



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



Modulhandbuch

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft (Bachelor of Arts, B.A.)

(180 ECTS-Punkte)

Auf Basis der am 23. Juli 2015 und am 13. Juni 2016 geänderten

Prüfungs- und Studienordnung vom 10. Januar 2012

83/498/---/H1/H/2011

Stand: 20. Juli 2018

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen und Erklärungen.....	3
Modul: P 1 Basismodul.....	4
Modul: P 2 Grundlagen und Innenansichten eines Medienkonzerns.....	6
Modul: P 3 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre.....	8
Modul: P 4 Lektorat und Programmplanung	10
Modul: P 5 Grundfragen und Methoden der Buchwissenschaft I	12
Modul: P 6 Grundfragen und Methoden der Buchwissenschaft II	14
Modul: P 7 Moderner Buchmarkt: Vertrieb und Marketing.....	16
Modul: P 8 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	18
Modul: P 9 Neue Medien und Buchhandel.....	20
Modul: P 10 Vertiefung Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	22
Modul: P 11 Vergleichende Medien- und Kommunikationsgeschichte	24
Modul: WP 1 Schlüsselqualifikation EDV-Kompetenz	26
Modul: WP 2 Schlüsselqualifikation Sprachpraxis.....	28
Modul: P 12 Internationale Medienmärkte	30
Modul: P 13 Abschlussmodul	32

Abkürzungen und Erklärungen

CP	Credit Points, ECTS-Punkte
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
h	Stunden
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
WiSe	Wintersemester
WP	Wahlpflicht
P	Pflicht

1. Die Beschreibung der zugeordneten Modulteile erfolgt hinsichtlich der jeweiligen Angaben zu ECTS-Punkten folgendem Schema: Nicht eingeklammerte ECTS-Punkte werden mit Bestehen der zugehörigen Modulprüfung oder Modulteilprüfung vergeben. Eingeklammerte ECTS-Punkte dienen lediglich der rechnerischen Zuordnung.
2. Bei den Angaben zum Zeitpunkt im Studienverlauf kann es sich in Abhängigkeit von den Angaben der Anlage 2 der Prüfungs- und Studienordnung um feststehende Regelungen oder um bloße Empfehlungen handeln. Im Modulhandbuch wird dies durch die Begriffe "Regelsemester" und "Empfohlenes Semester" kenntlich gemacht.
3. Bitte beachten Sie: Das Modulhandbuch dient einer Orientierung für Ihren Studienverlauf. Für verbindliche Regelungen konsultieren Sie bitte ausschließlich die Prüfungs- und Studienordnung in ihrer jeweils geltenden Fassung. Diese finden Sie auf www.lmu.de/studienangebot unter Ihrem jeweiligen Studiengang.
4. Bitte beachten Sie: Der hier beschriebene Studiengang erfordert die Wahl eines Nebenfachs. Die Modulbeschreibungen der Nebenfachmodule finden Sie in den Modulhandbüchern der nach der Prüfungs- und Studienordnung zulässigen Nebenfächer.

Modul: P 1 Basismodul

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 1.1 Grundkurs Buchwissenschaft	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Vorlesung	P 1.2 Grundzüge der Buchhandelsgeschichte I	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 1

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Modul führt in die Forschungsbereiche der Buchwissenschaft ein. Die Lerninhalte umfassen die wichtigsten historischen Zusammenhänge des Buchmarkts. Die Vorlesung vermittelt die Zäsuren in der Entwicklungsgeschichte schriftsprachlicher Medien. Behandelt wird der Zeitraum von der Entwicklung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern im 15. Jahrhundert bis in die junge Bundesrepublik. Der Grundkurs vertieft die Themen der Vorlesung. Hierzu werden Schlüsseltexte aus der Buchhandelsgeschichte analysiert, kritisch reflektiert und diskutiert.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist die Befähigung zur kritischen Auseinandersetzung mit der historischen Entwicklung des Buchmarkts und zum Herausarbeiten von Zusammenhängen:

