



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



Modulhandbuch

Masterstudiengang: Buchwissenschaft: Verlagspraxis

(120 ECTS-Punkte)

Auf Basis der Prüfungs- und Studienordnung vom 28. Januar 2013

88/498/---/M0/H/2012

Stand: 20. Juli 2018

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen und Erklärungen.....	3
Modul: P 1 Verlagspraxis I	4
Modul: P 2 Wissenschafts- und Projektmanagement.....	6
Modul: P 3 Verlagspraxis II	8
Modul: P 4 Buch- und Medienforschung.....	10
Modul: P 5 Buch- und Medienmarktforschung.....	12
Modul: P 6 Verlagspraxis III	14
Modul: P 7 Betriebswirtschaft im Verlag	16
Modul: P 8 Abschlussmodul	18

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.

Modul: P 1 Verlagspraxis I

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Praktikum	P 1.1 Berufspraktische Tätigkeit	WiSe und SoSe	-	900 h	(30)

Im Modul müssen insgesamt 30 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 0 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 900 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltung

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 Praxismodul stellt eine Verbindung zwischen Studium und Beruf her. Durch die Positionierung am Anfang des Curriculums erlangen die Studierenden notwendige Einblicke in die Branche und sind bereits sensibilisiert für zentrale Fragestellungen. Zwei der vier Monate Praktikumsdauer müssen im Verlag absolviert werden. Die Studierenden sollen während des Praktikums in das laufende Tagesgeschäft oder in Projektaufgaben des Verlags eingebunden werden.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, Grundkenntnisse über die Arbeitsbereiche der Verlagsbranche zu erlangen und sich die dafür zentralen Schlüsselqualifikationen anzueignen.

Lernziel des Praktikums ist es weiterhin, Praxiskontakte und -erfahrungen aufzubauen und zu sammeln. Durch das Verfassen eines Praktikumsberichts sollen die Erfahrungen reflektiert werden.

Form der Modulprüfung

Praktikumsbericht

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 zugeordne-

ten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r	PD Dr. Johannes Frimmel
-------------------------------	-------------------------

Unterrichtssprache(n)	Deutsch
------------------------------	---------

Sonstige Informationen	keine
-------------------------------	-------

Modul: P 2 Wissenschafts- und Projektmanagement

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 2.1 Projektmanagement	SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	(3)
Studienprojekt	P 2.2 Buch-/Medienprojekt	SoSe	15 h (1 SWS)	255 h	(9)

Im Modul müssen insgesamt 12 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 2 Semesterwochenstunden. Inklusiv 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: 2

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Modul vertieft Fähigkeiten des Projektmanagements in Theorie und Praxis. Im Seminar werden Kompetenzen der Konzeption, Organisation und Umsetzung von Praxisprojekten vermittelt. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Entwicklung innovativer Projektideen und Geschäftsmodelle, besonders im Hinblick auf die Digitalisierung und die Notwendigkeit des Wandels traditioneller Arbeitsweisen. In einem zeitgleich ablaufenden Studienprojekt werden diese Kompetenzen angewendet und für die Vorbereitung und Durchführung eines der Öffentlichkeit zugänglichen Events eingesetzt.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, selbständig und erfolgsorientiert Projekte entwickeln und durchführen zu können:

Die Studierenden werden dazu befähigt, innovative Ideen vor dem Hintergrund aktueller Anforderungen in Teamarbeit zu erarbeiten. Im Studienprojekt durchlaufen sie ein Projekt in all seinen Phasen - von der Konzeption bis zur Nachbereitung. Abgedeckt werden dabei die Bereiche der Organisation, des Marketings, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Kooperation mit Institutionen des literarischen Betriebs und der Veranstaltungsorganisation. Geschult werden dabei die Kompetenzen des selbständigen strukturierten Arbeitens, der Teamarbeit, des professionellen Auftretens vor Geschäftspartnerinnen und –

partnern sowie Kundinnen und Kunden, des Einhaltens von Zeitplänen und Planungsabläufen sowie des Entwickelns und Umsetzens innovativer Ideen.

Form der Modulprüfung	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: P 3 Verlagspraxis II

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 3.1 Redaktion und Lektorat für Masterstudierende	SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Übung	P 3.2 Urheber-, Verlags- und Medienrecht für Buchwissenschaftler	SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Übung	P 3.3 Herstellung	SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	3

