenen beruflichen Handelns und können im Bewusstsein für die gesellschaftliche Rolle der Medienwirtschaft nach professionellen Standards handeln.
- (3) 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 Studierenden werden zu einer kundenorientierten und wirtschaftlichen Gestaltung von Arbeitsabläufen in einem Unternehmen der Medienproduktion und Mediendistribution befähigt, unter besonderer Berücksichtigung der Buch- und Pressemedien.
- (4) 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.
- (5) Zur Erreichung des Studienziels tragen wesentlich der handlungs- und praxisorientierte Aufbau der Lehrveranstaltungen, die Praxisphase sowie die angeleitete Projektarbeit bei.
- (6) Das Studium wird mit dem Erwerb des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses „Bachelor of Arts“, abgekürzt „B.A“, beendet.

§ 4

Aufbau, Inhalt und Dauer des Studiums

- (1) Das Studium wird in der Regel zum Wintersemester aufgenommen.

(2) Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester. Sie basiert auf der nach Studienablauf- und Prüfungsplan empfohlenen Studienabfolge.

Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt (modularer Aufbau). Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, inhaltlich oder methodisch ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Jedes Modul wird mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die nach Maßgabe des Studienablauf- und Prüfungsplans aus einer oder mehreren Prüfungen bestehen kann. Für erfolgreich absolvierte Module werden entsprechend ihrem hierzu erforderlichen Zeitaufwand für

- a) die Teilnahme an Lehrveranstaltungen,
- b) die Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen,
- c) die Ableistung der Praxisphase,
- d) das Selbststudium sowie
- e) die Vorbereitung auf und die Ablegung von Prüfungen

(sog. Arbeitslast oder workload) Punkte nach dem **E**uropean **C**redit **T**ransfer and **A**ccumulation **S**ystem (ECTS-Punkte) vergeben. Ein ECTS-Punkt entspricht für durchschnittlich leistungsfähige Studierende einer Arbeitslast von 30 Zeitstunden.

(3) Vermittlungsformen in Lehrveranstaltungen können insbesondere Vorlesungen, Übungen, Seminare und Praktika sein. Die Praxisphase wird mit dem Praktikumskolloquium abgeschlossen. Dabei handelt es sich um eine Veranstaltung, in der die Studierenden über ihre Erfahrungen berichten und den Praktikumsbericht vorstellen. Pflichtlehrveranstaltungen werden mit Ausnahme von Fremdsprachenmodulen in deutscher Sprache abgehalten, Wahlpflichtlehrveranstaltungen können bei alternativen Angeboten nach Maßgabe der Modulbeschreibung in einer Fremdsprache abgehalten werden.

(4) Der erfolgreiche Abschluss des Studiums erfordert den Erwerb von 180 ECTS-Punkten. Nach Maßgabe von Studienablauf- und Prüfungsplan sind dabei aus den Pflichtmodulen 160, aus den Wahlpflichtmodulen 20 ECTS-Punkte zu erbringen. Im Rahmen der fachbezogenen Fremdsprachenausbildung müssen 10 ECTS-Punkte erworben werden.

(5) Die Module werden nach

- a) Pflichtmodulen, die alle Studierenden zu belegen haben,
- b) Wahlpflichtmodulen, unter denen die Studierenden innerhalb des Modulangebots des Studiengangs einen thematisch eingegrenzten Bereich auswählen können, und
- c) Wahlpflichtmodulen in Form von Wahlmodulen, unter denen die Studierenden innerhalb des Modulangebots aller Fakultäten die freie Auswahl haben, sofern die anbietende Fakultät entsprechende Kapazitäten vorhält,

unterschieden. Weitere Einzelheiten zu den Modulen ergeben sich aus den Modulbeschreibungen.

(6) Die Studierenden können sich im 2. Semester für einen Studienschwerpunkt entscheiden. Sie belegen die dazugehörigen vier Schwerpunktmodule und erwerben damit 20 Leistungspunkte (ECTS-Punkte). Die Wahl eines Studienschwerpunktes ermöglicht den Studierenden die Spezialisierung auf ein Tätigkeitsfeld. Entscheiden sich Studierende nicht für einen Studienschwerpunkt, so können sie frei zwischen den Modulen aus dem Wahlpflichtkatalog wählen. In diesem Fall wird kein Studienschwerpunkt im Bachelorzeugnis ausgewiesen.

(7) 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.

(8) 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 Studierende eingeschrieben haben, absetzen, soweit gewährleistet ist, dass die eingeschriebenen Studierenden ein anderes Wahlpflichtmodul belegen können. Ein Anspruch darauf, dass die Studierenden zu einem bestimmten Wahlpflichtmodul zugelassen oder ihnen ein bestimmtes Wahlpflichtmodul angeboten wird, besteht nicht. Die inhaltliche Ausgestaltung von Schwerpunktmodulen kann Änderungen aufgrund der Aktualisierung des wissenschaftlichen Erkenntnisstandes und der Lehr- und Forschungsschwerpunkte der Dozierenden unterliegen. Bei dem Angebot der Wahlpflichtmodule kann es aufgrund der Stundenplanung zu zeitlichen Überschneidungen kommen.

(9) Im fünften Semester durchlaufen die Studierenden das Pflichtmodul „Praxisphase“ mit 30 ECTS. Näheres zur Praxisphase regelt § 5 dieser Ordnung.

(10) Während der Dauer des Studiums sind Kompetenzen im Umfang von mindestens 1 ECTS aus dem Lernangebot des Studiums generale und von mindestens 4 ECTS aus dem Angebot der fakultätsinternen Schlüsselqualifikationen zu absolvieren. Die Angebote ordnen sich im 6. Fachsemester in den Regelstudienablaufplan ein. Die Angebote können auch in anderen Fachsemestern belegt werden.

§ 5 Praxisphase

(1) Die Praxisphase im 5. Semester umfasst eine mindestens 20 Wochen dauernde praktische Tätigkeit im Berufsfeld im Umfang tarifüblicher Vollarbeitszeit. Sie wird von den Studierenden und den sie betreuenden Professorinnen und Professoren gemeinsam vorbereitet und ausgewertet. Vor Antritt der Praxisphase findet eine Lehrveranstaltung statt, in der über den Zweck der Praxisphase und die Bearbeitung der Forschungsfragen informiert wird. Während der Praxisphase ist ein schriftlicher Praktikumsbericht in Form einer Hausarbeit zu den Forschungsfragen und den Erkenntnissen der Praxisphase zu erstellen. Die Hausarbeit ist spätestens eine Woche vor dem Kolloquium bei der betreuenden Professorin oder dem betreuenden Professor abzugeben. Die Praxisphase

schließt mit dem Praktikumskolloquium ab, in dem die Studierenden die Praxisstelle, die zu Beginn der Praxisphase erhaltenen Forschungsfragen sowie die im Praktikum gefundenen Ergebnisse im Rahmen einer Präsentation vorstellen. Hausarbeit und Präsentation sind unbenotet.

(2) Das Praktikum zielt auf eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis ab. Es ermöglicht den Studierenden sich 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 und sich im künftigen Berufsfeld zu orientieren. Die Studierenden sollen möglichst alle Arbeiten unter Anleitung selbständig ausführen. Es ermöglicht ihnen die Zusammenführung des erworbenen Wissens und Könnens unter realen Bedingungen und den Leistungsforderungen der beruflichen Praxis. Die Praxisphase dient dazu,

- 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 wirtschaftliche und organisatorische Voraussetzungen, Zusammenhänge und die Folgen des eigenen beruflichen Handelns zu gewinnen.

(3) Auf Vorschlag der Studienkommission wählt der Fakultätsrat für die Dauer einer Wahlperiode eine Professorin oder einen Professor der Fakultät zur/zum Praktikumsbeauftragten für den Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft. Die oder der Praktikumsbeauftragte hat folgende Aufgaben:

- Schaffung der organisatorischen Grundlagen für die Durchführung und Betreuung der Praktika
- Sammlung von Adressen geeigneter Praxisstellen
- Beratung der Studierenden in allen praktikumsbezogenen Fragen
- Entscheidung über die Anerkennung von Praxisstellen sowie über die Zulassung zu und Anerkennung von Praktika als Praxisphase
- Organisatorische und inhaltliche Vor- und Nachbereitung der Praktika nach den Ordnungen der Hochschule
- Überprüfung der von den Studierenden einzureichenden Unterlagen für die Praxisphase
- Pflege der Beziehungen zu Praxisstellen
- Zusammenarbeit mit Firmen, Einrichtungen und Fachkräften der Praxis im Hinblick auf generelle und einzelne Studierende betreffende Fragen der Praktika
- Organisation und Durchführung von Treffen mit Ausbildungsleiterinnen oder -leitern bzw. Vertretungen der Praxisstellen.

(4) Praxisstellen sind Unternehmen der Buch- und Pressewirtschaft sowie weitere Bereiche der Kultur- und Medienwirtschaft und verwandte Einrichtungen, z.B. Druckereien und Verbände im Bereich der Buch-, Presse-, Medien-, und Kulturwirtschaft. Die Studierenden schlagen der oder dem Praktikumsbeauftragten des Studiengangs vor Beginn der Praxisphase formlos geeignete Ausbildungsbetriebe zur Anerkennung vor. Die Anerkennung als Praxisstelle setzt voraus, dass die Einrichtung

- in ausreichendem Umfang Aufgaben in medienwirtschaftlichen und/oder artverwandten Tätigkeitsfeldern wahrnimmt und den Studierenden das Erreichen der Praktikumsziele nach Absatz 2 ermöglicht,
- nach ihrer Rechts- und Organisationsform Gewähr dafür bietet, dass die aus dem Praktikumsvertrag erwachsenen Verpflichtungen erfüllt werden,
- die fachliche Anleitung durch Fachkräfte gewährleisten kann.

Die oder der Praktikumsbeauftragte stellt die grundsätzliche Eignung der Praxisstelle vor Vertragsunterzeichnung fest. Die oder der Praktikumsbeauftragte kann die erteilte Anerkennung einer Einrichtung widerrufen, wenn die Einrichtung die notwendigen Voraussetzungen nicht mehr erfüllt.

- (5) Zur Praxisphase wird in der Regel nur zugelassen, wer alle Module des ersten und zweiten Semesters erfolgreich abgeschlossen hat. Die Zulassung ist abzulehnen, wenn
- die Praxisstelle nicht geeignet ist,
 - der Inhalt des Praktikumsvertrages den Anforderungen laut Abs. 5 nicht entspricht,
 - begründete Zweifel bestehen, dass das angestrebte Ziel der Praxisphase durch die praktische Tätigkeit erreicht werden kann.

(6) Über das Praktikum ist zwischen der Praxisstelle und der oder dem Studierenden eine schriftliche Vereinbarung abzuschließen. Die Vereinbarung ist der oder dem Praktikumsbeauftragten vor Beginn der Praxisphase in Kopie zur Bestätigung vorzulegen. Die Vereinbarung enthält mindestens

- Name, Geburtsort sowie -datum der oder des Studierenden,
- Name und Anschrift der Rechtsperson, bei der das Praktikum durchgeführt wird, sowie, falls zutreffend, die Bezeichnung der unselbstständigen Einrichtung,
- den Zweck des Praktikums
- Beginn, Ende und Dauer des Praktikums sowie den Arbeitsumfang (in Wochen und/oder Stunden)
- den Namen der verantwortlichen Person der Praxisstelle für die Durchführung des Praktikums.

(7) Die Praxisphase ist Bestandteil des Studiums, die Studierenden bleiben während dessen immatrikuliert und Mitglieder der Hochschule. Studierende in der Praxisphase sind verpflichtet, den zur Erreichung des Praktikumszieles erforderlichen Anordnungen der vom Träger bzw. dem Leiter oder der Leiterin 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

(8) Während der Praxisphase besteht kein Rechtsanspruch auf Erholungsurlaub. Die Studierenden können in der Praxisphase bei der Praxisstelle bis zu zehn Tage Freistellung beantragen, insbesondere zur Teilnahme an Hochschulveranstaltungen. Fehlzeiten sind nachzuholen. Werden Studierende durch Krankheit oder andere Gründe ohne ihr Verschulden an der Tätigkeit gehindert, ist die fehlende Praxiszeit nachzuholen, wenn sie mehr als 5 Arbeitstage beträgt. Über Ausnahmen entscheidet die oder der Praktikumsbeauftragte nach Absprache mit der Praxisstelle. Fehlzeiten von mehr als 5 Arbeitstagen haben die Studierenden dem Praktikumsbüro unverzüglich unter Einreichung

der Krankschreibung schriftlich mitzuteilen, unabhängig von ihrer Pflicht zur Benachrichtigung der Praxisstelle.

(9) Die Praxisphase kann 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. Während der Praxisphase kann eine für die Studierenden bestätigte Praxisstelle nur in begründeten Ausnahmefällen mit Genehmigung der oder des Praktikumsbeauftragten gewechselt werden.

(10) Die Praxisphase kann im Ausland absolviert werden, wenn die Praxisstelle die Voraussetzungen nach Abs. 4 erfüllt und die Studentin oder der Student die erforderlichen Sprachkenntnisse nachweist

(11) Am Ende der Praxisphase erteilt die Praxisstelle eine Bestätigung über die Absolvierung des Praktikums. Die Bestätigung enthält mindestens den Namen und die Anschrift der Praxisstelle, den Namen der oder des Studierenden, Beginn und Ende des Praktikums, Angaben zu Fehlzeiten, Name, Position und Unterschrift des Ausbildungsbeauftragten und Stempel der Praxisstelle. Sie kann durch eine Beurteilung der Tätigkeit der Praktikantin oder des Praktikanten zu einem qualifizierten Zeugnis ergänzt werden. Die Bestätigung reichen die Studierenden zusammen mit der Hausarbeit bei der oder dem Praktikumsbeauftragten ein. Sofern aus betrieblichen Gründen des Praxisunternehmens diese Frist nicht eingehalten werden kann, kann das Prüfungsamt eine angemessene Nachfrist einräumen.

(12) Das Modul „Praxisphase“ ist bestanden, wenn

- die praktische Tätigkeit den Anforderungen nach Abs. 1 und 2 entspricht,
- der Praktikumsbericht den Anforderungen laut Abs. 1 entspricht,
- das Praktikumskolloquium nach Abs. 1 durchgeführt wurde,
- die Praktikumsbestätigung der Praxisstelle gemäß Abs. 10 die Absolvierung bescheinigt.

Bei Fehlen einer oder mehrerer der in Satz 1 genannten Voraussetzungen entscheidet der Prüfungsausschuss auf Empfehlung der oder des Praktikumsbeauftragten über die Anerkennung der Praxisphase.

§ 6

Studienberatung

(1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt durch das Dezernat Studienangelegenheiten der HTWK Leipzig. Sie erstreckt sich insbesondere auf Fragen der Studienmöglichkeiten, der Immatrikulation, Exmatrikulation und Beurlaubung sowie auf allgemeine studentische Angelegenheiten.

(2) Die studienbegleitende fachliche und organisatorische Beratung wird in Verantwortung der Fakultät durchgeführt und erfolgt durch die Professorinnen und Professoren im Studiengang Buch- und Medienwirtschaft, insbesondere durch die

Studiendekanin oder den Studiendekan. Sie umfasst insbesondere Fragen zu Modulinhalten und zum Studienablauf. Im Rahmen vorhandener Kapazitäten finden, insbesondere zur Unterstützung von Studienanfängerinnen und Studienanfängern, Tutorien statt.

(3) In prüfungsrechtlichen Angelegenheiten, insbesondere zum Vorgehen gegen belastende Entscheidungen der HTWK Leipzig, berät das Justitiariat.

(4) Wer nicht spätestens in der Prüfungsperiode des zweiten Semesters wenigstens einen Prüfungsversuch unternommen hat, muss sich einer Beratung nach Abs. 2 S. 1 unterziehen.

§ 7

Bachelorprüfung

(1) Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Studierenden die Zusammenhänge ihres Fachs überblicken, die Fähigkeit besitzen, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden, die für die Berufspraxis notwendigen Fachkenntnisse erworben und damit das Studienziel erreicht haben. Mit Bestehen der Bachelorprüfung wird der Bachelorgrad (Bachelor of Arts, abgekürzt B.A.) als erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss erworben, der die Basis für den konsekutiven Masterstudiengang „Publishing Management“ bildet.