Lernziel der Vorlesung ist es, historische Zusammenhänge des Buchmarkts zu erkennen, in ihrer Entwicklung zu analysieren und in ihrer aktuellen Relevanz für anschließende Fragestellungen nutzbar machen zu können. Lernziel des Grundkurses ist die Einübung in wissenschaftliches Lektüre- und Diskussionsverhalten sowie die Entwicklung und Anwendung eines buchwissenschaftlichen

	Problembewusstseins.
Form der Modulprüfung	Klausur
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 2 Grundlagen und Innenansichten eines Medienkonzerns

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 2.1 Berufsbilder in Verlag und Sortiment	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 2.2 Medien- und Urheberrecht – juristische Grundkenntnisse	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 2.3 Grundlagen des Verkaufens im Buchhandel	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Das Modul führt in die Grundlagen der Organisations- und Wertschöpfungsstrukturen moderner Medien- und Verlagskonzerne ein. In drei Übungen werden verschiedene Arbeitsbereiche in den Blick genommen: Vielfalt der Berufsbilder in Verlag und Sortiment, juristische Grundkenntnisse des Medien- und Urheberrechts und Grundlagen des Verkaufens im Buchhandel.</p> <p>Durch die Einbeziehung von Lehrbeauftragten aus der Praxis wird eine Verknüpfung von Lehrinhalten und praktischen Anwendungsbeispielen erreicht. Somit ist insbesondere mit Fokus auf den Medienwandel eine stetige Einbindung aktuellster Entwicklungen des Buchmarktes in den Lehrplan gewährleistet. Der Blick wird dabei vom Medium „Buch“ (print + digital) auf die gesamte Medienlandschaft geweitet.</p>
Qualifikationsziele	Lernziel des Moduls ist es, die Vielfalt der Berufsbilder, Strukturprinzipien und Institutionen des deutschsprachigen Buchmarktes zu verstehen. Studierende werden vor

dem Hintergrund aktueller Herausforderungen des Marktes für spezifische Problemstellungen sensibilisiert. Die Fähigkeit, Wandlungsprozesse des Buchmarktes zu erkennen und zu reflektieren, wird erlernt. Anhand konkreter Fallbeispiele werden analytische Kompetenzen geschult und Strategien zur Problemlösung, nicht zuletzt berufsvorbereitend, erprobt.

Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudie(n)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 3 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft (Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Vorlesung	P 3.1 Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende I (Vorlesung)	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Übung	P 3.2 Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende I (Übung)	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Vorlesung	P 3.3 Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende II (Vorlesung)	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Übung	P 3.4 Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende II (Übung)	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Vorlesung	P 3.5 Technik des betrieblichen Rechnungswesens	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	3

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 10 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Bachelor-Nebenfächer Betriebswirtschaftslehre
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 3 Semester.

Inhalte	<p>Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende I In dieser Vorlesung und Übung erhalten die Studierenden einen Überblick über zentrale Themengebiete der Betriebswirtschaftslehre und sie werden dabei an unterschiedliche Ansätze der theoretischen Auseinandersetzung mit diesen Themen herangeführt. Besondere Aufmerksamkeit wird den verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen Marketing, Organisation und Führung gewidmet.</p> <p>Grundlagen der BWL für Nebenfachstudierende II In dieser Vorlesung und Übung erhalten die Studierenden einen Überblick über zentrale Themengebiete der Betriebswirtschaftslehre und sie werden dabei an unter-</p>
----------------	---

schiedliche Ansätze der theoretischen Auseinandersetzung mit diesen Themen herangeführt. Besondere Aufmerksamkeit wird den verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen Materialwirtschaft, Investition, Finanzierung sowie internes und externes Rechnungswesen gewidmet.

Technik des betrieblichen Rechnungswesens

: Die Veranstaltung beschäftigt sich mit den Grundlagen der Finanzbuchhaltung. Dabei erfolgt zu Beginn der Veranstaltung eine Einführung in die Aufgaben und Grundbegriffe des Rechnungswesens.

Anschließend wird das System der doppelten Buchführung erläutert und anhand konkreter Geschäftsvorfälle (unter Beachtung von Besonderheiten bei Handels- und Industrieunternehmen) vertieft. Die Veranstaltung wird durch einen Einblick in die Lohn- und Gehaltsabrechnung abgerundet.

