



In Ergänzung der Fachstudien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Buchwissenschaft an der Philosophischen Fakultät und Fachbereich Theologie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, gültig für Studierende mit einer Immatrikulation ab dem **WS 2015/16**.

Vgl. <http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/PHIL1/FachStuOPrO-MA-Buchwissenschaft-DEZ2014.pdf>

Mit Bezug auf die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge der Philosophischen Fakultät und Fachbereich Theologie der Universität Erlangen-Nürnberg.

Vgl. http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/PHIL1/StuO_PrO_Allg_%20BA_%20Phil.AUG2015.pdf

INHALT

Basismodul Theoretische Grundlagen

Basismodul Methoden der Buchwissenschaft

Basismodul Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation

Basismodul Kommunikationssteuerung

Schwerpunkt Medienkommunikation Buch

Profilierungsmodul Kommunikative Funktionen des Buchs

Profilierungsmodul Buchmedienästhetik

Profilierungsmodul Leser, Lesen und Buchnutzung

Profilierungsmodul Projektarbeit

Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital

Profilierungsmodul Medienökonomie

Profilierungsmodul Digitale Wirtschaft

Profilierungsmodul Medienmanagement

Profilierungsmodul Projektarbeit

Wahlbereich

Masterarbeit

Modulbezeichnung	BM Theoretische Grundlagen	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Theoretische Grundlagen (2 SWS) Ü: Grundlagen (Begleitung zur Vorlesung) (1 SWS)	5 5
Lehrende	Prof. Dr. Daniel Bellingradt, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff, Dr. Axel Kuhn, Prof. Dr. Ursula Rautenberg	
Modul- verantwortliche(r)	Dr. Axel Kuhn	

Inhalt	Die Vorlesung vermittelt theoretische Ansätze, die in der Disziplin Buchwissenschaft von Relevanz sind. Hierzu zählen z. B. Medientheorien, Kommunikationstheorien, die Zeichentheorie und die Systemtheorie sowie ökonomische Theorien. Die Übung dient der Vertiefung und Konkretisierung einzelner Theorien.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • analysieren und reflektieren unterschiedliche theoretische Ansätze allgemein und an Beispielen. • erweitern ihr Fachwissen in medienökonomischer Perspektive sowie im Bereich Medienkommunikation. • erkennen die Relevanz von Theorien und wenden diese beispielhaft an. • diskutieren komplexe Fragestellungen im wissenschaftlichen Seminarkontext und in Kleingruppen und stärken zugleich ihre Sozial- und Selbstkompetenz.
Voraussetzungen für die Teilnahme	–
Einpassung in Musterstudienplan	1. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Komplettes Modul: mündliche Prüfung (unbenotet, 20–30 min)
Berechnung Modulnote	–
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 255 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	BM Methoden der Buchwissenschaft	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Methoden der Buchwissenschaft (2 SWS) Ü: Methoden der Buchwissenschaft (Begleitung zur Vorlesung) (1 SWS)	5 5
Lehrende	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff, Prof. Dr. Ursula Rautenberg, Dr. Volker Titel	
Modulverantwortliche(r)	Dr. Volker Titel	

Inhalt	Die Vorlesung führt in grundlegende Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in der Buchwissenschaft ein. Im geisteswissenschaftlich-hermeneutischen Bereich sind dies z. B. die analytische Druckforschung, Quellenkritik und Auswertung historischer Quellen, qualitative Methoden der historischen Lese- und Leserforschung oder quantitative und qualitative Methoden der Produktion gedruckter Medien. Im sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Bereich steht das empirische Arbeiten im Fokus. Hier wird der Zusammenhang von Theorie und Empirie sowie verschiedene Arten des empirischen Arbeitens (qualitative vs. quantitative Empirie, experimentelle vs. nicht-experimentelle Empirie) erörtert. In der Übung wird das methodische Grundlagenwissen anhand von Beispielen veranschaulicht und weiter vertieft.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erwerben durch die reflektierte Diskussion unterschiedlicher methodischer Ansätze in allgemeiner Perspektive und anhand von Beispielen Grundlagen für die weitere theoretische und empirische Arbeitsweise in der Buchwissenschaft. können die Relevanz dieser Methoden für unterschiedliche Problemstellungen einschätzen und exemplarisch einsetzen. greifen komplexe wissenschaftliche Probleme auf, besprechen und diskutieren diese in Gruppenarbeit und erörtern methodische Lösungswege.
Voraussetzungen für die Teilnahme	–
Einpassung in Musterstudienplan	1. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (15–20 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 255 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	BM Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation	5 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation (1 SWS)	5
Lehrende	Prof. Dr. Daniel Bellingradt, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Bellingradt	