(2) Die Bachelorprüfung ist modular aufgebaut. Sie ist erfolgreich abgeschlossen, wenn die nach Studienablauf- und Prüfungsplan erforderlichen Leistungsnachweise durch das Bestehen von Prüfungen

- a) in den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen,
- b) in der Praxisphase sowie
- c) im abschließenden Bachelormodul

erbracht und dabei 180 ECTS-Punkte erworben wurden.

(3) Überschreitungen der in dieser Studien- und Prüfungsordnung geregelten Fristen, die der oder die Studierende nicht zu vertreten hat, werden im Prüfungsverfahren nicht angerechnet. Satz 1 gilt bei Inanspruchnahme gesetzlich geregelter Freistellungen im Falle des Mutterschutzes, der Elternzeit oder der Pflegezeit entsprechend. Die Voraussetzungen der Nichtanrechnung haben die Studierenden in geeigneter Weise glaubhaft zu machen.

(4) Mit Ausnahme von Fremdsprachenmodulen und alternativer fremdsprachiger Wahlpflichtmodule sind Leistungsnachweise in deutscher Sprache zu erbringen. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 8

Prüfungen

(1) In Prüfungen wird den Studierenden eine selbst erbrachte, abgrenzbare Leistung auf der Basis einer konkreten Aufgabenstellung abgefordert. Durch das Absolvieren von Prüfungen sollen die Studierenden nachweisen, dass sie über einen dem Studienfortschritt entsprechenden Stand von Wissen, Kenntnissen, Fertigkeiten und Kompetenzen verfügen sowie in der Lage sind, fachbezogene Aufgabenstellungen unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden erfolgreich zu bearbeiten und in angemessener Form schriftlich bzw. mündlich darzulegen oder durch Erschaffung eines Werkes zu belegen.

(2) Prüfungen im Sinne dieser Ordnung sind:

a) Modulprüfungen

Modulprüfungen sind Bestandteil der Abschlussprüfung und dienen der Feststellung, ob die Lernziele eines Moduls erreicht wurden. Sie können aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen gleicher oder unterschiedlicher Art bestehen. Die Noten der Modulprüfungen gehen entsprechend der Regelungen dieser Ordnung in die Bildung der Gesamtnote der Abschlussprüfung ein. Das Bachelormodul wird durch eine Modulprüfung abgeschlossen, die in dieser Ordnung gesondert geregelt ist.

b) Prüfungsleistungen

Prüfungsleistungen sind Bestandteil der Modulprüfung und dienen der Feststellung, ob Teile oder die Gesamtheit der Lernziele eines Moduls erreicht wurden. Sie können aus mehreren Prüfungsteilen und/oder Prüfungsarten (Teilleistungen) bestehen. Die Noten der Teilleistungen gehen entsprechend der Regelungen dieser Ordnung in die Bildung der jeweiligen Modulnote ein. In einer Prüfungsperiode dürfen maximal zwei nach Studienablauf- und Prüfungsplan zu erbringende Erstprüfungen in Pflichtmodulen pro Tag und maximal drei solcher Prüfungen pro Woche abgenommen werden. Ergebnisse schriftlicher und elektronischer Prüfungen werden durch Online-Bekanntgabe oder Aushang an der hierfür vorgesehenen Stelle in der Fakultät oder in sonst geeigneter Weise mitgeteilt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit der Bekanntmachung des Ergebnisses der Prüfung durch schriftliche Mitteilung (Prüfungsbescheid). Die Bekanntgabe des Ergebnisses einer mündlichen Prüfung erfolgt unmittelbar nach Beendigung der Prüfung.

Anzahl, Art, Ausgestaltung und Struktur der Prüfungen sind im Studienablauf- und Prüfungsplan geregelt.

(3) Prüfungsleistungen können in folgenden Prüfungsformen erbracht werden:

- Klausurarbeiten (PK),
- Hausarbeiten (PH),
- Präsentationen (PP),
- Belege (PB),
- Projektarbeiten (PJ),
- Laborarbeiten (PL),

- Computerarbeit/Prüfungen am Computer (PC),
- Referate (PR),
- mündliche Prüfungen/ mündliches Fachgespräch (PM),
- Verteidigung (PV),
- Testat (PT),
- Entwurf (PE),
- Elektronische Klausuren (PEK),
- Fall- oder Feldstudien (PF),
- Teilnahme (TB).

(4) Hausarbeiten, Projektarbeiten, Fall- oder Feldstudien, Belege, Referate, mündliche Prüfungen und die Verteidigung sowie mündliche Prüfungen können auch als Gruppenarbeit von bis zu vier Studierenden gemeinschaftlich erbracht werden, wenn der Beitrag der einzelnen Studierenden nach Inhalt und Umfang in geeigneter Weise abgegrenzt wird, deutlich unterscheidbar sowie bewertbar bleibt und auch isoliert betrachtet den Anforderungen an die entsprechende Prüfung genügt.

(5) Klausuren sind schriftliche Aufsichtsarbeiten. In Klausurarbeiten sollen die Studierenden zeigen, dass sie über ein ausreichendes Grundlagenwissen verfügen und in begrenzter Zeit, mit begrenzten Hilfsmitteln und mittels wissenschaftlicher Methoden ihres Faches Aufgaben lösen, Themen bearbeiten und ihr Wissen in angemessener Form schriftlich darlegen können. Den Studierenden können Aufgaben oder Themen zur Auswahl gestellt werden. Klausuren haben eine Dauer von mindestens 90 Minuten und höchstens 240 Minuten. Klausurarbeiten nach dem Multiple-Choice-Verfahren sind in der Regel ausgeschlossen. Es gelten die entsprechenden Regelungen nach § 13 Abs. 3 und § 14 Abs. 1.

(6) Hausarbeiten, Projektarbeiten sowie Fall- oder Feldstudien werden von den Studierenden selbstständig ohne Aufsicht durch Prüfungspersonal der HTWK Leipzig angefertigt. Konsultationen sind möglich. Sie sollen eine Bearbeitungsdauer von mindestens 2 Wochen und höchstens 6 Monaten haben.

(7) In Hausarbeiten bearbeiten die Studierenden ein schriftlich vorgegebenes Thema innerhalb einer vorgegebenen Frist. Mit dem Abfassen einer Hausarbeit sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit ein Thema bzw. eine Aufgabe mit wissenschaftlichen Methoden seines Fachs problembewusst bearbeiten und darstellen können.

(8) Durch Projektarbeiten sowie Fall- und Feldstudien soll die Fähigkeit zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Ideen nachgewiesen werden, gegebenenfalls auch die Fähigkeit zur Teamarbeit. Hierbei sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb komplexer wissenschaftlicher oder praxisnaher Aufgabenstellungen Ziele zu definieren, problemorientierte Lösungsvorschläge und praxisbezogene Realisierungskonzepte zu erarbeiten. In Projektarbeiten sollen Studierende ein konkretes fach- oder branchenbezogenes Problem, ggf. in Kooperation mit einem externen Praxispartner, bearbeiten und praktisch lösen (z.B. Konzeption und Durchführung einer Instagram-Kampagne für einen Verlag). In Fall- oder Feldstudien sollen Studierende einen konkreten, fachbezogenen Fall kriteriengeleitet und problemorientiert beschreiben,

analysieren und bewerten, ggf. unter Ableitung von Handlungsoptionen oder Verbesserungspotenzial (z.B. die Markenpolitik eines existierenden Verlages). Bestandteil beider Prüfungsformen sind Zwischen- und Abschlusspräsentationen, in denen die Ergebnisse fachlich diskutiert werden.

(9) Testate sind schriftliche Aufsichtsarbeiten. In Testaten soll der Studierende zeigen, dass er eine Lehrveranstaltung erfolgreich besucht hat und inhaltlich die wesentlichen Themen zusammenfassen kann. Die Bearbeitungszeit kann von 30 bis 120 Minuten betragen.

(10) Belege werden von Studierenden selbstständig ohne Aufsicht durch Prüfungspersonal der HTWK Leipzig angefertigt. Konsultationen sind möglich. Durch Belege bearbeiten die Studierenden vorgegebene Aufgabenstellungen oder Themen mit dem Ziel, insbesondere Lösungsansätze, Lösungswege, Erkenntnisse und Schlussfolgerungen reproduzierbar zu dokumentieren. Belege werden häufig als Varianten einer typischen wissenschaftlichen oder praktischen Aufgabenstellung durch die Studierenden bearbeitet.

(11) Projektarbeiten werden von Studierenden selbstständig ohne Aufsicht durch Prüfungspersonal der HTWK Leipzig angefertigt. Konsultationen sind möglich. Innerhalb von Projektarbeiten wird durch die Studierenden eine praxisnahe bzw. wissenschaftliche Aufgabenstellung bearbeitet. Während der Projektbearbeitung werden durch den Studierenden Lösungsansätze erarbeitet, realisiert und durch die schriftliche Projektarbeit dokumentiert. Integrierter Bestandteil der Projektarbeit sind Zwischen- und Abschlusspräsentationen, in denen die Ergebnisse fachlich diskutiert werden. Projektarbeiten eignen sich zur Entwicklung der Teamfähigkeit und können je nach Aufgabenstellung von maximal vier Studierenden als gemeinschaftliche Prüfungsleistung bearbeitet werden. Projektarbeiten können je nach Aufgabenstellung auch als Feld- und Fallstudien oder Planspiele durchgeführt werden.

(12) Durch einen Entwurf befasst sich der Studierende mit einer vorgegebenen Aufgabenstellung innerhalb einer festgelegten Bearbeitungszeit unter Berücksichtigung der praktischen Umsetzbarkeit und dem Ziel der Präsentation der Ergebnisse in Form von Zeichnungen, Skizzen, Modellen, etc.

(13) Der praktische Teil von Laborarbeiten findet als Aufsichtsarbeit statt. Der theoretische Teil wird von den Studierenden selbstständig ohne Aufsicht durch Prüfungspersonal der HTWK Leipzig angefertigt. Konsultationen sind möglich. Laborarbeiten bestehen aus Vorbereitung, Durchführung und Auswertung von Laborversuchen oder Messungen. Je nach Aufgabenstellung sind die Ergebnisse der Laborarbeiten zu interpretieren, zu dokumentieren und zu präsentieren. Laborarbeiten eignen sich zur Entwicklung der Teamfähigkeit und können je nach Aufgabenstellung von maximal vier Studierenden als gemeinschaftliche Prüfungsleistung bearbeitet werden.

(14) In Computerarbeiten/Prüfungen am Computer werden durch die Studierenden vorgegebene Aufgabenstellungen mittels Selbstlernprogrammen oder durch Anwendung bzw. Erstellen von Programmen bearbeitet. Für diese Prüfungsform gelten die formalen Festlegungen von Klausuren.

(15) Durch mündliche Prüfungen/ mündliches Fachgespräch sollen die Studierenden nachweisen, dass sie über ein ausreichendes Grundlagenwissen verfügen, die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennen und spezielle Fragestellungen in einem logisch aufgebauten mündlichen Vortrag zu beantworten in der Lage sind. Eine mündliche Prüfung/ mündliches Fachgespräch hat eine Dauer von mindestens 15 und höchstens 60 Minuten pro Person.

(16) Haben mehrere Professorinnen bzw. Professoren oder andere mit der Lehre beauftragte Personen die Lehrveranstaltungen des betreffenden Moduls gehalten, nehmen sie in der Regel die mündliche Prüfungsleistung gemeinsam ab. In allen anderen Fällen wird die mündliche Prüfung von einer Prüferin bzw. einem Prüfer in Gegenwart einer sachkundigen Beisitzerin oder eines sachkundigen Beisitzers abgenommen.

(17) Mit Referaten und Präsentationen sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit ein Thema bzw. eine Aufgabe mit wissenschaftlichen Methoden ihres Fachs problembewusst bearbeiten, dokumentieren, visualisieren, vortragen und zur Diskussion bringen können. Referate sind theoretisch-analytisch ausgerichtet, Präsentationen anwendungsorientiert. Referate und Präsentationen sind visuell zu unterstützen. Die Vortragsmittel, die zur visuellen Unterstützung oder Begleitung der Vortragsleistung erstellt wurden, sind in Absprache mit der Lehrperson papierförmig oder digital spätestens zu Beginn der Prüfung an die prüfende Person zu übergeben. Eine Einschätzung der Leistung wird unverzüglich nach Ende des Referates oder der Präsentation bekanntgegeben. Die Bewertung und Ergebnisbekanntgabe erfolgt nach Abschluss der Lehrveranstaltung am Ende des Semesters. Als Bearbeitungszeit wird im Studienablauf- und Prüfungsplan die Dauer des vorgetragenen Referates oder der Präsentation angegeben. Eine anschließende fachliche Diskussion sollte die Zeitdauer des eigentlichen mündlichen Vortrags nicht überschreiten.

(18) Im Rahmen einer Verteidigung werden durch die Studierenden die Ergebnisse einer vorausgegangenen schriftlichen Prüfung gegenüber einem (Fach-)Publikum vorgetragen. An den Vortrag schließt sich zum Thema der Aufgabenstellung eine fachliche Diskussion mit Beantwortung themenbezogener Fragen an. Vortrag und Diskussion sollen jeweils ca. 50 % der Prüfungszeit einnehmen. Im Prüfungsplan ist die komplette Dauer der Verteidigung einschließlich fachlicher Diskussion angegeben. Für diese Prüfungsform gelten die formalen Festlegungen von mündlichen Prüfungen.

(19) Elektronische Klausuren sind unter Aufsicht abgenommene Prüfungen, die am Computer mittels eines Prüfungsprogramms durchgeführt und deren Erstellung, Durchführung und Auswertung durch Informations- und Kommunikationstechnologien unterstützt werden. Sie können insbesondere aus Freitextaufgaben, Lückentexten, Zuordnungsaufgaben sowie in Fragen im Antwort-Wahl-Verfahren (Multiple Choice) bestehen. Die Bearbeitungszeit kann von 60 bis 120 Minuten betragen. Für E-Klausuren gelten § 8 Abs. 20 und 21 entsprechend. Ergänzend zum Prüfungsprotokoll sind die Eingaben, Funktion und Operationen der verwendeten Prüfungscomputer anonym aufzuzeichnen. Vor Beginn der Prüfung ist die technische Betriebsbereitschaft der Prüfungscomputer festzustellen.

(20) Die hinreichende Teilnahme (TB) an einer Lehrveranstaltung gilt als erfolgreiche Ablegung der Prüfungsleistung im Sinne dieser Ordnung. Die hinreichende Teilnahme zum Erreichen des Lernziels setzt den Nachweis der Anwesenheit in mindestens 85% der Lehrveranstaltungen voraus. Soweit im Falle des Nichterreichens der vorstehenden Quote Gründe mitursächlich waren, die Rücktrittsgründe im Sinne dieser Ordnung darstellen, kann auf Antrag der Prüfungsausschuss eine anderweitige Prüfungsleistung zum Nachweis des Erreichens des Lernziels festlegen. Auch für die Praxisphase wird eine Teilnahmebescheinigung erteilt. Für diese gelten im Hinblick auf Anwesenheit die Regelungen von § 5 Abs. 8 SPO - BUB.

(21) In der Regel werden Klausurarbeiten und mündliche Prüfungen einmal im Semester angeboten und finden im Anschluss an die Vorlesungszeit in der jeweiligen Prüfungsperiode statt. Präsentationen und Referate werden als integraler Bestandteil einer Lehrveranstaltung in der Regel im Verlauf der Vorlesungszeit absolviert. Diese Prüfungen werden nur in dem Semester angeboten, in dem das Modul nach Studienablauf- und Prüfungsplan stattfindet.

Um die Arbeitslast für die Studierenden über die Vorlesungszeit hinaus auf das gesamte Semester zu verteilen, sollen die Prüfungsleistungen Hausarbeiten und Belege, Projektarbeiten unter Beachtung der in der Modulbeschreibung und im Studienablauf- und Prüfungsplan angegebenen Bearbeitungsdauer bis zum Ende des Semesters abgegeben werden können, in dem das jeweilige Modul absolviert wird.