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 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 vertieft wichtige Bereiche der praktischen Arbeit im Buchverlag. In drei Übungen geben Dozentinnen und Dozenten aus der Berufspraxis den Studierenden Einblicke in ihr Fachwissen. Die jeweils zentralen Fragestellungen der Bereiche Redaktion und Lektorat, Urheber-, Verlags- und Medienrecht und Herstellung werden diskutiert und im Hinblick auf ihre Zusammenarbeit in den Blick genommen. Analysiert wird auch, wie sich Prozesse und Entscheidungen der einzelnen Verlagsbereiche wiederum auf andere Bereiche auswirken können. Aufgegriffen werden dabei auch aktuelle Problemstellungen der Buchbranche. Die Übung zum Lektorat geht besonders auf die Bereiche der Beurteilung und Akquise von Projekten vor dem Hintergrund der wachsenden Medienkonkurrenz ein. Eine weitere Übung liefert das juristische Basiswissen, sowohl aus dem Bereich des Urheberrechts als auch aus dem Presse- und Persönlichkeitsrecht und vertieft dieses anhand von Beispielen und Übungsaufgaben. Die Übung zum Bereich der Herstellung vermittelt Kenntnisse zu allen Arbeitsschritten der Buchherstellung, besonders unter Berücksichtigung

des Umgangs mit vorgegebene Zeit- und Kostenrahmen.

Qualifikationsziele	Ziel des Moduls ist es, den Studierenden einen praxisnahen Einblick in die Arbeitsbereiche im Buch- und Medienverlag zu vermitteln. Sie sollen so ein umfassendes Wissen über alle Verlagsbereiche erlangen und einzelne Prozesse jeweils im Gesamtkontext bewerten können. Sie erlangen die Kompetenzen, um selbständig Lösungsansätze für aktuelle Problemstellungen zu entwickeln.
Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudien
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 4 Buch- und Medienforschung

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Hauptseminar	P 4.1 Materialität des Buchs	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Vorlesung	P 4.2 Strukturwandel im Literaturbetrieb	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Masterstudiengang Buchwissenschaft: Buch- und Medienforschung
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul befasst sich mit dem Medium Buch und dessen veränderter Vermittlung in Zeiten des Medienwandels und digitalen Umbruchs. Das Seminar zur Materialität des Buches setzt sich intensiv mit der Entwicklung der Kulturtechnik von Schrift, Druck, Distribution, Rezeption und Speicherung von Texten auseinander. Vor dem Hintergrund der Beschaffenheit der jeweiligen Speichermedien eines Textes wird der Blick dafür geschärft, inwieweit die Materialität eines Textinhaltes mit den Aspekten seiner Vermarktung verknüpft ist. So wird das Konzept der Materialität des Buches kritisch hinterfragt und im Zusammenhang mit der Digitalisierung diskutiert. Daran anknüpfend nimmt die Vorlesung den Strukturwandel im Literaturbetrieb in den Blick. Fragestellungen zum Wandel, die im Bereich der Literaturvermittlung durch die Digitalisierung ausgelöst werden, stehen hier im Fokus.
Qualifikationsziele	Ziel des Moduls ist es, das Bewusstsein für die Materialität von Büchern zu schärfen und die dahinter stehenden herstellungsspezifischen Aspekte zu vermitteln. Die Kulturtechniken sollen in ihrem Wandel reflektiert werden und ein Hintergrundwissen für die Analyse von Wandlungsprozessen im Kontext der Digitalisierung bilden.

Form der Modulprüfung	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 5 Buch- und Medienmarktforschung

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 5.1 Theorien und Methoden der empirischen Sozialforschung	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Studienprojekt	P 5.2 Projekt zur Marktforschung	WiSe	15 h (1 SWS)	345 h	(12)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

Die Veranstaltung P 5.1 bildet ebenfalls einen Teil des Masterstudiengangs Buchwissenschaft: Buch- und Medienforschung. Dort entspricht es der Veranstaltung P 7.1.

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 3

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Modul führt in die gängigen Methoden und Theorien empirischer Sozialforschung unter besonderer Berücksichtigung buchwissenschaftlicher Fragestellungen, Forschungsfelder und praktischer Anwendungen ein. Die Übung vermittelt systematisch Kenntnisse über die einzelnen Schritte des sozialwissenschaftlichen Forschungsprozesses. Dabei werden die unterschiedlichen Möglichkeiten der Datenerhebung, der Operationalisierung theoretischer Konzepte, verschiedene Designs einer Untersuchung sowie quantitative und qualitative Analyse- und Auswertungsverfahren behandelt und an Hand von praktischen Beispielen vertieft. Im Studienprojekt werden die im Seminar erlernten Methoden bei einer eigenständigen Marktforschungsstudie in Zusammenarbeit mit einem Partner aus der Buchbranche angewandt. Dabei sollen verschiedene Studiendesigns und Formen der Datenerhebung eingesetzt werden.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, Grundkenntnisse in der empirischen Sozialforschung zu erlangen und sie in einem eigenen Projekt anwenden können:

Lernziel der Übung ist es, Verständnis über verschiedene Methoden der empirischen Sozialforschung zu entwickeln und kritisch Marktforschungsstudien rezipieren zu können. Lernziel des Studienprojekts ist es, eigenständig ein Marktforschungsprojekt konzipieren und umzusetzen zu können und seine eigenen Methoden kritisch reflektieren zu können.