Inhalt	Das Modul thematisiert Organisationen und Institutionen (aus Politik, Wirtschaft, Recht und Kultur), die Rahmenbedingungen für Buch- und Medienkommunikation setzen bzw. auf diese einwirken oder diese beeinflussen. Im Blick stehen dabei u. a. politische und rechtliche Maßnahmen und nichtstaatliche Institutionen. Die Vorlesung bietet in der historischen Perspektive wie in der Gegenwart einen Überblick über die Organisationen und Institutionen, ihre Instrumente und behandelt exemplarische Fälle.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erwerben grundlegende Kenntnisse der politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und kulturellen Rahmenbedingungen für Buch- und Medienkommunikation und erkennen den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Vorgaben und kommunikativen Leistungen. werden befähigt, interdisziplinäre Forschungsergebnisse zu analysieren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	–
Einpassung in Musterstudienplan	1. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (teilweise im Antwort-Wahl-Verfahren [Single und/oder Multiple-Choice], 90 min)
Berechnung Modulnote	100 % Klausur
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 15 h Eigenstudium: 135 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	BM Kommunikationssteuerung	5 ECTS
Lehrveranstaltungen	S: Historische und aktuelle Fallbeispiele der Kommunikationssteuerung (2 SWS, Anwesenheitspflicht)	5
Lehrende	Prof. Dr. Daniel Bellingradt	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Bellingradt	

Inhalt	Das Modul behandelt Elemente der Kommunikationssteuerung in historischer Perspektive (u.a. Geschichte des Urheberrechts, Zensur, Marktsteuerung) und in der Gegenwart (Urheberrecht bei digitalen Medien, neue Regulierungsbereiche wie z. B. Netzneutralität), gerade auch im interdisziplinären Zusammenhang.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • werden befähigt, interdisziplinäre Forschungsergebnisse zu analysieren sowie eigenständig Fallstudien im Bereich Kommunikationssteuerung zu erarbeiten und diese in schriftlicher Form argumentativ-analytisch darzulegen. • diskutieren Forschungsansätze im Team. • präsentieren ihre Ergebnisse im mündlichen Vortrag zuhörerorientiert vor dem Seminar. <p>Die Erreichung der Lernziele erfordert die aktive Teilnahme (Anwesenheit) am Seminar nach Maßgabe des § 17 der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	–
Einpassung in Musterstudienplan	1. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	PM Kommunikative Funktionen des Buchs (Schwerpunkt Medienkommunikation Buch)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Kommunikative Funktionen des Buchs (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Dr. Axel Kuhn, Prof. Dr. Ursula Rautenberg, Dr. Sandra Rühr	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ursula Rautenberg	