(22) Für die Dauer von Aufsichtsarbeiten soll die Prüferin oder der Prüfer erreichbar sein. Vor Beginn von Aufsichtsarbeiten haben sich die Studierenden auf Verlangen der aufsichtführenden Person mit amtlichen Lichtbildausweis bzw. Studierendenausweis auszuweisen. Über den Verlauf von Aufsichtsarbeiten ist von der aufsichtführenden Person eine Niederschrift anzufertigen, die mindestens Angaben über Datum, Uhrzeit, Prüfungsraum, Aufsichtsführende und Dauer der Prüfung enthalten sowie die wesentlichen Vorkommnisse vermerken muss. Es ist von einem der jeweiligen Aufsichtsführenden unter Angabe des Namens zu unterschreiben.

Das Prüfungsprotokoll einer mündlichen Prüfung muss Beginn und Ende der Prüfung, den Prüfungsraum, die anwesenden Prüfenden und Beisitzer, den wesentlichen Prüfungsinhalt und das Prüfungsergebnis beinhalten. Es ist von mindestens einer Prüferin oder einem Prüfer zu unterzeichnen.

(23) Die Termine für schriftliche und mündliche Prüfungsleistungen und Modulprüfungen sind unter Angabe des Moduls, der Prüfungsart, der Prüferin oder des Prüfers und ggf. der Beisitzenden und des Prüfungsraums mindestens einen Monat im Voraus durch Online-Bekanntgabe mitzuteilen. Die Bekanntgabe hat die Fristen für die Anmeldung zu und die Abmeldung von Prüfungen anzugeben. An- und Abmeldefristen müssen mindestens zwei Wochen betragen. Fristbeginn ist der auf das Datum der Online-Bekanntgabe folgende Tag.

§ 9

Nachteilsausgleich

- (1) Machen Studierende glaubhaft, dass sie eine Prüfung wegen einer Behinderung oder länger andauernden gesundheitlichen Beeinträchtigung physischer oder psychischer Art nicht und nur eingeschränkt in der Lage sind, unter den vorgegebenen Bedingungen eine Prüfung abzulegen, und dadurch gegenüber den anderen Prüfungsteilnehmenden konkret benachteiligt sind, entscheidet der Prüfungsausschuss auf Antrag über die Gewährung eines geeigneten Nachteilsausgleichs. Eine Behinderung oder länger andauernde gesundheitliche Beeinträchtigung physischer oder psychischer Art im Sinne von Satz 1 ist in der Regel anzunehmen, wenn diese für einen Zeitraum von 6 Monaten andauert oder die Prognose besteht, dass diese für diese Zeit andauern wird.
- (2) Ein Nachteilsausgleich kann nicht gewährt werden, wenn die Beeinträchtigung die in der Prüfung zu ermittelnde Fähigkeit selbst betrifft oder eine persönlichkeitsbedingte generelle inhaltlich prüfungsbezogene Leistungsbeeinträchtigung darstellt.
- (3) Der Antrag soll im Regelfall für Prüfungen im Wintersemester bis spätestens zum 30.11. und im Sommersemester bis spätestens zum 31.05. des jeweiligen Jahres gestellt werden und soll mindestens einen Vorschlag zu einem Nachteilsausgleich enthalten. An den Vorschlag ist der Prüfungsausschuss nicht gebunden.
- (4) Der Antrag kann für mehrere Prüfungen oder Prüfungszeiträume gestellt und bewilligt werden. Abhängig von dem auszugleichenden Nachteil kann beispielsweise eine verlängerte Bearbeitungszeit, die Gewährung von Erholungspausen, die Erbringung der Prüfung in einer anderen Prüfungsform oder auch die Gewährung von persönlichen oder technischen Assistenzen gestattet werden.
- (5) Der Prüfungsausschuss kann die Beibringung eines ärztlichen Attestes verlangen. Auf Wunsch der Studierenden ist die oder der Beauftragte der Hochschule für Studierende mit Beeinträchtigung vor Entscheidung des Prüfungsausschusses zu beteiligen.
- (6) Die oder der Beauftragte für Studierende mit Beeinträchtigung berät in Fragen des Verfahrens zum Nachteilsausgleich

§ 10

Anpassung von Prüfungsbedingungen aus familiären Gründen

- (1) Der oder die Prüfungsausschussvorsitzende kann auf Antrag der oder des Studierenden gestatten, dass Prüfungen oder Prüfungsbedingungen angepasst werden, wenn dies erforderlich ist, um familienbedingte Nachteile im Prüfungsverfahren auszugleichen. Voraussetzung ist, dass die oder der Studierende auf Grund der Betreuung eigener oder im Familienverbund lebender Kinder oder einer Pflegeverantwortung die Prüfung nicht wie vorgeschrieben erbringen kann. Es gilt der Familienbegriff des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Wie die Prüfung zu erbringen ist, entscheidet die oder der Prüfungsausschussvorsitzende in Absprache mit den

zuständigen Prüfenden nach pflichtgemäßem Ermessen. Als geeignete Maßnahmen zum Nachteilsausgleich kommen beispielsweise verlängerte Bearbeitungszeiten, Bearbeitungspausen, Nutzung anderer Medien, alternative Prüfungsformen, Nutzung anderer Prüfungsräume innerhalb der Hochschule oder ein anderer Prüfungstermin in Betracht. Die Maßnahme des Nachteilsausgleiches muss gewährleisten, dass mit der jeweiligen Prüfung das Erreichen des Lernzieles in adäquater Weise zur Regeldurchführung der Prüfung gewährleistet wird.

(2) Anträge nach Abs. 1 sollen bis vier Wochen vor der Prüfung in Textform an die oder den Prüfungsausschussvorsitzenden gestellt werden. Der Antrag ist zu begründen und ihm sind soweit möglich Nachweise zur Glaubhaftmachung beizufügen. Eine Antragstellung ist auch für Prüfungen möglich, die innerhalb eines Urlaubssemesters freiwillig angemeldet wurden.

(3) Ablehnende Entscheidungen sind zu begründen und durch den gesamten Prüfungsausschuss zu bestätigen.

§ 11

Zulassung zu Prüfungen

(1) Die Zulassung zu einer Prüfung setzt voraus, dass die Studierenden im Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft der HTWK Leipzig immatrikuliert sind. Bestimmungen über die Wahlfachhörerschaft, das Frühstudium und das Externat nach der Immatrikulationsordnung der HTWK Leipzig bleiben hiervon unberührt.

(2) Die Zulassung zu Prüfungen nach Maßgabe des Studienablauf- und Prüfungsplans erfolgt von Amts wegen. Die (Nicht-)Zulassung wird durch Online-Bekanntgabe in der Regel zusammen mit den Prüfungsterminen, mitgeteilt.

(3) Die Zulassung zu einer Prüfung kann insbesondere versagt werden, wenn

- a) die Voraussetzungen einer Exmatrikulation gegeben sind,
- b) einer schriftlichen Auflage des Prüfungsausschusses bzw. des Prüfungsamtes nicht nachgekommen worden ist oder
- c) in den sonst im Sächsischen Hochschulgesetz oder in dieser Prüfungsordnung bestimmten Fällen.

Prüfungen, an denen trotz fehlender Zulassung teilgenommen wird, werden nicht bewertet.

(4) Studierende sind zu allen Erstprüfungen und Ersten Wiederholungsprüfungen, für die sie zugelassen sind, automatisch angemeldet. Für Prüfungen, die während einer Beurlaubung oder innerhalb der Praxisphase abgelegt werden sollen, hat sich die oder der Studierende im Prüfungsamt schriftlich anzumelden. Mit Beantragung einer Zweiten Wiederholungsprüfung ist die oder der Studierende automatisch angemeldet.

(5) Studierende können sich von Prüfungen, zu denen sie automatisch angemeldet sind, durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Prüfungsamt bis spätestens zwei Wochen vor dem Prüfungstermin abmelden. Eine Abmeldung von Zweiten Wiederholungsprüfungen ist ausgeschlossen.

§ 12

Anrechnung von Studienzeiten, Leistungsnachweisen und ECTS-Punkten

(1) An der HTWK Leipzig oder an einer anderen Hochschule erbrachte Studienzeiten, (berufs-)praktische Tätigkeiten, Studien- und Prüfungsleistungen werden auf Antrag der Studierenden angerechnet, es sei denn, der Prüfungsausschuss weist wesentliche Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen nach. Die Anerkennung außerhalb der HTWK Leipzig erworbener Abschlüsse zur Berücksichtigung im Rahmen der fachbezogenen Fremdsprachenausbildung erfolgt im Einvernehmen mit dem Hochschulkolleg der HTWK Leipzig.

(2) Die Anerkennung kann nur auf Antrag der Studierenden erfolgen. Der Antrag ist schriftlich, unter Beifügung der für die Anerkennung notwendigen Unterlagen zu stellen. Er muss spätestens eine Woche vor dem Erstprüfungstermin der Prüfung, hinsichtlich der die Anerkennung erfolgen soll, beim Prüfungsamt eingehen. Ein solcher Antrag ersetzt nicht die Abmeldung von Prüfungen nach § 11 Abs. 5. Die Feststellung der Anerkennung trifft der Vorsitzende des Prüfungsausschusses. Die Anerkennung von im Ausland zu erbringenden Leistungsnachweisen kann auch vor Antritt des Auslandsaufenthalts vorweggenommen werden (Learning Agreement).

(3) Außerhalb von Hochschulen erbrachte Leistungen können auf Studienzeiten, (berufs-)praktische Tätigkeiten, Leistungsnachweise und Leistungspunkte auf Antrag der Studierenden angerechnet werden. Der Antrag ist schriftlich, unter Beifügung der für die Anrechnung notwendigen und geeigneten Unterlagen zu stellen. Ein Anrechnungsantrag muss spätestens eine Woche vor dem Erstprüfungstermin der Prüfung, hinsichtlich der die Anrechnung erfolgen soll, beim Prüfungsamt eingehen. Die Anrechnung erfolgt, soweit die Vorleistungen nach Art, Inhalt, Umfang und Anforderungen denjenigen des Bachelorstudienganges Buch- und Medienwirtschaft an der HTWK Leipzig gleichwertig sind (Äquivalenz). Die Anrechnung darf nicht mehr als die Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden Leistungspunkte betragen. Übersteigen die anrechenbaren Leistungen diesen Umfang, so ist auf Verlangen des Prüfungsausschusses verbindlich festzulegen, auf welche Leistungen die Anrechnung erfolgen soll.

(4) Die Versagung der Anerkennung oder Anrechnung ist in Textform zu begründen.

(5) Anerkannte Leistungsnachweise werden mit der vergebenen Note übernommen, wenn das dabei angewandte Notensystem mit dem des Bachelorstudiengangs Buch- und Medienwirtschaft der HTWK Leipzig vergleichbar ist. Liegt keine unmittelbare Vergleichbarkeit nach Satz 1 vor, erfolgt die Anerkennung anhand geeigneter ECTS-Einstufungstabellen. Liegen keine geeigneten ECTS-Einstufungstabellen oder andere geeignete Notenumrechnungstabellen vor, erfolgt die Notenumrechnung anhand der

modifizierten Bayerischen Formel. Ist dies nicht möglich oder ist keine Note ausgewiesen, wird der Leistungsnachweis als „erfolgreich“ bewertet.

§ 13

Bachelormodul

(1) Das Bachelormodul besteht aus der Bachelorarbeit (Abschlussarbeit) und dem Bachelorseminar. Das Bachelorseminar findet begleitend zur Bachelorarbeit statt und wird mit einer Präsentation als Prüfungsform abgeschlossen. Die Präsentation ist nicht benotet.

(2) In der Abschlussarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, ein fachspezifisches Problem innerhalb einer festgelegten Bearbeitungszeit nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Abschlussarbeit wird von einer Professorin oder einem Professor oder einem anderen zur Abnahme von Prüfungen berechtigten Mitglied der HTWK Leipzig auf Vorschlag der Studierenden betreut. Die Betreuung kann nur aus wichtigem Grund abgelehnt werden.

(3) Die Studierenden können das Thema der Abschlussarbeit vorschlagen. Dem Vorschlag soll entsprochen werden, sofern nicht dem Thema oder den Modalitäten der Bearbeitung wichtige Gründe entgegenstehen. Die Ausgabe des Themas der Abschlussarbeit kann erst erfolgen, wenn alle bis auf zwei Modulprüfungen der ersten 4 Semester bestanden wurden. Machen die Studierenden von ihrem Vorschlagsrecht keinen Gebrauch, wird ihnen nach Ergebnisbekanntgabe des - abgesehen vom Bachelormodul - letzten Leistungsnachweises ein Thema zugeteilt. Die Ausgabe des Themas erfolgt über das Prüfungsamt. Thema und Zeitpunkt der Ausgabe sind aktenkundig festzuhalten. Ein ausgegebenes Thema kann auch im Wiederholungsfall insgesamt nur einmal und nur innerhalb eines Monats nach Ausgabe zurückgegeben werden. Mit der Rückgabe hat die oder der Studierende einen alternativen Themenvorschlag einzureichen.

(4) Die Abschlussarbeit muss spätestens 9 Wochen nach der Ausgabe in mindestens zweifacher gebundener Ausfertigung sowie auf einem elektronisch lesbaren Datenträger beim Prüfungsamt abgegeben werden. Die Abgabe ist aktenkundig festzuhalten. Bei der Abgabe haben die Studierenden schriftlich zu versichern, dass sie die Abschlussarbeit selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt haben. Die Studierenden erklären mit Abgabe ihr Einverständnis, dass die Abschlussarbeit unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen sowie der Geheimhaltungsinteressen bei kooperativ erstellten Arbeiten zum Zweck der Prüfung der Eigenständigkeit des Erstellens der Arbeit mit einer aktuellen Plagiatsoftware untersucht werden darf. Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Arbeit sind von den Betreuenden so zu begrenzen, dass die Bearbeitungszeit eingehalten werden kann. Die Bearbeitungszeit kann auf schriftlichen Antrag der Studierenden verlängert werden. Über den Antrag beschließt der Prüfungsausschuss im Benehmen mit den Betreuenden. Eine Verlängerung darf bei Vorliegen eines besonders begründeten Ausnahmefalls nur einmalig und um maximal 2 Monate gewährt werden.

(5) Die Bachelorarbeit ist von zwei Prüfenden nach § 14 Abs. 3 und 7 zu bewerten. Eine Prüferin oder ein Prüfer soll die Betreuerin oder der Betreuer der Bachelorarbeit sein.

§ 14

Bewertung und Notenbildung

(1) Die Bewertung und Ergebnisbekanntgabe von Prüfungen sollen schnell und in für die Studierenden nachvollziehbarer Weise erfolgen. Die Bewertung schriftlicher Prüfungen ist stets, die Bewertung mündlicher Prüfungen auf Verlangen der Studierenden in Textform zu begründen. Die Abschlussarbeit soll spätestens vier Wochen, sonstige schriftliche Prüfungen sollen spätestens sechs Wochen nach Abgabe bewertet sein.

(2) Zweite Wiederholungsprüfungen werden in der Regel von zwei Prüfenden bewertet. Mündliche Prüfungen/mündliche Fachgespräche von mindestens zwei Prüfenden oder von einer Prüferin oder einem Prüfer in Anwesenheit eines sachkundigen Beisitzenden bewertet werden. Die Abschlussarbeit muss von zwei Prüfenden bewertet werden.

(3) Prüfungen können nur nach dem folgenden Bewertungssystem bewertet werden:

Note	Prädikat	Beschreibung
1,0 1,3	sehr gut	eine hervorragende Leistung
1,7 2,0 2,3	gut	eine Leistung, die erheblich über den Anforderungen liegt
2,7 3,0 3,3	befriedigend	eine Leistung, die den Anforderungen entspricht
3,7 4,0	ausreichend	eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt
5,0	nicht ausreichend	eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt

(4) Abweichend von den vorstehenden Regelungen, kann eine Prüfungsleistung ohne Notengebung (unbenotet) bewertet werden. Diese wird mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet und ist im Studienablauf- und Prüfungsplan entsprechend gekennzeichnet. Die Bewertung „nicht bestanden“ entspricht der Note 5 (nicht ausreichend).