Qualifikationsziele

Das Ziel dieser Veranstaltung ist es, den Studierenden ein Grundverständnis der produkt- und managementorientierten sowie der ressourcenorientierten Perspektive der Betriebswirtschaftslehre zu vermitteln.

Die Studierenden sollen lernen, die in den Vorlesungen diskutierten Inhalte auf praktische Aufgaben in den Übungen anzuwenden.

Das Ziel dieser Veranstaltung ist es, den Studierenden ein Grundverständnis der ressourcenorientierten Perspektive der Betriebswirtschaftslehre zu vermitteln.
Die Studierenden sollen lernen, die in der Vorlesung diskutierten Inhalte auf praktische Aufgaben anzuwenden.

Form der Modulprüfung

Klausuren

Art der Bewertung

Das Modul ist benotet.

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten

Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Thomas Hess / PD Dr. Johannes Frimmel

Unterrichtssprache(n)

Deutsch / Englisch

Sonstige Informationen

keine

Modul: P 4 Lektorat und Programmplanung

Zuordnung zum Studiengang Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft (Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 4.1 Buchmarkt- und Leserforschung/ Marktforschung	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 4.2 Programmplanung in Verlag und Sortiment	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 4.3 Redaktion und Lektorat	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen keine

Wahlpflichtregelungen keine

Teilnahmevoraussetzungen keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 2

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte Das Modul führt in die Bereiche Lektorat und Programmplanung im gegenwärtigen Verlagsgeschäft ein. Grundlegendes Wissen wird durch konkrete Fallbeispiele vermittelt. Anhand der unterschiedlichen Verlagstypen, u.a. Fachmedienverlag und Publikumsverlag, und die mit diesen assoziierten Produktpaletten, werden die jeweils spezifischen Vorgehensweisen und Problemstellungen in den Blick genommen. Dazu gliedert sich das Modul in drei Übungen, die jeweils von Lehrbeauftragten aus der Berufspraxis geleitet werden: Buchmarkt- und Leserforschung / Marktforschung, Programmplanung in Verlag und Sortiment sowie Redaktion und Lektorat. Vor dem Hintergrund der aktuellen Marktsituation und dem Spannungsfeld im Kontext digitaler Transformationsprozesse werden Wertschöpfungsstrukturen, Produkt- und Zielgruppenplanung, Marketing und die Positionierung von Verlagsmarken analysiert und kritisch zur Diskussion gestellt.

Qualifikationsziele Lernziel des Moduls und der einzelnen Übungen ist es, das anhand von Fallbeispielen erarbeitete Wissen auf den gesamten Medien- und Verlagsbereich übertragen zu können. Die vorgestellten Verfahren sollen kritisch analysiert

und bewertet werden. Die Studierenden entwickeln selbst – meist in Gruppen, um die Teamfähigkeit für das spätere Berufsleben zu schulen – Geschäftsmodelle und Strategien zur Problemlösung, präsentieren und diskutieren diese.

Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben / Fallstudie(n)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 5 Grundfragen und Methoden der Buchwissenschaft I

Zuordnung zum Studiengang Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 5.1 Methodische Grundlagen der Buchwissenschaft	SoSe	30 h (2 SWS)	30 h	(2)
Seminar	P 5.2 Anwendungsgebiete der Kultur- und Medienwissenschaften	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Tutorium	P 5.3 Schlüsselqualifikation Informationskompetenz I (Tutorium)	SoSe	15 h (1 SWS)	15 h	(1)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 5 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul führt in die interdisziplinären Zugänge und Methoden der buchwissenschaftlichen Forschung ein. Im Seminar werden verschiedene Methoden wie die Kommunikationstheorie von Luhmann, Bourdieus Feldtheorie oder die Spieltheorie behandelt und in ihren jeweiligen Anwendungsgebieten diskutiert. Geübt werden die wissenschaftlichen Methoden der Kultur- und Geschichtswissenschaft. In einem daran anknüpfenden Seminar werden unter Anwendung der erlernten Methoden Forschungsperspektiven für (u.a. transnationale) buchhistorische, verlagsgeschichtliche oder kulturwissenschaftliche Fragestellungen eröffnet. Dabei sollen anhand ausgewählter Anwendungsfragen Forschungsprozesse nachvollziehbar gemacht werden und die Studierenden für das Erkennen wissenschaftlicher Fragestellungen sensibilisiert werden. Das begleitende Tutorium vermittelt die im universitären Alltag notwendigen Informationskompetenzen, führt in die IT-Infrastruktur der LMU ein und leitet das Erlernen von Informationsbeschaffungskompetenzen mittels der im Fachbereich gängigen Datenbank-

systeme an.