Form der Modulprüfung	Fallstudie
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 Verlagspraxis III

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 6.1 Marketing und Marke	WiSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Übung	P 6.2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	WiSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Übung	P 6.3 Werbung/ Markt- und Werbepsychologie im Buchmarkt	WiSe	15 h (1 SWS)	75 h	3

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 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 1 Semester.

Inhalte

Das Modul vertieft Fragestellungen zu Marketing und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Verlagsbereich. Die erste Übung bearbeitet anhand konkreter Beispiele und Case Studies Fragen des Marketingmix und der Markenführung vor dem Hintergrund der durch die Digitalisierung ausgelösten Umstrukturierungsprozesse, die Wertschöpfungs-Modelle und die Identität der Branche wandeln. Die zweite Übung bietet einen Überblick über die Instrumente der Pressearbeit. Diskutiert werden die jeweils spezifischen Anforderungen und Möglichkeiten der Pressearbeit in den unterschiedlichen Medien. Die dritte Übung nimmt die Markt- und Werbepsychologie als Perspektive des Marketings im Buchverlag in den Blick. Fragestellungen zur Überproduktion und Sättigung des Buchmarkts und zu den Veränderungen durch die Digitalisierung begleiten alle drei Übungen.

Qualifikationsziele

Ziel des Moduls ist es, dass Studierende zu den Bereichen Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Markt- und Werbepsychologie für den Buchmarkt relevante Problemstellungen kennen und ein Grundwissen haben auf dessen Basis sie zur Arbeit in diesen Bereichen befähigt

sind. Gängige Vorgehensweisen sollen sie reflektiert und kritisch bewerten können.

Form der Modulprüfung	Klausur(en) und/oder Thesenpapier(e) und/oder Protokoll(e) und/oder Übungsaufgaben und/oder Fallstudien
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 Betriebswirtschaft im Verlag

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang:
Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Übung	P 7.1 Betriebswirtschaftslehre für Buchwissenschaftler	WiSe	15 h (1 SWS)	75 h	3
Übung	P 7.2 Verlagsmanagement	WiSe	15 h (1 SWS)	75 h	3

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 2 Semesterwochenstunden. Inklusiv Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

Masterstudiengang Buchwissenschaft: Buch- und Medienforschung

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 3

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

Das Modul zeigt anhand praktischer Übungen unterschiedliche Anwendungsgebiete für die Methoden der BWL innerhalb der Verlagsbranche auf und verfolgt wie diese sich auf Managementprozesse moderner Medienunternehmen auswirken. Im Seminar werden Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Produkt- und Preisgestaltung sowie des Controlling und der Finanzierung anhand von praktischen Beispielen vertiefend thematisiert und im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen durchdacht. Ein weiteres Seminar analysiert anhand der Wertschöpfungsstufen eines modernen Medienunternehmens die unterschiedlichen Bedürfnisse und reflektiert so Facetten der strategischen Unternehmensführung.

Qualifikationsziele

Lernziel des Moduls ist es, dass die Studierenden vor der aktuellen Marktlage konkrete Anwendungsformen betriebswirtschaftlicher Strategien durchspielen können und in der Lage sind, diese auf Relevanz und Anwendbarkeit hin zu überprüfen.

Form der Modulprüfung

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

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 Abschlussmodul

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Buchwissenschaft: Verlagspraxis

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Masterarbeit	P 8.1 Masterarbeit	WiSe und SoSe	-	810 h	27
Seminar	P 8.2 Oberseminar	WiSe und SoSe	15 h (1 SWS)	75 h	3

Im Modul müssen insgesamt 30 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 1 Semesterwochenstunde. Inklusiv Selbststudium sind etwa 900 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls

Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen

Masterstudiengang Buchwissenschaft: Buch- und Medienforschung

Wahlpflichtregelungen

keine

Teilnahmevoraussetzungen

erfolgreiche Teilnahme an P 1

Zeitpunkt im Studienverlauf

Empfohlenes Semester: 4

Dauer

Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte

In diesem Modul wird der Nachweis erbracht, dass buchwissenschaftliches Wissen sowie die einschlägigen Fertigkeiten und Fähigkeiten auf hohem professionellen Niveau erworben wurden. Es wird ein eigenständiges buchwissenschaftliches Forschungsvorhaben erarbeitet und durchgeführt.

Qualifikationsziele

Das Modul soll Studierende in die Lage versetzen, selbstständig eine komplexe buchwissenschaftliche Fragestellung zu entwickeln und diese unter Anwendung buchwissenschaftlicher Theorien und Methoden in einem eigenen Forschungsprojekt zu beantworten. Dabei wird die Fähigkeit vertieft, ein geeignetes Forschungsdesign zu entwerfen, eine begründete Methodenwahl zu treffen und die Methode nachvollziehbar anzuwenden und zu dokumentieren. Überdies vervollkommen die Studierenden ihre Kompetenz, die Resultate ihrer wissenschaftlichen Forschung mündlich wie schriftlich verständlich zu kommunizieren.

Form der Modulprüfung

Masterarbeit 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