(5) Für eine Modulprüfung, die aus mehreren Prüfungsleistungen besteht, wird aus den Bewertungen der einzelnen Prüfungsleistungen eine Modulnote gebildet. Die Modulnotenbildung erfolgt, nachdem alle Prüfungsleistungen des Moduls bewertet wurden. Wird im Studienablauf- und Prüfungsplan keine andere Gewichtung ausgewiesen, errechnet sich die Modulnote aus dem arithmetischen Mittel der Noten der einbezogenen

Prüfungsleistungen. Dabei bleiben unbenotete Prüfungsleistungen unberücksichtigt. Unbenotete Prüfungsleistungen müssen zum Bestehen der Modulprüfung mit „bestanden“ bewertet sein und können nicht kompensiert werden.

(6) Für eine Prüfungsleistung, die aus mehreren Prüfungsteilen und/oder Prüfungsarten (Teilleistungen) besteht, wird aus den Bewertungen der Teilleistungen (Einzelnoten) eine Gesamtnote gebildet. Wird im Studienablauf- und Prüfungsplan keine andere Gewichtung ausgewiesen, errechnet sich die Gesamtnote aus dem arithmetischen Mittel der Einzelnoten.

(7) Im Falle der Modul- oder Gesamtnotenbildung wird nur die erste Dezimalstelle des errechneten arithmetischen oder nach Studienablauf- und Prüfungsplan gewichteten Mittels berücksichtigt und ausgewiesen. Alle weiteren Dezimalstellen werden ohne Rundung gestrichen. Als Modul- oder Gesamtnote können sich damit im Durchschnitt ergeben:

Durchschnittsnote	Gesamtprädikat
bis einschließlich 1,5	sehr gut
1,6 bis einschließlich 2,5	gut
2,6 bis einschließlich 3,5	befriedigend
3,6 bis einschließlich 4,0	ausreichend
ab 4,1	nicht ausreichend

(8) Bewerten mehrere Prüfende eine Prüfung, ergibt sich die Gesamtbewertung aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Wurde die Abschlussarbeit von nur einer Prüferin oder einem Prüfer mit der Note 5 (nicht ausreichend) bewertet, bestellt der Prüfungsausschuss eine dritte Prüferin oder einen dritten Prüfer. Wird auch in der dritten Bewertung die Note 5 (nicht ausreichend) vergeben, ist die Abschlussarbeit nicht bestanden. In allen anderen Fällen ergibt sich die Gesamtbewertung aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Auch wenn sich danach ein arithmetisches Mittel größer als 4,0 errechnet, wird die Abschlussarbeit mit der Note 4,0 (ausreichend) bewertet. Absatz 7 gilt entsprechend.

(9) Aus dem nach Studienablauf- und Prüfungsplan entsprechend der zu vergebenden Leistungspunkte gewichteten Mittel aller Modulnoten errechnet sich die Abschlussnote der Bachelorprüfung. Absatz 6 gilt entsprechend.

Neben der Abschlussnote wird zusätzlich eine Einordnung der erzielten Note in Relation zu anderen Absolventinnen und Absolventen des Studienganges ausgewiesen. Sie folgt den aktuellen Empfehlungen des ECTS-Users' Guide und wird in der Regel auf der Grundlage der Notenverteilungen des Abschlussjahrganges und zwei vorhergehender Jahrgänge errechnet und im Diploma Supplement ausgewiesen.

§ 15

Bestehen, Nichtbestehen und Wiederholen

- (1) Eine Prüfung ist bestanden, wenn die Note 4 (ausreichend) oder besser erreicht wurde. Die Bachelorprüfung ist bestanden, wenn sämtliche nach Studienablauf- und Prüfungsplan erforderlichen Modulprüfungen bestanden sind. Im Falle des Bestehens einer Modulprüfung werden Leistungspunkte erworben. Bestandene Prüfungen können nicht wiederholt werden.
- (2) Setzt sich eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungen zusammen, kann das Bestehen der Modulprüfung nach Maßgabe des Studienablauf- und Prüfungsplans davon abhängen, dass bestimmte Prüfungen mit der Note 4 (ausreichend) oder besser bewertet werden. Andernfalls können nicht bestandene Prüfungen insoweit ausgeglichen werden, als das nach § 14 Abs. 5 errechnete Mittel aller Prüfungen die Note 4 (ausreichend) oder besser ergibt (Kompensation). Die nicht kompensierbaren Prüfungsleistungen ergeben sich aus den jeweiligen Modulbeschreibungen und dem Studienablauf- und Prüfungsplan. Wird eine aus mehreren Prüfungen zusammengesetzte Modulprüfung nicht bestanden, sind nur die nicht bestandenen Prüfungen zu wiederholen.
- (3) Eine Prüfung, für die nicht innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit ein Erstversuch unternommen wurde (Erstprüfung), gilt als nicht bestanden. Als nicht bestanden geltende Erstprüfungen werden mit der Note 5 (nicht ausreichend) bewertet.
- (4) Hat eine Studentin oder ein Student eine Prüfung nicht bestanden, so hat sie oder er sich über die Möglichkeit und die Modalitäten der Wiederholung unverzüglich zu informieren. Eine nicht bestandene Erstprüfung muss innerhalb eines Jahres nach Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses wiederholt werden (Erste Wiederholungsprüfung). Die Jahresfrist gilt als gewahrt, wenn die erste Wiederholungsprüfung in der auf die Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses folgenden übernächsten Prüfungsperiode abgelegt wird. Nach Ablauf der Frist gilt die erste Wiederholungsprüfung als nicht bestanden.
- (5) Die Zulassung zur Wiederholung einer ersten Wiederholungsprüfung (Zweite Wiederholungsprüfung) bedarf der schriftlichen Antragstellung. Der Antrag muss spätestens einen Monat nach Ablauf der auf die Bekanntgabe des Ergebnisses der Ersten Wiederholungsprüfung folgenden Prüfungsperiode beim Prüfungsamt eingehen. Zugelassen wird nur zu dem auf die Antragstellung folgenden nächstmöglichen individuellen Prüfungstermin. Absatz 4 gilt entsprechend. Mit Nichtbestehen einer Zweiten Wiederholungsprüfung ist die Prüfung endgültig nicht bestanden. Eine weitere Wiederholungsprüfung ist nicht zulässig.
- (6) Wird die Abschlussprüfung nicht bestanden, wird den Studierenden auf schriftlichen Antrag vom Prüfungsamt eine Bescheinigung über die Bewertung der erbrachten Prüfungsleistungen und die erworbenen Leistungspunkte ausgestellt. Die Studierenden erhalten eine Exmatrikulationsbescheinigung, sobald sie ein vollständig ausgefülltes Abmeldeformular (Laufzettel) im Dezernat Studienangelegenheiten abgegeben haben.

§ 16

Versäumnis, Rücktritt und Sanktionsnote

(1) Eine Prüfung gilt als nicht bestanden, wenn die Studierenden an einem Prüfungstermin, zu dem sie angemeldet sind, unentschuldigt fehlen oder wenn sie eine festgelegte Bearbeitungszeit ohne hinreichenden Grund überschreiten (Versäumnis). Eine Prüfung gilt ebenfalls als nicht bestanden, wenn die Studierenden ohne triftigen Grund erklären, eine Prüfung, zu der sie endgültig angemeldet sind/waren, nicht gelten lassen zu wollen (grundloser Rücktritt).

(2) Der für das Versäumnis oder den Rücktritt geltend gemachte Grund ist unverzüglich, spätestens jedoch bis zum Ablauf des dritten auf den Prüfungstermin oder das Ende der Bearbeitungszeit folgenden Werktags, schriftlich gegenüber dem Prüfungsamt glaubhaft zu machen und dabei die Anerkennung als Versäumnis- bzw. Rücktrittsgrund zu beantragen. Ein Rücktritt nach Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses ist ausgeschlossen.

(3) Im Krankheitsfall haben die Studierenden innerhalb der in Absatz 2 genannten Frist einen ärztlichen Nachweis zu erbringen. Für den Nachweis der krankheitsbedingten Prüfungsunfähigkeit reicht im Regelfall eine ärztliche Bescheinigung über das Bestehen der Prüfungsunfähigkeit aus, es sei denn, es bestehen tatsächliche Anhaltspunkte, die eine Prüfungsfähigkeit als nicht unwahrscheinlich vermuten oder einen anderen Nachweis als sachgerecht erscheinen lassen. Eine Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung ist nicht geeignet, die Prüfungsunfähigkeit nachzuweisen. Als prüfungsunfähig gilt auch, wer glaubhaft macht, dass ein der eigenen elterlichen Sorge unterfallendes Kind krank (gewesen) ist.

(4) Wird der geltend gemachte Grund anerkannt, gilt die Prüfung als nicht unternommen. Über die Anerkennung entscheidet der Prüfungsausschuss.

(5) Eine Prüfung wird mit der Note 5 (Sanktionsnote) bewertet, wenn die Studierenden versuchen, das Prüfungsverfahren oder ein Prüfungsergebnis durch Drohung, Täuschung oder Benutzung unerlaubter Hilfsmittel zu beeinflussen. Wer den Ablauf einer Prüfung stört oder zu stören versucht (Ordnungsverstoß), kann von der Prüfung ausgeschlossen werden. In diesem Fall wird die Prüfung mit der Sanktionsnote bewertet. Zeit und Grund des Prüfungsausschlusses sind im Prüfungsprotokoll zu vermerken. In Fällen des Satzes 1 sind die Studierenden zuvor anzuhören, in Fällen des Satzes 2 soll zuvor abgemahnt werden.

§ 17

Zeugnisse, Urkunden und Ungültigkeit der Bachelorprüfung

(1) Über die bestandene Bachelorprüfung wird den Studierenden unverzüglich, spätestens innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe des letzten Prüfungsergebnisses, ein Zeugnis in deutscher Sprache ausgehändigt. Das Zeugnis muss insbesondere

- a) den Studiengang,
- b) den Studienschwerpunkt, sofern die Wahl eines Studienschwerpunktes erfolgt ist,

- c) die Noten und ECTS-Punkte sämtlicher Modulprüfungen,
- d) das Thema der Bachelorarbeit sowie
- e) die Abschlussnote und das Gesamtprädikat der Bachelorprüfung

enthalten. Alle Noten sind mit einer Dezimalstelle anzugeben. Es ist von der Dekanin oder dem Dekan und von der/dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen. Zeugnisse tragen das Datum des jeweils letzten Prüfungstermins. Sie sind mit dem Siegel der HTWK Leipzig zu versehen.

(2) Mit dem Zeugnis erhalten die Studierenden die Urkunde über die Verleihung des Grades „Bachelor of Arts“ (Bachelorurkunde) in deutscher und in englischer Sprache. Die Bachelorurkunde ist von der Dekanin bzw. dem Dekan und der/dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen. Absatz 1 Satz 5 und 6 gelten entsprechend.

(3) Zusätzlich zu Zeugnis und Bachelorurkunde wird den Studierenden eine detaillierte Erläuterung zu Voraussetzungen, Zielen und Inhalten des absolvierten Studiengangs in englischer Sprache (Diploma Supplement) ausgehändigt. Die Gliederung des Diploma Supplement folgt der jeweils geltenden Vorgabe der Hochschulrektorenkonferenz. Das Zeugnis wird ergänzend als „Transcript of Records“ in englischer Sprache ausgestellt.

(4) Die Bachelorprüfung kann nach Anhörung der/des Studierenden für "nicht bestanden" erklärt werden, wenn erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt wird, dass die Vergabe der Sanktionsnote nach § 16 Abs. 5 Satz 1 rechtfertigende Umstände vorgelegen haben.

(5) Zeugnisse, Bachelorurkunden, Diploma Supplements und Transcripts of Records werden durch das Prüfungsamt ausgestellt. Das Prüfungsamt kann die Herausgabe fehlerhafter oder inhaltlich falscher Zeugnisse, Bachelorurkunden und Diploma Supplements verlangen.

§ 18

Prüfungsorgane und Prüfungsorganisation

(1) Prüfungsorgane sind der Prüfungsausschuss und das Prüfungsamt.

(2) Der Fakultätsrat bestellt die Mitglieder des Prüfungsausschusses und deren Stellvertretungen. Dem Prüfungsausschuss gehören fünf Professorinnen bzw. Professoren und eine Studentin oder ein Student an. Der Fakultätsrat bestimmt die oder den Vorsitzenden und deren oder dessen Stellvertretung aus dem Kreis der Lehrenden. Die Amtszeit der Professorinnen und Professoren beträgt drei Jahre, die der Studentin oder des Studenten ein Jahr. Die Wiederwahl ist möglich.

(3) Soweit nicht anders bestimmt, ist der Prüfungsausschuss in allen diese Studien- und Prüfungsordnung berührenden Fragen zuständig. Insbesondere überwacht er die Einhaltung der hier getroffenen Regelungen und befindet im Rahmen des § 21 Abs. 4 über Widersprüche gegen im Prüfungsverfahren getroffene Entscheidungen. Der

Prüfungsausschuss kann Verfügungen und Auflagen erlassen oder sonstige erforderliche Maßnahmen treffen, um zu gewährleisten, dass die Studierenden ihre Prüfungen in der vorgesehenen Zeit ablegen können. Er gibt Anregungen zur Reform von Prüfungs- und Studienordnungen und Studienplänen.

(4) Der Prüfungsausschuss kann einzelne Aufgaben seiner bzw. seinem Vorsitzenden übertragen. Seine Entscheidungen sind aktenkundig zu machen und dem Prüfungsausschuss zu seiner jeweils nächsten Sitzung vorzulegen. Die bzw. der Vorsitzende führt die laufenden Geschäfte des Prüfungsausschusses.

(5) Der Prüfungsausschuss wird mindestens einmal pro Semester von der bzw. dem Vorsitzenden einberufen. Er ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit seiner Mitglieder anwesend ist. Beschlüsse werden mit der Mehrheit der Stimmen der Anwesenden gefasst. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der oder des Vorsitzenden. Entscheidungen des Prüfungsausschusses sind den Betroffenen in der Regel schriftlich mitzuteilen. Die Ablehnung von Anträgen ist zu begründen.

(6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses sind berechtigt, bei der Abnahme von Prüfungen zugegen zu sein. Satz 1 gilt nicht für studentische Mitglieder des Prüfungsausschusses, die sich in demselben Prüfungszeitraum der gleichen Prüfung zu unterziehen haben.

(7) Der Prüfungsausschuss tagt nichtöffentlich. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses sind zur Verschwiegenheit verpflichtet.

(8) Zur Wahrnehmung seiner Aufgaben, insbesondere zur Prüfungsorganisation, bedient sich der Prüfungsausschuss eines Prüfungsamtes. Er kann dem Prüfungsamt die Wahrnehmung bestimmter Aufgaben dauerhaft übertragen. Im Zusammenhang mit Zulassung zur und Anerkennung sowie Organisation der Praxisphase werden Aufgaben auf den oder die Praktikumsverantwortliche und das Praktikumsbüro übertragen. Näheres regelt § 5.

§ 19

Prüfende und Beisitzende

(1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfenden und Beisitzenden. Die Bestellung kann für maximal ein Studienjahr im Voraus erfolgen.

(2) Zur Prüferin bzw. zum Prüfer darf nur bestellt werden, wer die Voraussetzungen nach § 36 Abs. 6 SächsHSG erfüllt. Den Prüfenden obliegt die ordnungsgemäße Durchführung und Bewertung von Prüfungen.

(3) Zu Beisitzenden dürfen nur Personen bestellt werden, die mit dieser Studien- und Prüfungsordnung vertraut sind und die für den jeweiligen Prüfungsgegenstand erforderliche Sachkunde besitzen. Beisitzende unterstützen die Prüferin bzw. den Prüfer administrativ. Beisitzenden steht weder ein Bewertungsrecht noch ein Frage- oder Aufgabenstellungsrecht zu.

- (4) Prüfende und Beisitzende sind zur Verschwiegenheit verpflichtet.

§ 20

Aufbewahrung und Einsichtnahme von Prüfungsunterlagen

- (1) Die Studierenden betreffende Prüfungsunterlagen werden entsprechend der Archivordnung aufbewahrt und archiviert.
- (2) Studierenden wird innerhalb eines Jahres nach Bekanntgabe des entsprechenden Prüfungsergebnisses Einsicht in die Prüfungsunterlagen gewährt. Ort und Zeit der Einsichtnahme legen die Prüferinnen und Prüfer im Benehmen mit den betreffenden Studierenden fest.