Qualifikationsziele	<p>Lernziel des Moduls ist es, sich die buchwissenschaftlichen Methoden anzueignen, kritisch zu beurteilen, sie selbstständig auf Fragstellungen anwenden zu können und methodische Problemlösungskompetenz zu entwickeln:</p> <p>Lernziel des Methodenseminars ist es, grundlegende methodische Kompetenzen zu erlangen und die zentralen Forschungsbereiche mit den jeweiligen Methoden verknüpfen zu können. Zielsetzung des Anwendungsseminars ist es, Anwendungsmöglichkeiten für methodische Verfahren erkennen zu lernen und anhand konkreter Beispiele zu durchdenken. Das Seminar schult das Entwickeln wissenschaftlicher Fragstellungen und bereitet auf das Abfassen forschungsorientierter Hausarbeiten vor. Lernziel der Übung ist das Erlangen der Fähigkeiten zum Auffinden und Verarbeiten von geeigneter Forschungsliteratur und Quellenmaterialien zur Abfassung schriftlicher Seminararbeiten.</p>
Form der Modulprüfung	Klausur
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 6 Grundfragen und Methoden der Buchwissenschaft II

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Proseminar	P 6.1 Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	6
Vorlesung	P 6.2 Grundzüge der Buchhandelsgeschichte II	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3
Vorlesung	P 6.3 Schlüsselqualifikation Informationskompetenz II (Vorlesung)	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	(2)
Tutorium	P 6.4 Schlüsselqualifikation Informationskompetenz II (Tutorium)	SoSe	15 h (1 SWS)	15 h	(1)

Im Modul müssen insgesamt 12 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 6 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 360 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 3

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte

Das Modul führt in die Medien- und Kommunikationsgeschichte ein, vermittelt medientheoretische Grundbegriffe und behandelt die grundlegenden Forschungsfragen dieses Gebiets. Neben der Funktionsweise von Medien- und Kommunikationssystemen wird besonders deren Wandel reflektiert. Anhand eines konkreten Einzelfallbeispiels hält das Seminar die Studierenden zur kritischen Auseinandersetzung mit einer Forschungsfrage an, die unter Einbeziehung relevanter Kontexte und methodischer Aspekte erarbeitet wird. Die Vorlesung bietet die vertiefte Beschäftigung mit der Frage von Medienumbrüchen und deren Analyse. Zentrale Kräfte und Akteure, die in Phasen medialen Wandels wirken, werden in den Blick genommen und anhand einschlägiger Theorien kritisch untersucht. Begleitend werden Schlüsselqualifikationen der Informationskompetenz (Techniken zur Exploration von Hausarbeitsthemen, Gliederungstechniken; Bibliographie-

ren; Techniken des Zeitmanagements, Literatur- und Datenbankrecherche) in einer Vorlesung mit einem begleitenden übungsorientierten Tutorium geschult.

Qualifikationsziele	<p>Lernziel des Moduls ist es Prozesse am Buchmarkt als Teil der Medien- und Kommunikationsgeschichte zu begreifen und Wandlungsprozesse einordnen und analysieren zu können:</p> <p>Das Seminar führt die Studierenden an das Entwickeln von Forschungsfragen heran und schult sie, diese unter Rückgriff auf methodische Grundlagen und Forschungsliteratur zu bearbeiten. Lernziel der Vorlesung ist es Medienumbrüche einordnen und theoretisch fundiert analysieren zu können.</p> <p>Die systematische Vorgehensweise für die Recherche von Quellen und Sekundärliteratur und das Schreiben wissenschaftlicher Hausarbeiten werden trainiert und angewendet.</p>
Form der Modulprüfung	Thesenpapier und Hausarbeit
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 7 Moderner Buchmarkt: Vertrieb und Marketing