§ 21

Widerspruchsverfahren

- (1) Das Widerspruchsverfahren an der HTWK Leipzig findet hinsichtlich belastender Verwaltungsakte nach dieser Ordnung, insbesondere im Zusammenhang mit Exmatrikulation, Bewertung von Prüfungsleistungen, Anrechnung und Anerkennung, statt.
- (2) Der Widerspruch ist innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe der Entscheidung schriftlich bei der Rektorin bzw. dem Rektor der HTWK Leipzig oder bei der Stelle, welche die Entscheidung getroffen hat, zu erheben. Der Widerspruch kann auch zur Niederschrift des Justitiariats der HTWK Leipzig erhoben werden. Der Widerspruch kann innerhalb eines Jahres nach Bekanntgabe der Entscheidung erhoben werden, wenn eine Belehrung des Studierenden über die Möglichkeit der Einlegung eines Rechtsbehelfs unterblieben ist (§ 58 VwGO).
- (3) Die Studierenden sind zur verfahrensrechtlichen Mitwirkung verpflichtet. Im Falle der Widerspruchserhebung gegen eine Prüfungsbewertung sollte eine nachvollziehbare Darlegung eines Bewertungsfehlers und/oder der begründeten Behauptung der Verletzung einer wesentlichen Vorschrift des Prüfungsverfahrens erfolgen. Die Verletzung dieser Vorschrift muss ursächlich für die angegriffene Prüfungsbewertung gewesen sein oder es darf nicht auszuschließen sein, dass sie hätte ursächlich gewesen sein können.
- (4) Soweit dem Widerspruch stattgegeben wird, entscheidet der Prüfungsausschuss durch Abhilfebescheid. Kann dem Widerspruch nicht abgeholfen werden, ergeht ein Widerspruchsbescheid. Diesen erlässt die Rektorin bzw. der Rektor der HTWK Leipzig. Der Widerspruchsbescheid ist zu begründen, mit einer Rechtsmittelbelehrung zu versehen und der/dem Studierenden zuzustellen. Der Widerspruchsbescheid legt fest, wer die Kosten des Verfahrens trägt.

(5) Gegen die belastende Entscheidung und den Widerspruchsbescheid kann innerhalb eines Monats nach seiner Zustellung Klage beim Verwaltungsgericht Leipzig erhoben werden.

§ 22

Überleitungs- und Schlussbestimmungen

(1) Die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft wurde am 01. Februar 2023 vom Fakultätsrat der Fakultät Informatik und Medien beschlossen. Sie tritt am Tage nach der Genehmigung durch das Rektorat¹ in Kraft. Sie gilt ab Wintersemester 2023/2024 für alle Studierenden, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2020/2021 aufgenommen haben.

(2) Studierende, die mit der neuen Studien- und Prüfungsordnung entfallende oder geänderte Module begonnen aber noch nicht abgeschlossen haben, beenden diese nach der vorherigen Prüfungsordnung. Vorhergehende Modulversionen werden von Amts wegen angerechnet. Zusätzlich werden folgende Module der vorherigen Prüfungsordnung automatisch angerechnet:

- das Modul F176.1 „English for Special Purposes II for Bookselling“ wird angerechnet für Modul F163.1 „English for Special Purposes (B2): Book and Media Marketing“
- das Modul W139.1 „Supply Chain Management and International Business“ wird angerechnet für das Modul F953.1 „English for Special Purposes (C1): Publishing – Prospects and Challenges“
- das abgeschlossene Modul G839.2 „Publikationsprozesse“ wird angerechnet für die Module G839.3 „Publikationsprozesse“ und G838 „Workflow- und Metadatenmanagement“

Die Teilleistungen im Modul I248 „Schlüsselqualifikationen“ der vorherigen Studien- und Prüfungsordnung werden von Amts wegen für die Module U862.1 „Schlüsselqualifikation“ und U006 „Studium generale“ angerechnet.

(3) Glauben Studierende, aus der für sie zuletzt vor dieser Studien- und Prüfungsordnung geltenden Ordnung dieses Studiengangs eine für sich günstigere Regelung herleiten zu können, so können sie auf schriftlichen Antrag die Anwendung dieser Regel verlangen. Die Antragstellung ist bis längstens 31. Dezember 2024 möglich.

(4) Die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter www.htwk-leipzig.de veröffentlicht.

¹ genehmigt durch Beschluss vom 25. Juli 2023

Anlagen

1. Studienablauf- und Prüfungsplan
2. Modulbeschreibungen

Allgemein

Studiengangskürzel	20BUB Version: 4
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 (gültig ab)	2020
Status	Studiengang benötigt Überarbeitung
Regelstudienzeit in Semestern	6 Semester
Erforderliche Leistungspunkte	180
Studienmodus	In Vollzeit studierbar
Studienmodell	Keine Angabe
Für den Auslandsaufenthalt empfohlen	Auslandsaufenthalt empfohlen im 5. und/oder 6. Fachsemester
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 G391.2 (15BVB1100 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	10	4/2/0/0 PM 20 Min.					
Wissenschaftskompetenz Academic Skills G587.1 (15BVB1200 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	0/3/1/0 PH 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 90 Min.					
Elektronisches Publizieren: Grundlagen Electronic Publishing: Fundamentals C718.2 (15BVB1500 (1.FS,PF)) Pflichtmodul	5	4/0/2/0 PK 120 Min.					
Marketing I: Marketing-Grundlagen Marketing I: Principles of Marketing W420.2 (15BVB2400 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		2/2/0/0 PK 90 Min.				
Allgemeine Volkswirtschaftslehre Introduction to Economics W638.1 (15BVB2100 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		4/0/0/0 PK 90 Min.				
Handelsbetriebslehre Retail and Wholesale Management G622.1 (15BVB2200 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		2/0/0/0 PK 90 Min.				
Buchführung Accounting W137.1 (15BVB2300 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		3/0/0/0 PK 90 Min.				
Elektronisches Publizieren: Praxis Electronic Publishing: Practice C683.2 (15BVB2500 (2.FS,PF)) Pflichtmodul	5		0/4/1/0 PK ¹ 50% 90 Min. PP ¹ 50% 60 Min.				
English for Special Purposes (B2): Book and Media Marketing English for Special Purposes (B2): Book and Media Marketing F163.1 (15BVB3200 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			0/2/0/0 PR ³ 20 Min.			
Publikationsprozesse Publishing Processes G839.3 (15BVB3100 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			2/2/0/0 PK 90 Min.			
Kosten- und Leistungsrechnung Cost Accounting G486.1 (15BVB3300 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			4/0/0/0 PK 90 Min.			
Controlling Management Accounting G470.1 (15BVB3400 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			0/2/0/0 PK 90 Min.			
Marketing II: Medienmarketing Marketing II: Media Marketing G434.1 (15BVB3500 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5			2/0/0/0 PK 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.
English for Special Purposes (C1): Publishing - Prospects and Challenges English for Special Purposes (C1): Publishing - Prospects and Challenges F953.1 (15BVB3200 (3.FS,PF)) Pflichtmodul	5				0/2/0/0 PH ³ 3 Wo.		
Workflow- und Metadatenmanagement Management of Publishing Processes and Metadata G838 Pflichtmodul	5				0/2/0/0 PH 4 Wo.		
Medienhandelsmanagement Media Trade Management W260.2 (15BVB4100 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				0/2/0/0 PJ 4 Wo.		
Institutionelle und funktionelle Distribution Institutional and Functional Distribution G190.1 (15BVB4300 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				2/1/1/0 PP 30 Min.		
Recht in Medienunternehmen Media Law I323.1 (17BMB4400 (4.FS,PF)) Pflichtmodul	5				3/2/0/0 PK 90 Min.		
Praxisphase Internship G233.2 (15BVB5100 (5.FS,PF)) Pflichtmodul	30					0/2/0/0 TB ² 20 Wo. PH ² 20 Wo. PP ² 30 Min.	
Bachelormodul Bachelor's Thesis G968.2 (15BVB9010 (6.FS,PF)) Pflichtmodul	15						0/1/0/0 PH 9 Wo. PP ² 20 Min.
Studium generale General Studies U006 Pflichtmodul	1						1/0/0/0 TB ²
Schlüsselqualifikation Key Qualification U862.1 Pflichtmodul	4						X
Kommunikation und Medien Communication and Media I590.1 (15BVB6100 (6.FS,PF)) Pflichtmodul	5						2/0/0/0 PK 90 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
Buchhandelsmanagement: Grundlagen Booktrade Management: Basics G514.1 (15BVB7110 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF 12 Wo.				
Buchhandelsmanagement: Ladenplanung und Visual Merchandising Booktrade Management: Store Planning and Visual Merchandising G007.1 (15BVB7120 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP 20 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.
Buchhandelsmanagement: Beschaffung und Lagerhaltung Booktrade Management: Procurement and Warehousing G214.1 (15BVB7130 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ 14 Wo.		
Buchhandelsmanagement: Spezielle Probleme Booktrade Management: Special Problems G722.1 (15BVB7140 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP 20 Min.
Studienschwerpunkt Kommunikationsmanagement	20		5	5	5		5
Kommunikationsmanagement: Grundlagen Communication Management: Basics G080.2 (15BVB7210 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF 12 Wo.				
Kommunikationsmanagement: Mediaplanung Communication Management: Media Planning G245.1 (15BVB7220 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP 20 Min.			
Kommunikationsmanagement: Online-Kommunikation und Social-Media Communication Management: Online Communication and Social Media G769.1 (15BVB7230 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ 14 Wo.		
Kommunikationsmanagement: Spezielle Probleme Communication Management: Special Problems G521.1 (15BVB7240 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP 20 Min.
Studienschwerpunkt Pressemanagement	20		5	5	5		5
Pressemanagement: Grundlagen und Pressewesen Newspaper and Periodical Management: Basics and Press Market G287.1 (15BVB7410 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF 12 Wo.				
Pressemanagement: Marketingplanung und Organisation Newspaper and Periodical Management: Marketing Planning and Organisation G299.1 (15BVB7420 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP 20 Min.			
Pressemanagement: Redaktionsmanagement und Strategie Newspaper and Periodical Management: Editorial Management and Strategy G647.1 (15BVB7430 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ 14 Wo.		
Pressemanagement: Innovation und neue Märkte Newspaper and Periodical Management: Innovation and New Markets G202.1 (15BVB7440 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP 20 Min.
Studienschwerpunkt Veranstaltungsmanagement	20		5	5	5		5
Veranstaltungsmanagement: Grundlagen Event Management: Basics G814.1 (15BVB7310 (2.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5		0/1/2/0 PF 12 Wo.				
Veranstaltungsmanagement: Konzepte und Instrumente Event Management: Approaches and Instruments G879.1 (15BVB7320 (3.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5			0/1/2/0 PP 20 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.
Veranstaltungsmanagement: Messemarketing Event Management: Trade Fair Marketing G027.1 (15BVB7330 (4.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5				0/1/2/0 PJ 14 Wo.		
Veranstaltungsmanagement: Spezielle Probleme Event Management: Special Problems G908.1 (15BVB7340 (6.FS,WP)) Wahlpflichtmodul	5						0/1/2/0 PP 20 Min.
Summe SWS pro Semester:		24	30	26	27	2	16
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 | PR - Prüfung Referat | TB - Teilnahmebescheinigung | Min. - Minuten | Mon. - Monate | Std. - Stunden | Wo. - Wochen | SWS - Semesterwochenstunde

Modul	English for Special Purposes (B2): Book and Media Marketing English for Special Purposes (B2): Book and Media Marketing
Modulnummer	F163 [15BVB3200 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	HSK: Hochschulkolleg - Fremdsprachen und Interkulturalität
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Wintersemester
Modulverantwortliche	Dr. phil. Antje Tober antje.tober@htwk-leipzig.de
Dozierende	Sebastian Turnbull sebastian.turnbull@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Englisch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	120 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Referat Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Diskussion - Aktives Plenum - Arbeit mit Texten - Studentische Referate - Projektarbeit - Gruppenarbeit
Medienform	- Präsentationen - Übungsblätter - Tafelbild - Lehrfilme - Hörbeispiele
Lehrinhalte/Gliederung	- Current issues in the publishing and bookselling line - Reading promotion initiatives worldwide - Target groups and their special requests - Briefing press about new books (press releases and book reviews) - Presenting company reports / explaining graphs and trends - Terminology on media, advertising, and marketing - Terminology on company organisation and ownership forms
Qualifikationsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - komplexe studien- und berufsrelevante Hör- und Lesetexte, auch zu weniger vertrauten Themen, zu verstehen; - unter Verwendung vielfältiger, auch komplexer sprachlicher Mittel studien- und berufsrelevante Gesprächssituationen, in denen es um komplexe Themen aus bekannten Themenbereichen geht, sicher zu bewältigen; - eine klare und systematisch angelegte Präsentation vorzutragen und dabei wesentliche Punkte und relevante unterstützende Details hervorzuheben; - spontan vom vorbereiteten Text abzuweichen und vom Publikum aufgeworfene interessante Fragen aufzugreifen (häufig in bemerkenswert gewandter und flüssiger Weise); - Sachverhalte ausführlich zu erläutern und Standpunkte zu verteidigen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine

Empfohlene Voraussetzungen	Sprachkenntnisse auf mittlerem Niveau (B1) bzw. entsprechendes Ergebnis im Einstufungstest des Bereichs Fremdsprachen und Interkulturalität im Hochschulkolleg. Bei Bedarf sollte ein Aktivierungskurs besucht werden.
Literaturhinweise	Zusatz- und Übungsmaterial (PC, Audio, Video, Print) im Multimedia-Sprachlernzentrum (SLZ) verfügbar. Eine aktuelle Literaturempfehlung erfolgt zu Semesterbeginn durch den/die Dozenten/in.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Das Modul ist im Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft verwendbar.
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	English for Special Purposes (C1): Publishing - Prospects and Challenges English for Special Purposes (C1): Publishing - Prospects and Challenges
Modulnummer	F953 [15BVB3200 (3.FS,PF)] Version: 1
Fakultät	HSK: Hochschulkolleg - Fremdsprachen und Interkulturalität
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Dr. phil. Antje Tober antje.tober@htwk-leipzig.de
Dozierende	Sebastian Turnbull sebastian.turnbull@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Englisch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	120 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 3 Wochen Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- Diskussion - Aktives Plenum - Arbeit mit Texten - Studentische Referate - Projektarbeit - Gruppenarbeit
Medienform	- Präsentationen - Übungsblätter - Tafelbild - Lehrfilme - Hörbeispiele
Lehrinhalte/Gliederung	- Analysis of printing supply chain - Discussing book packaging and production - Improving project management processes - Performing a SWOT analysis - Leveraging intellectual property rights - Understanding and negotiating licence agreements - Reaching new audiences - Acquiring and retaining talent

Qualifikationsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - komplexe studien- und berufsrelevante Hör- und Lesetexte aus einem breiten Spektrum an Themen zu verstehen und dabei auch implizierte Meinungen und Einstellungen zu erfassen; - unter flexiblem und effektivem Einsatz eines breiten Repertoires sprachlicher Mittel studien- und berufsrelevante Gesprächssituationen zu einem breiten Themenspektrum konstruktiv zu gestalten und sich dabei spontan und fließend auszudrücken; - Sachverhalte präzise und differenziert darzustellen sowie schlüssig zu argumentieren; - klare, gut strukturierte Ausführungen zu komplexen Themen zu verfassen und dabei zentrale Punkte hervorzuheben; - einen Aufsatz oder Bericht zu verfassen, in dem etwas systematisch erörtert wird, wobei entscheidende Punkte angemessen hervorgehoben und stützende Details angeführt werden.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Sprachkenntnisse auf gehobenem mittlerem Niveau (B2) bzw. entsprechendes Ergebnis im Einstufungstest des Bereichs Fremdsprachen und Interkulturalität im Hochschulkolleg.
Literaturhinweise	Zusatz- und Übungsmaterial (PC, Audio, Video, Print) im Multimedia-Sprachlernzentrum (SLZ) verfügbar. Eine aktuelle Literaturempfehlung erfolgt zu Semesterbeginn durch den/die Dozenten/in.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Das Modul ist im Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft verwendbar.
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement: Innovation und neue Märkte Newspaper and Periodical Management: Innovation and New Markets
Modulnummer	G202 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	Seminar - Dozentenvortrag mediengestützt mit aktiven Lernanteilen - angeleitete Seminardiskussion - exemplarische Einarbeitung in Theorien und Methoden des Fachgebiets - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Praxisprojekte mit problemorientiertem Lernen: Studierende erarbeiten an relevanten, kontextbezogenen und lebensechten Situationen Lösungen für aktuelle Probleme Übung - Anleitung zum selbstständigen Arbeiten und Lernen mit aktiven Lernanteilen - Diskussionen und Erörterungen unter Anleitung des Dozenten zum Erlernen selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten. - In der praktischen Übung sollen die kritische Aufarbeitung, die schriftliche Darstellung und der mündliche Vortrag eines Problems und seiner Lösung durch wissenschaftliche Arbeitsweise und Methodik geübt werden.
Medienform	- Präsentation - Vorlesungsskript
Lehrinhalte/Gliederung	- Innovation, Innovationsentwicklung, Innovationsmanagement - Werbewirtschaft, Werbemärkte, Drittmärkte, 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 - können Innovationen sowie neue Geschäftsmodelle entwickeln und managen, - 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement: Beschaffung und Lagerhaltung Booktrade Management: Procurement and Warehousing
Modulnummer	G214 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien - Praxisprojekte mit externen Partnern - Gruppenarbeit - Praktikum in der CampusBuchhandlung - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Begriffsbestimmung, Bedeutung und Aufgaben der Beschaffung und Lagerhaltung im Buchhandel - Instrumente und Methoden der optimalen Beschaffungspolitik im Buchhandel - Beschaffungs- und Lagerhaltungscontrolling - Praktische Erprobung der Lehrinhalte in der Campusbuchhandlung
Qualifikationsziele	Die Studierenden - können die Begriffe Beschaffung und Lagerhaltung erklären und kennen deren Bedeutung und Aufgaben, - können verschiedene Beschaffungsentscheidungen unterscheiden, - kennen Bedingungen unterschiedlicher Beschaffungsszenarien, - können optimale Beschaffungsentscheidungen treffen, - kennen verschiedene Lagerhaltungspolitiken im Buchhandel, - kennen die für das Beschaffungs- und Lagerhaltungscontrolling maßgeblichen Kennzahlen und können sie anwenden, - können selbstorganisiert und reflexiv die Lehrinhalte auf die Campusbuchhandlung übertragen und verfügen über kommunikative und organisatorische Kompetenzen, sie in Bezug auf die Beschaffung und Lagerhaltung in der Campusbuchhandlung praktisch umzusetzen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

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

Modul	Kommunikationsmanagement: Mediaplanung Communication Management: Media Planning
Modulnummer	G245 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - Praxisprojekte mit externen Partnern - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Werbeträger und Werbemittel in der Buchindustrie - Klassische Kommunikationsinstrumente in Buchhandel und Verlagen - Werbeträgeranalyse und Mediaselektion - Werbemittelgestaltung - Push- und Pull-Marketing - Werbe-Briefing und Werbekonzeption
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die Kriterien und Instrumente des Werbetimings, der Werbebudgetierung und des Kommunikations-Controllings, - kennen die Elemente eines Werbebriefings und können sie für eine Kampagnenplanung selbstständig anwenden, - kennen die Kriterien der Mediaselektion und können sie für eine Kampagnenplanung selbstständig anwenden.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement: Messemarketing Event Management: Trade Fair Marketing
Modulnummer	G027 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- angeleitete Arbeit im Projekt - kooperative Planung und Durchführung von Veranstaltungen - angeleitete Seminardiskussion - mediengestützter Dozentenvortrag
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Entwicklung und Umsetzung eines Konzepts für den Messeauftritt des Studiengangs auf der Leipziger Buchmesse - Messestandgestaltung und Terminkoordination der Beteiligten - Planung und Durchführung von Veranstaltungen im Rahmen der Messe - Umgang mit Veranstaltungstechnik - Verwaltung und Kontrolle des Messebudgets - Instrumente und Methoden der Messeerfolgskontrolle
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die in Verbindung mit dem Messemarketing sinnvoll einzusetzenden Marketingmaßnahmen, - können diese Marketingmaßnahmen planen, in der Praxis umsetzen und ihren Erfolg kontrollieren, - 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, - sind in der Lage unter Zeitdruck geeignete Veranstaltungsformate zu entwickeln und durchzuführen, - verfügen über kommunikative und organisatorische Kompetenzen, die sie in Bezug auf die Planung, Organisation und Kontrolle des Messeauftritts 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement: Grundlagen und Pressewesen Newspaper and Periodical Management: Basics and Press Market
Modulnummer	G287 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	Seminar - Dozentenvortrag mediengestützt mit aktiven Lernanteilen - angeleitete Seminardiskussion - exemplarische Einarbeitung in Theorien und Methoden des Fachgebiets - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Praxisprojekte mit problemorientiertem Lernen: Studierende erarbeiten an relevanten, kontextbezogenen und lebensnahen Situationen Lösungen für aktuelle Probleme Übung - Anleitung zum selbstständigen Arbeiten und Lernen mit aktiven Lernanteilen - Diskussionen und Erörterungen unter Anleitung des Dozenten zum Erlernen selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten - In der praktischen Übung sollen die kritische Aufarbeitung, die schriftliche Darstellung und der mündliche Vortrag eines Problems und seiner Lösung durch wissenschaftliche Arbeitsweise und Methodik geübt werden.
Medienform	keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	Journalismus - Grundlagen Pressewesen, Management und Journalismus sowie Pressegeschichte - Pressewesen und Pressemanagement in der wissenschaftlichen Forschung und Berufspraxis - Journalismus und Journalistik, Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Medientheorie - Grundlagen der journalistischen und redaktionellen Arbeit, Pressearbeit und PR - journalistische Darstellungsformen, journalistische Recherche, journalistische Stilformen, journalistische Qualität, journalistische Ethik - Rechtsfragen und rechtliche Grundlagen: Presserecht, Medienrecht, Pressefreiheit, Informationsfreiheit, Meinungsfreiheit - Praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektarbeit
Qualifikationsziele	Die Studierenden - beherrschen die theoretischen und wissenschaftlichen Grundlagen der Fachdisziplin sowie die praktischen journalistischen Arbeitstechniken der Recherche und der Inthalteaufbereitung - 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement: Marketingplanung und Organisation Newspaper and Periodical Management: Marketing Planning and Organisation
Modulnummer	G299 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	Seminar Dozentenvortrag mediengestützt, mit aktiven Lernanteilen, angeleitete Seminardiskussion, exemplarische Einarbeitung in Theorien und Methoden des Fachgebiets, Fallstudien (Case Studies), Gruppenarbeit, studentische Referate, Praxisprojekte, mit problemorientiertem Lernen: Studierende erarbeiten an relevanten, kontextbezogenen und lebensnahen Situationen Lösungen für aktuelle Probleme. Übung Anleitung zum selbstständigen Arbeiten und Lernen, mit aktiven Lernanteilen, Diskussionen und Erörterungen unter Anleitung des Dozenten zum Erlernen selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten. In der praktischen Übung sollen die kritische Aufarbeitung, die schriftliche Darstellung und der mündliche Vortrag eines Problems und seiner Lösung durch wissenschaftliche Arbeitsweise und Methodik geübt werden.
Medienform	- Präsentation - Vorlesungsskript
Lehrinhalte/Gliederung	- Marketingpläne entwickeln und organisieren sowie managen - 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 marktorientierte Projekte im Pressebereich und führen diese durch, - besitzen die dafür nötigen theoretischen Kenntnisse sowie praktischen Fertigkeiten und können diese mit entsprechender Organisation 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 marktorientiertes Presseprodukt inhaltlich und kaufmännisch planen und umsetzen sowie organisieren, - 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 Buch- und Medienwirtschaft
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: 2
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
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung mündliches Fachgespräch Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Die Studierenden - 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement: Grundlagen Booktrade Management: Basics
Modulnummer	G514 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien - Praxisprojekte mit externen Partnern - Gruppenarbeit - Praktikum in der CampusBuchhandlung - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Instrumente und Methoden der Beschreibung von Buchhandelskonzepten - die Bedeutung des Buchhandels im Buchvertriebssystem - die Wertkette einer Buchhandlung - die Entwicklung von Kernkompetenzen im Buchhandel - Auswirkungen neuer Kommunikations- und Informationstechnologien auf die Kernkompetenzen des Buchhandels - Rechtliche Bedingungen des Buchhandelsbetriebs - Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in der Campusbuchhandlung
Qualifikationsziele	Die Studierenden - können Buchhandelskonzepte kriteriengeleitet beschreiben, - kennen die Bedeutung des Buchhandels für den Buchvertrieb, - können die Besonderheiten der Elemente und des Aufbaus der Wertkette einer Buchhandlung benennen, um diese praxis- und entscheidungsrelevant anzuwenden, - wissen, was Kernkompetenzen sind und können mit Hilfe der Wertkette Kernkompetenzen für Buchhandlungen identifizieren und entwickeln, - kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen zum Betrieb einer Buchhandlung, - können selbstorganisiert und reflexiv in einer Buchhandlung arbeiten und verfügen über kommunikative und organisatorische Kompetenzen in den Bereichen Führung, Teamarbeit und Präsentation und können sie in Bezug auf die Arbeitsabläufe in einer Buchhandlung 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikationsmanagement: Spezielle Probleme Communication Management: Special Problems
Modulnummer	G521 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Gruppenarbeit - Praxisprojekte mit externen Partnern - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktikern - studentische Präsentationen
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- spezielle und neue Formen der Marketingkommunikation im Rahmen des Verlagsmarketings: u.a Storytelling, Content Marketing, Branded Content, Online Public Relations - spezielle Probleme der Zielgruppengewinnung und -bindung, der Absatzförderung sowie der Image- und Markenbildung im Verlagsmarketing - PR und Pressearbeit als Kommunikationsinstrumente für Verlage - Praxisprojekt mit einem externen Unternehmenspartner der Medienbranche
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen moderne Instrumente der Marketingkommunikation und können sie bewerten und selbstständig konzipieren, - kennen die Grundlagen von PR und Pressearbeit im Verlag, - können die erworbenen Kenntnisse in einem Praxisprojekt mit einem externen Auftraggeber aus der Medienwirtschaft selbstständig und zielgruppengerecht anwenden und in eine marktwirksame Kommunikationsmaßnahme transferieren.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Pressemanagement: Redaktionsmanagement und Strategie Newspaper and Periodical Management: Editorial Management and Strategy
Modulnummer	G647 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 14 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	Seminar - Dozentenvortrag mediengestützt mit aktiven Lernanteilen - angeleitete Semindiskussion - exemplarische Einarbeitung in Theorien und Methoden des Fachgebiets Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Praxisprojekte mit problemorientiertem Lernen: Studierende erarbeiten an relevanten, kontextbezogenen und lebensnahen Situationen Lösungen für aktuelle Probleme. Übung - Anleitung zum selbstständigen Arbeiten und Lernen mit aktiven Lernanteilen - Diskussionen und Erörterungen unter Anleitung des Dozenten zum Erlernen selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten. - In der praktischen Übung sollen die kritische Aufarbeitung, die schriftliche Darstellung und der mündliche Vortrag eines Problems und seiner Lösung durch wissenschaftliche Arbeitsweise und Methodik geübt werden.
Medienform	- Präsentation - Vorlesungsskript
Lehrinhalte/Gliederung	- Instrumente und Methoden des Redaktionsmanagements - Grundlagen Strategie, strategische Planung und strategisches Management - Organisation und Prozesse, Entwicklung und Planung, Management, Innovation - Personaleinsatz, Personalauswahl, Personalentwicklung, Personalmanagement - Redaktionsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung, Marketingmanagement - Redaktions-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei journalistischen Produkten)

Qualifikationsziele	Die Studierenden - akzeptieren die Notwendigkeit systematisch geplanter und umgesetzter Redaktionsarbeit, - können strategisch denken, planen und managen, - können journalistische Mitarbeiter/innen 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement: Ladenplanung und Visual Merchandising Booktrade Management: Store Planning and Visual Merchandising
Modulnummer	G007 [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 I 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung I Prüfungsdauer: 20 Minuten I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien - Praxisprojekte mit externen Partnern - Gruppenarbeit - Praktikum in der CampusBuchhandlung - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Ziele und Instrumente der Ladengestaltung und des Visual Merchandising - Planungsinstrumente und -methoden für die Verkaufsraumgestaltung einer Buchhandlung - Methoden und Instrumente des Visual Merchandising im stationären Buchhandel - Reflexion der Ladengestaltung und des Visual Merchandising anhand praktischer Beispiele - Praktische Erprobung der Lehrinhalte in der Campusbuchhaltung
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die Ziele und Instrumente der Ladengestaltung des Visual Merchandising, - können die Einrichtung und das Visual Merchandising einer Buchhandlung planen und umsetzen, - kennen die Wirkungsweise verschiedener Präsentationstechniken, - können praktische Umsetzungen der Ladengestaltung und des Visual Merchandising kritisch-reflexiv beurteilen und Verbesserungsvorschläge entwickeln, - können selbstorganisiert und reflexiv die Lehrinhalte auf die Campusbuchhaltung übertragen und verfügen über kommunikative und organisatorische Kompetenzen, sie in Bezug auf Ladengestaltung und Visual Merchandising in der Campusbuchhaltung 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Buchhandelsmanagement: Spezielle Probleme Booktrade Management: Special Problems
Modulnummer	G722 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien - Praxisprojekte mit externen Partnern - Gruppenarbeit - Praktikum in der CampusBuchhandlung - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Mehrkanal-Management im Buchhandel (Multichannel-, Omnichannel-Management) - der Einfluss des Mehrkanal-Managements auf die Entscheidungs- und Handlungsstrukturen im Buchhandel - Methoden und Instrumente digitaler Anwendungen im stationären Buchhandel - Methoden der Sortimentssteuerung im Buchhandel - Betriebsführung und Controlling im Buchhandel - Diskussion und Reflexion aktueller Problemfelder im Buchhandel - Praktische Erprobung ausgewählter Lehrinhalte in der Campusbuchhandlung
Qualifikationsziele	Die Studierenden - wissen, welche Methoden des Mehrkanalabsatzes es gibt, - kennen den Einfluss des Mehrkanal-Managements auf die Entscheidungs- und Handlungsstrukturen im Buchhandel, - kennen verschiedene digitale Anwendungen im stationären Buchhandel, - kennen Controllinginstrumente zur Führung und Steuerung von Buchhandlungen, - können zentrale Instrumente des Managements in den Bereichen Finanzen, Personal und Organisation für eine Buchhandlung methodisch-konzeptionell anwenden und bewerten, - können ihre Kommunikations- und Teamfähigkeiten vor dem Hintergrund der praktischen Erprobung in der Campusbuchhandlung reflektieren und beurteilen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

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

Modul	Kommunikationsmanagement: Online-Kommunikation und Social-Media Communication Management: Online Communication and Social Media
Modulnummer	G769 [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 I 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Projektarbeit Modulprüfung I Prüfungsdauer: 14 Wochen I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit/Praxisprojekte mit externen Partnern - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Grundlagen des Online Marketings für Verlage - Grundlagen strategischen Social Media Marketings in der Buchindustrie - Maßnahmen und Erfolgsfaktoren des Social Media Marketings
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die marktstrategisch relevanten Typen und Instrumente der Online-Kommunikation, - können eine Online-Kampagne selbstständig zielgruppen- und marktgerecht konzipieren und operativ planen, - können zusammen mit einem Praxispartner eine zielgruppenaffine Social-Media-Maßnahme marktwirksam durchführen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Kommunikationsmanagement: Grundlagen Communication Management: Basics
Modulnummer	G80 [15BVB7210 (2.FS,WP)] Version: 2
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 I 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung I Prüfungsdauer: 12 Wochen I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Grundlagen der Kommunikation (Begriffe, Modelle, Ziele) - Spezifika der Marketing- und Unternehmenskommunikation - Funktionen von Kommunikation im Marketing-Mix - Kommunikationswirkung und Kommunikationsprozess (Werbeplan) - Copy Strategie und Copy Analyse - Verkaufsförderung (Sales Promotion) - Integrierte Kommunikation (u.a. Corporate Identity, Markenpolitik)
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen Grundbegriffe und -konzepte der Marketingkommunikation, - kennen die wichtigsten Werbewirkungsmodelle, - kennen die Elemente eines Werbeplans und können sie selbstständig planen, - können Positionierungsstrategien selbstständig auf Medienprodukte anwenden, - können selbstständig eine Copy Strategie für ein Verlagsprodukt entwickeln, - können eine Copy Analyse für Konkurrenzprodukte durchführen, - kennen die wichtigsten Instrumente der Marktselektion und -segmentierung.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe

Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement: Grundlagen Event Management: Basics
Modulnummer	G814 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Fall- oder Feldstudie Modulprüfung Prüfungsdauer: 12 Wochen Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - studentische Referate - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktikern
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen - Instrumente und Methoden zur Beschreibung von Veranstaltungen - der Veranstaltungsmarkt - Messegesellschaften und der Messemarkt - Typologie von Messen - die Bedeutung des Messemarketing im Marketingmix von Unternehmen der Medienwirtschaft - die Messeaktivitäten von Fach- und Publikumsverlagen - Elemente eines erfolgreichen Messeauftritts - Anforderungen an eine zielgruppenorientierte Planung und Durchführung des Messeauftritts
Qualifikationsziele	Die Studierenden - können Veranstaltungsarten kriteriengeleitet beschreiben, - können die Bedeutung des Veranstaltungsmanagements einschätzen, - kennen den Markt für Veranstaltungen und die Besonderheiten von Messen, - wissen um die Bedeutung des Messemarketing und können dieses in den Marketingmix von Verlagen und Unternehmen der Pressewirtschaft einordnen, - 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Workflow- und Metadatenmanagement Management of Publishing Processes and Metadata
Modulnummer	G838 Version: 0
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 Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	2 SWS (2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	120 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 4 Wochen Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - Case Studies - Gastvorträge von Branchenexpertexpertinnen und -experten
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Traditioneller vs. moderner Workflow im Verlag (Wertkette) - Grundlagen des Workflow-Managements im Verlag - Moderne Verlagssoftware zur elektronischen Prozess-Steuerung in Verlagen - Metadatenmanagement und Titelklassifikation mittels ONIX /thema - Mehrfachverwertung (Crossmedialität, Content Syndication, Single-Source-Publishing) - Digitale Produktformen und Erlösmodelle von Verlagen - Medienneutralität und XML in der Verlagspraxis - XML: Struktur- u. Inhaltsanalyse, DTD, produkt-politische Anwendung - Content Management Systeme (CMS) - Manuscript Submission Systems - Media Asset Management Systeme (MAM) - Outsourcing und Book Packaging - Kooperationen im Publikationsprozess - Corporate Publishing - Imprints: Funktionen und Beispiele aus der Verlagspraxis - Selfpublishing und Open Access, hybride Autoren - Produkt-politische Trends am Beispiel von Influencer-Titeln (z.B. Community Editions) - Algorithmen- und KI-basierte Titelplanung (QualiFiction, wattpad)

Qualifikationsziele	Die Studierenden - können die aktuellen Veränderungen von Wertketten in Medienunternehmen adäquat beschreiben und analysieren, - kennen die Instrumente professionellen Workflow-Managements und können sie selbstständig anwenden, - kennen die wichtigsten Funktionen, Einsatzfelder und Anbieter moderner Verlagssoftware, - verstehen Relevanz, Standards und Methoden des Metadatenmanagements in Verlagen und können Titel selbstständig und marktgerecht mithilfe von ONIX und Thema klassifizieren, - kennen Konzepte und betriebswirtschaftliche Funktionen der Mehrfachverwertung von Content, - kennen die Grundlagen medienneutraler Datenhaltung und XML und können sie zielgruppenaffin bei der Content- und Produktplanung anwenden, - kennen wichtige neue (digitale) Geschäftsmodelle in der Verlagswirtschaft und können sie sachgerecht analysieren und planen, - kennen innovative Methoden der KI-basierten Contentplanung und -evaluation und können deren Einsatzfelder und Nutzen selbstständig und sachgerecht analysieren und reflektieren.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine Angabe
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Publikationsprozesse Publishing Processes
Modulnummer	G839 [15BVB3100 (3.FS,PF)] Version: 3
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 Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	90 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktiker - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Technische Grundlagen der Medienproduktion (print und digital) - Allgemeine Grundlagen des Mediendesigns (Typographie, Layout) - Grundlagen des Qualitätsmanagements - Von der Autoren- und Contentakquise bis zur Gewinnung markadäquater Qualitätskriterien - Inhaltsgenerierung, -selektion und -verarbeitung - Zielgruppen- und markadäquate Titelpositionierung - Verlagstypen und ihre spezifischen Publikationsprozesse - Grundlagen der Programmentwicklung - Titel- und Budgetplanung im Jahresverlauf - Titelfindung und Titelschutz - Sachgerechte Konkurrenzanalyse - Auflagenbestimmung, Kalkulation und Preisfindung - Entscheidungsstrukturen in Verlagen (Verlagskonferenz) - Vertragsschluss (Verhandlung, Honorare, Verlagsvertrag) - Abstimmung und Koordination urheberrechtlicher Fragen (Abbildungen, Zitate, Lizenzen)

Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die unterschiedlichen inhaltlich und technisch definierten Prozesse in der Medienproduktion von Verlagen, - haben grundlegende Kenntnisse zur technischen Produktion dieser Medien und zur Einhaltung von Qualitätsstandards, - können Print- und elektronische Medien hinsichtlich ihrer inhaltlichen, technischen und gestalterischen Qualität beschreiben, beurteilen und selbstständig planen - können die mit der Medienerstellung verbundenen Kosten einschätzen und kalkulieren, - können Prozesse und Produkte adäquat am Marktumfeld und an den Zielgruppenbedürfnissen orientieren, - kennen die Elemente und Fachtermini der Typographie und des Layouts und können sie selbstständig anwenden, - kennen die zentralen Prozessschritte von der Content-Akquisition bis zur Druckfreigabe, - können Verlagsprodukte im Hinblick auf Inhalt, Nutzen und Ausstattung selbstständig zielgruppen- und marktgerecht positionieren.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Veranstaltungsmanagement: Konzepte und Instrumente Event Management: Approaches and Instruments
Modulnummer	G879 [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	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Gruppenarbeit - Praxisprojekte mit externen Partnern
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Ziele und Instrumente des Veranstaltungsmanagements im Rahmen des Messemarketing - Konzeptentwicklung für Veranstaltungen - Entwicklung eines Messemarketing-Konzepts - Festlegung von Messezielen und Ableitung einer Messestrategie - Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und deren operative Umsetzung - Planung des Messeauftritts sowie von Einzelveranstaltungen im Rahmen der Messe - Budgetierung von Messebeteiligungen
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die Bedeutung des Veranstaltungsmanagements innerhalb des Messemarketings, - sind in der Lage, ein 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.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft

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

Modul	Veranstaltungsmanagement: Spezielle Probleme Event Management: Special Problems
Modulnummer	G908 [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 I 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	105 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung I Prüfungsdauer: 20 Minuten I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- angeleitete Seminardiskussion, - Fallstudien (Case Studies), - Gruppenarbeit - Praxisprojekte mit externen Partnern
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- virtuelle und hybride Veranstaltungsformate - die Bedeutung von virtuellen und hybriden Veranstaltungen auf dem Veranstaltungsmarkt - Instrumente und Ziele virtueller bzw. hybrider Veranstaltungen in der Medienbranche - Spezielle Probleme bei der Planung und Durchführung virtueller Veranstaltungen - Entwicklung eines Konzepts für eine virtuelle/hybride Veranstaltung in Kooperation mit einem Praxispartner (Verlag, Buchhandlung, Verband)
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen verschiedene virtuelle und hybride Veranstaltungsformate, - wissen um deren Bedeutung in der Medienbranche, - kennen Instrumente und Methoden zur Entwicklung dieser Veranstaltungsformate, - sind in der Lage innerhalb kurzer Zeit ein Konzept für eine virtuelle oder hybride Veranstaltung für einen Praxispartner zu entwickeln und ggf. durchzuführen, - können ihre Kommunikations- und Teamfähigkeiten vor dem Hintergrund der praktischen Erprobung mit einem Unternehmen aus der Branche reflektieren und beurteilen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft

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

Modul	Bachelormodul Bachelor's Thesis
Modulnummer	G968 [15BVB9010 (6.FS,PF)] Version: 2
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 Dozentin/Dozent in: "Bachelorseminar" Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Bachelorseminar" Prof. Dr. phil. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Bachelorseminar" Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Bachelorseminar"
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	435 Stunden 360 Stunden in "Bachelorarbeit" 75 Stunden in "Bachelorseminar"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Hausarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 9 Wochen Wichtigkeit: 100% Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 20 Minuten Wichtigkeit: 0% nicht benotet in "Bachelorseminar"
Lehr- und Lernformen	Bachelorarbeit: - Bachelorseminar: - Dozentenvortrag - studentische Referate - Fallstudien

Medienform	Bachelorarbeit: keine Angabe Bachelorseminar: 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	Die Studierenden können aktuelle Problemstellungen aus der Branche eigenständig aufbereiten, reflektieren und auch präsentieren. Sie beherrschen wissenschaftliche Arbeitsweisen und können diese auf spezifische Problemstellungen anwenden. Sie können komplexe Sachverhalte schriftlich darstellen und sich dabei wissenschaftlicher Standards bedienen. Sie beherrschen Recherchetechniken und Quellenerschließung. Sie können wesentliche Ergebnisse von Ausarbeitungen präsentieren und reflektieren.
Zulassungsvoraussetzung	Die Ausgabe des Themas der Bachelorarbeit erfolgt frühestens, wenn bis auf zwei alle Modulprüfungen der ersten fünf Semester bestanden sind.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Bachelorarbeit: Empfehlung durch den/die Betreuer/in Bachelorseminar: Empfehlung durch den/die Betreuer/in
Aktuelle Lehrressourcen	Bachelorarbeit: keine Bachelorseminar: keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Studium generale General Studies
Modulnummer	U006 Version: 0
Fakultät	HSK: Hochschulkolleg - Studium generale
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Modulverantwortliche	Dr. rer. nat. Martin Schubert martin.schubert@htwk-leipzig.de
Dozierende	Dr. rer. nat. Martin Schubert martin.schubert@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	1 ECTS-Punkte
Workload	30 Stunden
Lehrveranstaltungen	1 SWS (1 SWS Vorlesung)
Selbststudienzeit	16 Stunden 16 Stunden Selbststudium
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Teilnahmebescheinigung Modulprüfung Wichtigkeit: 100% nicht benotet
Lehr- und Lernformen	- Vorlesung - Seminar
Medienform	Powerpoint-Präsentationen, Videosequenzen, Folien, Tafelbild
Lehrinhalte/Gliederung	Im Studium Generale werden gesellschaftsrelevante Themen und wissenschaftlich/technologische Fragestellungen mit fachübergreifendem Charakter behandelt. Dabei soll der Blick auf die Funktions- und Kommunikationsmechanismen in unserer Gesellschaft geschärft werden. Die Bearbeitung eines Themas erfolgt aus möglichst unterschiedlichen Perspektiven. Zur Realisierung des Lernziels werden Lehrveranstaltungen mit unterschiedlichen Lehrinhalten angeboten, aus denen je nach Platzangebot frei gewählt werden kann.
Qualifikationsziele	Im Studium Generale sollen der fachübergreifende Charakter von Lehre und Forschung sowie die Zusammenhänge von Theorie und Praxis vermittelt werden. Der Studierende soll dabei befähigt werden, über sein eigenes Handeln zu reflektieren, sein Wissen einzuordnen und Zusammenhänge zu erkennen. Durch die offene und kontroverse Auseinandersetzung anhand eines ausgewählten Themas soll das Urteils- und Handlungsvermögen in politischen, ökonomischen, ökologischen und interkulturellen Bereichen ausgebildet werden.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine Angabe
Literaturhinweise	Eine aktuelle Literaturempfehlung erfolgt zu Semesterbeginn durch den Dozenten!
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Themenfeld 6 und Wahlpflichtfeld V: Transdisziplinäre Kompetenzen (im Studiengang MUB)
Verwendbarkeit	in allen Bachelor-Studiengängen
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	https://www.htwk-leipzig.de/studieren/im-studium/studium-generale-ueberfachliche-kompetenzen/

Modul	Schlüsselqualifikation Key Qualification
Modulnummer	U862 Version: 1
Fakultät	FIM-TEC: Technische Medienstudiengänge - Fakultät Informatik und Medien
Niveau	Bachelor
Dauer	1 Semester
Turnus	Sommersemester
Modulverantwortliche	Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch uwe.kulisch@htwk-leipzig.de
Dozierende	
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	4 ECTS-Punkte
Workload	120 Stunden
Lehrveranstaltungen	0 SWS
Selbststudienzeit	0 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Keine Angabe
Lehr- und Lernformen	Abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot der Fakultät Medien.
Medienform	Abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot der Fakultät Medien.
Lehrinhalte/Gliederung	Die konkreten Lehrinhalte hängen von der gewählten Lehreinheit "Schlüsselqualifikation" aus dem jährlich vom Fakultätsrat beschlossenen Angebotskatalog der Fakultät ab.
Qualifikationsziele	Der Studierende erhält eine grundlegende Lernkompetenz, wird zum selbstständigen Wissenserwerb befähigt und schult seine Kommunikationsfähigkeit. Er erlernt eine fachübergreifende Arbeits- und Denkweise, erlangt soziale und kulturelle Kompetenzen und erlernt ethisches Denken. Diese Fähigkeiten sind neben dem fachspezifischen Wissen Voraussetzung für den beruflichen Werdegang und die Persönlichkeitsentwicklung. Die konkreten Qualifikationsziele hängen von der gewählten Lehreinheit "Schlüsselqualifikation" aus dem jährlich vom Fakultätsrat beschlossenen Angebotskatalog der Fakultät ab.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine Angabe
Literaturhinweise	keine Angabe
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Themenfeld 6 und Wahlpflichtfeld V: Transdisziplinäre Kompetenzen (im Studiengang MUB) Informationen in Opal und Einschreibung über die Studienämter
Verwendbarkeit	Alle Bachelorstudiengänge der Fakultät Medien
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: 2
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" Prof. Dr. rer. pol. Holger Müller (Marketing) holger.mueller.ma@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Marketing"
Sprache(n)	Deutsch in "Marketing" Deutsch in "Projektmanagement"
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden 90 Stunden in "Marketing" 60 Stunden in "Projektmanagement"
Lehrveranstaltungen	4 SWS (2 SWS Vorlesung 2 SWS Seminar) 2 SWS (2 SWS Vorlesung) in "Marketing" 2 SWS (2 SWS Seminar) in "Projektmanagement"
Selbststudienzeit	90 Stunden 60 Stunden in "Marketing" 30 Stunden in "Projektmanagement"
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 90 Minuten Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	Marketing: Vorlesung Projektmanagement: - Seminargespräch - Gruppenarbeit - Referate - Case Studies
Medienform	Marketing: Vorlesung in Präsenz Projektmanagement: Präsenzseminar