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 7.1 Marketing und Vertrieb im Buchhandel I	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 7.2 Marketing und Vertrieb im Buchhandel II	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 7.3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/ Werbung im Buchhandel	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 3

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte

Das Modul führt in die Bereiche Vertrieb und Marketing des modernen Buchmarkts ein. In zwei praxisorientierten Übungen werden der Themenbereich Marketing und Vertrieb im Buchhandel sowie in einer dritten Übung der Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Buchhandel behandelt. Grundlegende Marketingkonzepte werden in den Blick genommen und in ihrer Anwendung auf den Buchmarkt anhand von Beispielen aus der Praxis diskutiert. Besonders reflektiert werden dabei die Veränderungen durch die wachsende Bedeutung des Internets. Marketingstrategie und Methodik von Medienunternehmen werden, insbesondere im digitalen Bereich, erforscht und analysiert. Ebenfalls anhand von Praxisbeispielen wird in die Aufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eingeführt und ein Bewusstsein für die verschiedenen Kanäle der Vermarktung, u.a. die im stärker werdenden Methoden des Social-Marketings, und die jeweils erforderlichen Schreibkompetenzen zur Erstellung der unterschiedlichen Textsorten geschaffen.

Qualifikationsziele	Lernziel des Moduls ist es, die Grundbegriffe des innovativen und u.a. auf soziale Medien ausgerichteten Marketings und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sicher zu beherrschen und in ihrer praktisch Umsetzung reflektiert analysieren und bewerten zu können. Auf Basis dessen sollen die Studierenden die Fähigkeit entwickeln, selbstständig Anwendungsbeispiele durchzuspielen.
Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudie(n)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 8 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Zuordnung zum Studiengang Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Vorlesung	P 8.1 Unternehmensrechnung und Finanzierung für Nebenfachstudierende	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	3
Vorlesung	P 8.2 Strategie und Marketing für Nebenfachstudierende	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3
Vorlesung	P 8.3 Information, Organisation und Führung für Nebenfachstudierende	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 6 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Bachelor-Nebenfächer Betriebswirtschaftslehre
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 3
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.
Inhalte	<p>In diesem Modul werden funktionsübergreifende Fragestellungen zu wesentlichen unternehmerischen Aufgabefeldern behandelt.</p> <p>Unternehmensrechnung und Finanzierung für Nebenfachstudierende Aufbauend auf den Grundlagenveranstaltungen, werden die Inhalte im Bereich betriebliches Rechnungswesen vertieft sowie einführende Konzepte der Investitions und Entscheidungsrechnung vorgestellt und Aspekte der Finanzplanung und Kapitalisierung von Unternehmen einbezogen.</p> <p>Strategie und Marketing für Nebenfachstudierende und Information, Organisation und Führung für Nebenfachstudierende Aufbauend auf den Grundlagenveranstaltungen, werden die Inhalte in den Bereichen Strategie und Marketing vertieft und durch die Querschnittsveranstaltung Information, Organisation und Führung ergänzt. Die Veranstaltungen</p>

vermitteln den Studierenden ein umfassendes Verständnis zentraler Konzepte, wissenschaftlicher Lösungsansätze und praktischer Anwendungsgebiete der jeweiligen Fächer. Eine Spezialisierung auf einzelne Branchen (z.B. Industrie, Banken etc.) oder Stadien der Unternehmensentwicklung (Gründung, Wachstum etc.) erfolgt dabei nicht.

Qualifikationsziele	Studierende sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen theoretischen Grundlagen, Prinzipien und Instrumente der jeweiligen Teilbereiche zu verstehen und problemorientiert anwenden zu können. Zusätzlich erwerben sie praktische Anwendungskompetenzen der behandelten Theorien und Methoden und lernen, diese zueinander in Beziehung zu setzen. Damit erwerben Studierende ein tiefergehendes Verständnis zur Lösung komplexer betriebswirtschaftlicher Probleme.
Form der Modulprüfung	Klausuren und ggf. Hausarbeit
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hess / PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 9 Neue Medien und Buchhandel

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 9.1 E-Publishing	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 9.2 Online-Buchhandel	WiSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 9.3 Digitalisierungstechniken und ihr Einsatz	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 3

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte

Das Modul führt in Fragestellungen zu digitalen Medien im Buchhandel ein. Spezialistinnen und Spezialisten aus der Berufspraxis behandeln jeweils die Gebiete E-Publishing, Online-Buchhandel und Digitalisierungstechniken am Buchmarkt. Die Übung zum E-Publishing stellt digitale Veröffentlichungsmodelle vor und untersucht an diesen sowohl ihre unterschiedlichen Werstschöpfungsmodelle, als auch deren technische Aspekte. Die Übung Online-Buchhandel gibt einen Überblick über die Arbeit mit digitalen Informationssystemen und die Anforderungen, die moderne Medienunternehmen an diese stellen. Fragestellungen der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen werden dabei gleichrangig mit Fragen der technischen Umsetzung diskutiert. Die Bandbreite der behandelten Systeme reicht von Aufgaben und Funktion von E-Commercelösungen bis zur Verwaltung von Inhalten in Content Management Systemen. Die Übung ‚Digitalisierungstechniken und ihr Einsatz‘ führt in den Bereich der Bestandsdigitalisierung in Archiven und Bibliotheken ein. Der umfassende Überblick reicht von technischen Fragen der Digitalisierung über Fragen der Restaurierung bis zu den Systematiken der Präsentation der Digitalisate und den unterschiedlichen Modellen der Lizenzierung zum

Zweck der wirtschaftlichen Nutzbarmachung.

Qualifikationsziele	Lernziel der Übung E-Publishing ist es, Grundkompetenzen für die Transformation klassischer Printprodukte und traditionelle Geschäftsmodelle der Buchbranche in digitale Geschäftsfelder entwickeln zu lernen und diese anhand praktischer Fallbeispiele durchzuspielen und kritisch zu diskutieren. Lernziel der Übung Online-Buchhandel ist es, die für diesen Bereich notwendigen Kompetenzen zu erlangen und eigenständig in einem Praxis-Versuch anzuwenden. In der Übung Digitalisierungstechniken und ihr Einsatz ist es Lernziel, dass die Studierenden auf Basis des vermittelten Grundlagenwissens in der Lage sind, einen „Usecase“ zur digitalen Erschließung, Präsentation und Monetisierung eines Archivs- oder Bibliotheksbestandes zu erarbeiten.
Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudie(n)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 10 Vertiefung Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Vorlesung	P 10.1 Vertiefungsveranstaltung zu Allgemeine Betriebswirtschaftslehre für Nebenfachstudierende (Vorlesung)	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Vorlesung	P 10.2 Vertiefungsveranstaltung zu Allgemeine Betriebswirtschaftslehre für Nebenfachstudierende (Übung)	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 5

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Die Veranstaltung International Management vermittelt den Studierenden auf Basis der in den Grundkursen erlernten Techniken und Methoden der Betriebswirtschaftslehre praxisbezogene Einblicke in kompetitive Wettbewerbssituationen von international agierenden Unternehmen, welche anhand Spielthoretischer Bezüge veranschaulicht werden. Hierbei werden insbesondere Möglichkeiten, Nachteile und Nutzen von Kooperationen kontrastierend gegenübergestellt. In der Übung Competition & Strategy werden Fallstudien real existierender Unternehmen evaluiert, um so deren jeweilige Marktarbeitungsstrategie zu analysieren. Hierzu gehören Aspekte der Beschaffung, der Herstellung und des Vertriebs sowie eine Analyse der praktischen Durchsetzung unterschiedlicher Kooperations- und Diversifikationspraktiken.