Lehrinhalte/Gliederung	Marketing: - 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 Projektmanagement: - Grundmuster digitaler Geschäftsmodelle - kunden- und marktorientierte Methoden zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und Produkte - Von der Idee zum Prototypen: Iteratives Umsetzen einer Produktidee - Erarbeitung eines Business Case: Canvas-Konzepte, Businesspläne und andere Methoden - Klassisches und agiles Projektmanagement für digitale Produkte
Qualifikationsziele	Die Studierenden - kennen die Möglichkeiten marktorientierter Unternehmensführung. - akzeptieren die Notwendigkeit, die Unternehmenstätigkeiten am Markt auszurichten. - kennen das Nachfragerverhalten auf Konsum- und Investitionsgütermärkten. - kennen das Ziel und die Ausprägungen der Marketinginstrumente. - sind zum Umgang mit Marktforschungsstudien befähigt. - können marktorientierte Verhaltensweisen planen, durchführen und reflektieren. Die Studierenden - können selbständig und strategisch Geschäftsmodelle für Medienunternehmen definieren und konzipieren. - kennen die relevanten Analyse- und Entscheidungsfelder marktwirksamer Geschäftsmodelle und die geeigneten Instrumente der Zielgruppen- und Marktbewertung. - können Produktideen selbständig und systematisch in eine strukturierte Projektplanung transferieren. - kennen die Methoden der Business-Plan-Erstellung und können sie selbständig anwenden. - kennen die Grundsätze und Instrumente des resultatorientierten Projektmanagements und können sie selbständig bei der Konzeption digitaler Medienprodukte einsetzen. Die Studierenden können Fachtexte lesen und wiedergeben und haben einen Überblick über Branchenspezifika der Medienbranche.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Marketing: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt Projektmanagement: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	Marketing: keine Projektmanagement: keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag, - angeleitete Seminardiskussion - Gruppenarbeit - Textarbeit
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 Buch- und Medienwirtschaft
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 I 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung I Prüfungsdauer: 90 Minuten I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Hybride Lehre mit Powerpointfolien - Anwendung des Gelernten an Realbeispielen - Gruppenarbeit mit praxisbezogenen Übungen
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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 Im Seminar werden die einzelnen Inhalte anhand eines Muster-Businessplans vertieft.
Qualifikationsziele	- 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	- Wöhe/Döring: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre - Schmalen/Pechtl: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft - Oehrich: Betriebswirtschaftslehre - Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation Alle Quellen stets in der aktuellsten Auflage. Weitere Quellen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt.
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	- Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion - Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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	Prof. Dr. rer. nat. habil. Martin Grüttmüller martin.gruettmueller@htwk-leipzig.de
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 I 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung I Prüfungsdauer: 90 Minuten I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Präsenzlehre in der Vorlesungen - Bearbeiten von Beispielproblemen und Lösungsfindung in Präsenz in den Seminaren
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Lernziele: Erwerb grundlegender Kenntnisse und Fertigkeiten zum Lösen von Aufgaben aus Finanzmathematik, linearer Optimierung, Differentialrechnung und Statistik Fach- und methodische Kompetenzen: - 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 Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Elektronisches Publizieren: Grundlagen Electronic Publishing: Fundamentals
Modulnummer	C718 [15BVB1500 (1.FS,PF)] Version: 2
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 Modulprüfung Prüfungsdauer: 120 Minuten Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	Multimedia-Grundlagen: - mediengestützter Dozentenvortrag - Übungen - Gruppendiskussionen XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: - mediengestützter Dozentenvortrag mit Diskussionsmöglichkeit - angeleitete Arbeit am Computer mit Seminardiskussion
Medienform	Multimedia-Grundlagen: keine Angabe XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	Multimedia-Grundlagen: - 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 XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: - 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	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. 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.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Multimedia-Grundlagen: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	Multimedia-Grundlagen: keine XML- und HTML5-basierte Publikationstechniken: keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	mediengestützter Dozentenvortrag
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 Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - Lernen aus Lösungsbeispielen - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Die Studierenden kennen die Grundbegriffe im Einzelhandel und akzeptieren die Notwendigkeit von Handelsbetrieben. Sie können die Existenzberechtigung des Handels mit Hilfe der Transaktionskostentheorie zeigen. Sie kennen die Funktionen von Handelsbetrieben und können sie erläutern. Sie verstehen die Probleme der handelsbetrieblichen Leistungserstellung und können diese erläutern. Sie kennen die wesentlichen Kostenarten von Handelsbetrieben und deren Bedeutung. Sie kennen und akzeptieren die Wichtigkeit personal- und warenwirtschaftlicher Fragestellungen in Handelsbetrieben und können sie auf unbekannte Problemstellungen übertragen. Sie können ausgewählte Fragen der handelsbetrieblichen Strukturpolitik erläutern und mit Hilfe geeigneter Methoden bearbeiten. Sie haben die Kompetenz, handelsbetriebliche Maßnahmen zu beurteilen und auf den Buchhandel zu übertragen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Dozentenvortrag unter Einsatz unterschiedlicher Medien - angeleitete Gruppendiskussion - Arbeit mit praxisnahen Fallstudien
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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 - 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 Buch- und Medienwirtschaft

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

Modul	Elektronisches Publizieren: Praxis Electronic Publishing: Practice
Modulnummer	C683 [15BVB2500 (2.FS,PF)] Version: 2
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 Wichtung: 50% nicht kompensierbar in "Kommunikations- und Netzwerktechnik"
	Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 60 Minuten Wichtung: 50% nicht kompensierbar in "Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen"

Lehr- und Lernformen	Kommunikations- und Netzwerktechnik: - mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Gruppenarbeiten - Übungen Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: - mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Praxisprojekte mit externen Partnern - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktikern - Textarbeit - Konzeption des und Arbeit an sowie Analyse eines Fallbeispiels
Medienform	Kommunikations- und Netzwerktechnik: -Präsentation -Vorlesungsskript -Tafelbild -Lehrfilm Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Kommunikations- und Netzwerktechnik: - 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 Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: - 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	Die Studierenden haben Grundkenntnissen der Kommunikations- und Netzwerktechnik und sind befähigt zur Durchführung einfacher praktischer Handlungen auf diesem Gebiet Sie kennen aktuelle Entwicklungen des Elektronischen Publizierens, haben ein Verständnis hinsichtlich des kontinuierlichen Wandels des EP und können Informationsquellen darüber nachhaltig nutzen. Die Studierenden können die Besonderheiten verschiedener Zielgruppen bei der Entwicklung von EP/Social Media-Produkten berücksichtigen. 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.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Kommunikations- und Netzwerktechnik: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt

Aktuelle Lehrressourcen	Kommunikations- und Netzwerktechnik: keine Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen: keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - Lernen aus Lösungsbeispielen - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung - Kostenrechnungssysteme - Kostenartenrechnung - Kostenstellenrechnung - Kostenträgerstück- und Kostenträgerzeitrechnung - Handelskalkulation - Managementerfolgsrechnung
Qualifikationsziele	Die Studierenden - 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 Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - Lernen aus Lösungsbeispielen - E-Learning-Tools
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Die Studierenden können erläutern, was unter Controlling zu verstehen ist und können die Begriffe "Controlling" und "Controller" voneinander abgrenzen. Sie kennen die Notwendigkeit von Controlling als Managementaufgabe. Sie können den Controllingprozess als Kreislauf zwischen Planung, Kontrolle und Steuerung beschreiben und den jeweiligen Sub-Prozessen die geeigneten Instrumente zuordnen. Sie können eine kurzfristige Planung für eine Buchhandlung oder einen kleinen Verlag erstellen. Sie kennen die branchentypischen Kennzahlen und können diese erläutern. Sie kennen die wesentlichen Instrumente verschiedener Controllinganwendungen. Sie kennen Besonderheiten des Controllings in verschiedenen Medienunternehmen. Sie sind in der Lage, Fragen der Planung, Kontrolle und Steuerung mit Controllern aus Unternehmen zu diskutieren und die Vorschläge von Controllern zu bewerten.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Vorlesung mit Aspekten der Vermittlung - mediengestützter Dozentenvortrag dient der Vermittlung der Lehrinhalte sowie eines Überblicks über die Probleme, Arbeitsweisen und Methodik sowie der Ergebnisse des Wissensgebiets in Theorie und Praxis - Fallstudien (Case Studies)
Medienform	- Präsentation - Vorlesungsskript
Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Die Studierenden kennen die Spezifik des Medienmarktes. Die Studierenden kennen das Nachfrageverhalten auf den Konsum- und Investitionsgütermärkten in der Medienbranche. Die Studierenden wenden die Marketinginstrumente und Marketingmethoden auf spezifischen Medienmärkten an. Die Studierenden gehen sicher mit Marktforschungsstudien zu Medienmärkten um. Die Studierenden planen marktorientierte Verhaltensweisen, führen diese durch und reflektieren ihre Verhaltensweisen.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

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

Modul	Medienhandelsmanagement Media Trade Management
Modulnummer	W260 [15BVB4100 (4.FS,PF)] Version: 2
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 Projektarbeit Modulprüfung Prüfungsdauer: 4 Wochen Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- mediengestützter Dozentenvortrag - Vorlesungsskript - aktives Plenum/Flipped Classroom - angeleitete Seminardiskussion - Gruppenarbeit - studentische Referate/Präsentation - digitale Lernzielkontrollen - Arbeit mit Texten - Lehrbuch, Normen, Rahmenwerke
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 Buch- und Medienwirtschaft

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 I 1 SWS Übung I 1 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	94 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Präsentation Modulprüfung I Prüfungsdauer: 30 Minuten I Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	Vorlesung - Vorlesung mit Aspekten der Vermittlung, - mediengestützter Dozentenvortrag dient der Vermittlung der Lehrinhalte sowie eines Überblicks über die Probleme, Arbeitsweisen und Methodik sowie der Ergebnisse des Wissensgebiets in Theorie und Praxis - Fallstudien (Case Studies) Seminar - Dozentenvortrag mediengestützt mit aktiven Lernanteilen - angeleitete Semindiskussion - exemplarische Einarbeitung in Theorien und Methoden des Fachgebiets - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Praxisprojekte mit problemorientiertem Lernen: Studierende erarbeiten an relevanten, kontextbezogenen und lebensnahen Situationen Lösungen für aktuelle Probleme. Übung - Anleitung zum selbstständigen Arbeiten und Lernen mit aktiven Lernanteilen - Diskussionen und Erörterungen unter Anleitung des Dozenten zum Erlernen selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten - In der praktischen Übung sollen die kritische Aufarbeitung, die schriftliche Darstellung und der mündliche Vortrag eines Problems und seiner Lösung durch wissenschaftliche Arbeitsweise und Methodik geübt werden.
Medienform	- Präsentation - Vorlesungsskript

Lehrinhalte/Gliederung	- 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	Die Studierenden können einzelne Handelswege und Handelsstufen in speziellen Medienmärkten analysieren, bewerten und den absatzoptimalen Weg auswählen. Die Studierenden wenden Instrumente der Auswahlentscheidungen eines Handelsweges sicher an. Die Studierenden reflektieren eigenes Vertriebshandeln (Erfolg, Zweckhaftigkeit) und definieren eigenes Verbesserungspotenzial. Die Studierenden sind befähigt und bereit, eine langfristige Kundenpartnerschaft aufzubauen und marktorientiert zu gestalten sowie deren Notwendigkeit zu begründen. Die Studierenden erwerben anwendungssichere Fachterminologie im Bereich Distribution.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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. Marc Liesching marc.liesching@htwk-leipzig.de
Sprache(n)	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Workload	150 Stunden
Lehrveranstaltungen	5 SWS (3 SWS Vorlesung I 2 SWS Seminar)
Selbststudienzeit	80 Stunden
Prüfungsvorleistung(en)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Prüfung Klausurarbeit Modulprüfung I Prüfungsdauer: 90 Minuten I Wichtung: 100%
Lehr- und Lernformen	- Mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktikern - Textarbeit
Medienform	Keine Angabe

Lehrinhalte/Gliederung	A. Grundlagen Einführung in die Rechtsordnung und Gerichtsbarkeit Grundzüge des Öffentlichen Wirtschaftsrechts - Wirtschaftsverfassungsrecht - Europarecht (Grundzüge) - Allgemeines und Besonderes Wirtschaftsverwaltungsrecht - Rechtsschutz im Öffentlichen Wirtschaftsrecht (Überblick) Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts (Bürgerliches Recht und Handelsrecht) - 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 B. Medienrecht Öffentliches Medienrecht einschl. Medienstrafrecht - Mediengrundrechte - Presse- und Rundfunkrecht (Überblick) - Staatliche Medienaufsicht - Datenschutz im Medienrecht - Grundzüge des Medienstrafrechts Medienprivatrecht - Medienbezogene Aspekte des Gewerblichen Rechtsschutzes - Urheberrecht und Leistungsschutzrechte - Gegenstand des Urheberrechts - Inhalt des Urheberrechts - Urhebervertragsrecht - Schranken des Urheberrechts - Schutz des Urheberrechts - Rechtsdurchsetzung, Internationales Urheberrecht
Qualifikationsziele	Die Studierenden - 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	Zu Teil A.: jeweils aktuelle Auflage von - 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 Zu Teil B.: jeweils aktuelle Auflage von - 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
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	- Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion - Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft - Bachelorstudiengang Medientechnik
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	

Modul	Praxisphase Internship
Modulnummer	G233 [15BVB5100 (5.FS,PF)] Version: 2
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. Ernst-Peter Biesalski biesalski@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase", "Praktikumskolloquium" Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann randolf.dieckmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase", "Praktikumskolloquium" Prof. Dr. Gunter Janssen gunter.janssen@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase", "Praktikumskolloquium" Prof. Dr. phil. Heiko Hartmann heiko.hartmann@htwk-leipzig.de Dozentin/Dozent in: "Praxisphase", "Praktikumskolloquium"
Sprache(n)	Deutsch in "Praxisphase" Deutsch in "Praktikumskolloquium"
ECTS-Leistungspunkte	30 ECTS-Punkte
Workload	900 Stunden 750 Stunden in "Praxisphase" 150 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)	Keine
Prüfungsleistung(en)	Teilnahmebescheinigung Prüfungsdauer: 20 Wochen Wichtigkeit: 0% nicht benotet nicht kompensierbar in "Praxisphase" Prüfung Hausarbeit Prüfungsdauer: 20 Wochen Wichtigkeit: 0% nicht benotet nicht kompensierbar in "Praxisphase" Prüfung Präsentation Prüfungsdauer: 30 Minuten Wichtigkeit: 0% nicht benotet nicht kompensierbar in "Praktikumskolloquium"

Lehr- und Lernformen	Praxisphase: Praktikumsdurchführung Praktikumskolloquium: - Präsentation - Diskussion
Medienform	Praxisphase: keine Angabe Praktikumskolloquium: keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	Praxisphase: - 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 Praktikumskolloquium: - Präsentation und Verteidigung von erarbeiteten Lösungsvorschlägen
Qualifikationsziele	Die Studierenden werden sich der Möglichkeiten und der Notwendigkeit marktorientierter Unternehmensführung bewusst. Sie können theoretische Kenntnisse zur systematischen Analyse betrieblicher Probleme einsetzen und entwickeln Bewusstsein für betriebliche Probleme. Sie werden zur Bewertung betrieblichen Handels befähigt. Sie erhalten Einsicht in betriebliche Organisationsschemata und deren Tragfähigkeit. Sie können sich in Arbeitsteams eingliedern und Verantwortung übernehmen.
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 § 5 SPO-BUB
Literaturhinweise	Praxisphase: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt Praktikumskolloquium: Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Aktuelle Lehrressourcen	Praxisphase: keine Praktikumskolloquium: keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
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 Wichtigkeit: 100%
Lehr- und Lernformen	- Mediengestützter Dozentenvortrag - angeleitete Seminardiskussion - Fallstudien (Case Studies) - Gruppenarbeit - studentische Referate - Vorträge von Berufspraktikerinnen und -praktikern - Textarbeit
Medienform	keine Angabe
Lehrinhalte/Gliederung	- Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Medienwirtschaft - Kommunikations- und Medientheorien im geschichtlichen Kontext - Medienpsychologie, Medienrhetorik - Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung - Medienethik
Qualifikationsziele	Die Studierenden lernen Kommunikationsprozesse mit Hilfe von Modellen beschreiben und bewerten. Sie können die Bedeutung der Medien für die moderne Gesellschaft beschreiben und kritisch reflektieren. Sie lernen, die Wirkungsweisen der Mediengesellschaft vor einem gesellschafts- und wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund zu reflektieren und zu bewerten. Sie können die Bedeutung und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten der Mediengesellschaft einschätzen, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung von Unternehmen der Branche und ihrer Wettbewerbssituation.
Zulassungsvoraussetzung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Literaturhinweise	Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt

Aktuelle Lehrressourcen	keine
Hinweise	Keine Angabe
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Buch- und Medienwirtschaft
Link zu Kurs/Lernressourcen im OPAL/Moodle/etc.	