Qualifikationsziele

Die Selbstständigkeit der Studierenden im wissenschaftlichen Arbeiten wird dahingehend gefördert, ökonomische Problemstellungen selbstständig bearbeiten, strukturieren und lösen zu können. Ziel ist es, die Studierenden zu be-

fähigen, wirtschaftliche Fragestellungen selbstständig zu erkennen, Problemstellungen auf Basis wissenschaftlich fundierter Ansätze zu bearbeiten und Handlungsalternativen abzuleiten. Die Vermittlung fachlicher Kompetenzen in Verbindung mit eigenständigem Arbeiten fördert die Gestaltung autarker Lernprozesse und bereitet die Studierenden auf ein breites Spektrum späterer Tätigkeitsfelder vor.

Form der Modulprüfung	Klausur
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 11 Vergleichende Medien- und Kommunikationsgeschichte

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Fort-geschrittenen-seminar	P 11.1 Buchhandelsge-schichts-schreibung im Ver-gleich	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	9
Fort-geschrittenen-seminar	P 11.2 Rahmenbedingun-gen der Buchmärkte im interna-tionalen Vergleich	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	6

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen keine

Wahlpflichtregelungen keine

Teilnahmevoraussetzungen keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 5

Dauer Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte Das Modul führt in die komparatistische Buchwissenschaft und Theorie der vergleichenden Medien- und Kommunikationsgeschichte ein. In einem vertiefenden Seminar zur Buchhandelsgeschichtsschreibung im Vergleich werden auf Basis wissenschaftlicher Texte und methodischer Zugänge Modelle des Kulturtransfers analysiert. Der Blick wird dabei vom deutschen Buchmarkt ins Internationale geweitet. In einem weiteren darauf aufbauenden Seminar werden die verschiedenen Rahmenbedingungen der Buchmärkte im internationalen Vergleich in den Blick genommen. Kulturelle und mediengeschichtliche Phänomene werden in ihrer unterschiedlichen regionalen und zeitlichen Ausprägung in Beziehung gesetzt und analysiert.

Qualifikationsziele Lernziel der Seminare ist es, Grundlagenwissen zu Buchhandelsgeschichte und Buchmarkt auf den internationalen Kontext übertragen zu können und eine methodisch reflektierte Arbeitsweise einzuüben. Die Fähigkeiten zu Transferleistungen und einem strukturierten Vorgehen bei vergleichenden Analysen werden entwickelt.

Form der Modulprüfung	Hausarbeit und Thesenpapier
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: WP 1 Schlüsselqualifikation EDV-Kompetenz

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	WP 1.1 Anwendungsorientierte EDV	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	3
Übung	WP 1.2 Technische Aspekte der Herstellung	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 und WP 2 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 5

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte

Das Wahlpflichtmodul vermittelt Schlüsselqualifikationen der EDV-Kompetenz. In der Übung zur anwendungsorientierten EDV werden Studierende mit der Handhabung wichtiger Programme, wie Adobe Photoshop und Adobe Illustrator, sowie mit grundlegenden HTML- und XML-Kenntnissen vertraut gemacht und anhand branchenrelevanter praktischer Übungen in deren Nutzung eingeführt. In einer daran anschließenden Übung wird der Fokus besonders auf die Aspekte der Herstellung gelegt. Darin wird jeweils in die Herstellungsprozesse von klassischen Print- und Non – Book Produktion sowie Aspekte der E-Book-Herstellung und -Distribution differenziert.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, grundlegende EDV-Programme der Buch- und Medienbranche kennen zu lernen und sie in praktischen Übungen sicher anwenden zu können.

Form der Modulprüfung

Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudie(n)

Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: WP 2 Schlüsselqualifikation Sprachpraxis

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	WP 2.1 Schlüsselqualifikation Sprache 1	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3
Übung	WP 2.2 Schlüsselqualifikation Sprache 2	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	3

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

zahlreiche Studiengänge, in denen sprachpraktische Kompetenzen vermittelt werden; Anrechenbarkeit abhängig von der jeweils gewählten und erforderlichen Niveaustufe

Wahlpflichtregelungen

Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 und WP 2 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 5

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 2 Semester.

Inhalte

Das Wahlpflichtmodul ermöglicht den Aufbau von Sprachkompetenzen. Folgende Sprachen in unterschiedlichen Niveaustufen stehen zur Auswahl: Französisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch, Schwedisch, Norwegisch, Türkisch, Japanisch, Niederländisch und Englisch.

Qualifikationsziele

Lernziel ist die Verbesserung der Sprachkompetenzen abhängig vom individuellen Niveau der Studierenden.

Form der Modulprüfung

Klausuren

Art der Bewertung

Das Modul ist nicht benotet.

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten

Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r PD Dr. Johannes Frimmel

Unterrichtssprache(n) Deutsch bzw. gewählte Fremdsprache

Sonstige Informationen keine

Modul: P 12 Internationale Medienmärkte

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 12.1 Internationale Verlagslandschaft	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 12.2 Spezialbuchmärkte im internationalen Vergleich	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2
Übung	P 12.3 Internationales Lizenzgeschäft	SoSe	15 h (1 SWS)	45 h	2

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 6

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Modul führt beispielhaft in aktuelle Themenbereiche internationaler Medienmärkte ein. Dabei werden Forschungsfragen aus unterschiedlichen Praxisgebieten berücksichtigt. Die Übung zur internationalen Verlagslandschaft macht die Studierenden mit den Akteuren des internationalen Buchmarkts vertraut und schärft den Blick für spezifische Problemstellungen dieser Berufszweige. Eine weitere Übung vermittelt Kompetenzen zu Spezialbuchmärkten im internationalen Vergleich; anhand von Beispielen werden spezifische Problemstellungen spezialisierter Unternehmen herausgearbeitet und in einen vergleichenden Kontext gestellt. Aktuelle Geschäftsmodelle und Entwicklungen der Produktgestaltung werden analysiert. Eine dritte Übung vermittelt Grundlagen des internationalen Lizenzgeschäfts und behandelt Problemstellungen, die sich besonders aus der Entwicklung neuer Geschäftsfelder und Märkte im Rahmen der Transformation von analog zu digital ergeben.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, anhand von Praxisbeispielen die Grundlagen internationaler Medienmärkte zu kennen und in der Lage zu sein, selbständig Problemstellungen

zu erkennen und erlernte Lösungsstrategien darauf zu übertragen. Die Kompetenzen in der praktischen Anwendung von erlerntem Wissen werden verbessert. Die Studierenden trainieren das mündliche und schriftliche Kommunizieren über fremde wie eigene Lösungsansätze.

Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudie(n)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 13 Abschlussmodul

Zuordnung zum Studiengang

Bachelorstudiengang: Buchwissenschaft
(Bachelor of Arts, B.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Kolloquium	P 13.1 Aktuelle Forschungsfragen	SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Bachelorarbeit	P 13.2 Bachelorarbeit	SoSe	-	360 h	12

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 1 Semesterwochenstunde. Inklusiv Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

erfolgreiche Teilnahme an P 6

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 6

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Abschlussmodul im Bachelorstudium verlangt von den Studierenden, eigenständig eine wissenschaftliche Abschlussarbeit zu verfassen. Dabei wird ein buchwissenschaftlich relevantes Thema, das inhaltlich an die Lerninhalte des Studiums anschließen soll, nach den im Rahmen des Studiums erlernten Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens bearbeitet und präsentiert. Der Schreibprozess der Studierenden wird begleitet von einem Seminar, das die Entwicklung der thematischen Fragestellung, wie auch methodischen Zugänge und die wissenschaftliche Arbeitsweise diskutiert.

Die Bachelorarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung zu einer Fragestellung aus dem Fach Buchwissenschaft als fortlaufender Text im Umfang von ca. 75.000 Zeichen.

Qualifikationsziele

Lernziel des Abschlussmoduls ist es, eine komplexe buchwissenschaftliche Fragestellung zügig, theoretisch fundiert und methodisch angemessen bearbeiten sowie im Rahmen der Bachelorarbeit in schriftlicher Form präsentieren zu können. Die Studierenden demonstrieren ihre Fähigkeit zu eigenständigem wissenschaftlichen Arbeiten.

Form der Modulprüfung

Thesenpapier und Bachelorarbeit

Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Betreuerin bzw. Betreuer der Bachelorarbeit
Unterrichtssprache(n)	Deutsch
Sonstige Informationen	keine