Inhalt	Die Vorlesung bietet einen Überblick über die unterschiedlichen kommunikativen Funktionen und Leistungen, die das Buch als Leitmedium der Schriftkommunikation vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert übernommen hat. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen auf den epochalen medialen Umbrüchen (Spätantike, Durchsetzung des Buchdrucks, Digitalisierung von Schrift und Bild). Diese werden in integrativer Sicht von Technik- und Wirtschaftsgeschichte sowie Bildungs-, Medien- und Kommunikationsgeschichte behandelt. Das Seminar vertieft die Vorlesung an einzelnen Beispielen, wobei auch die Forschungsgeschichte zum jeweiligen Themenkomplex bearbeitet werden soll.	
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erwerben grundlegende Kenntnisse der Mediengeschichte sowie der Mediengegenwart des Buchs und sind für die medialen Umbrüche sensibilisiert. erarbeiten die spezifischen Eigenschaften buchmedialer Kommunikation interdisziplinär und in Form eigenständiger Fallstudien. präsentieren diese Fallstudien mündlich und schriftlich vor dem Hauptseminar und verbessern ihre Kritikfähigkeit sowie die fachkompetente und argumentative Textproduktion. analysieren komplexe Fragestellungen im wissenschaftlichen Seminkontext. verbessern durch die Arbeit in Kleingruppen ihre Teamfähigkeit und Sozialkompetenz. 	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreicher Abschluss BM Theoretische Grundlagen sowie eines weiteren BM (Empfehlung)	
Einpassung in Musterstudienplan	2. Semester	
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Buchmedienästhetik oder PM Leser, Lesen und Buchnutzung); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital	
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbeotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)	
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit	
Turnus des Angebots	Jährlich im SS	
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal	
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.	

Modulbezeichnung	PM Buchmedienästhetik (Schwerpunkt Medienkommunikation Buch)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Buchmedienästhetik (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Prof. Dr. Ursula Rautenberg, Dr. Sandra Rühr	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ursula Rautenberg	

Inhalt	Die Vorlesung vermittelt grundlegende Kenntnisse der Buchgestaltung, insbesondere des gedruckten Buchs. Im Einzelnen werden Typographie, der Einfluss der Techniken von Schrift- und Bildreproduktion auf die Buchproduktion, Layout und Buchaufbau, Bild-Text-Beziehungen in historischer Perspektive und in Abhängigkeit unterschiedlicher Buchtypen behandelt. Einen Schwerpunkt bildet die Typographie und Buchgestaltung des 20. Jahrhunderts sowie der Gegenwart. Das Seminar vertieft die Vorlesung an Beispielen aus einzelnen Epochen der Buchgestaltung; ein weiterer Fokus liegt auf unterschiedlichen Typen der Beschreibung und Katalogisierung (Quellenbibliographie, exemplarspezifische Beschreibung, antiquarische Beschreibung etc.), wobei auch die Forschungsgeschichte zum jeweiligen Themenkomplex bearbeitet werden soll.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erweitern ihr buchwissenschaftliches Fachwissen durch den Erwerb grundlegender Kenntnisse der Medienästhetik des Buchs sowie der Buchgestaltung aus historischer und gegenwärtiger Perspektive. erkennen typische Gestaltungsprinzipien, beschreiben und bewerten deren Ergebnisse, referieren darüber exemplarisch auf zuhörerorientierte Art und Weise und legen sie schriftlich fachkompetent dar. bereiten die Lehrinhalte eigenständig vor und nach sowie unter zeitlichen Limitierungen aus.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreicher Abschluss BM Methoden der Buchwissenschaft sowie eines weiteren BM (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	3. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Kommunikative Funktionen des Buchs oder PM Leser, Lesen und Buchnutzung); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbeotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	PM Leser, Lesen und Buchnutzung (Schwerpunkt Medienkommunikation Buch)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Leser, Lesen und Buchnutzung (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Prof. Dr. Ursula Rautenberg, Dr. Sandra Rühr	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ursula Rautenberg	

Inhalt	Die Vorlesung bietet einen Überblick über den Leser als Adressaten der Buchkommunikation sowie die Buchnutzung im Zusammenhang mit den unterschiedlichen medialen Formen und Bereitstellungsqualitäten. Der Schwerpunkt liegt auf dem gedruckten Buch (auch in historischer Perspektive) sowie den neueren medialen Formen (u. a. Hörbuch, digitale Formen, Hybridformen etc.). Das Seminar trägt durch einzelne Beispiele zur Veranschaulichung der Vorlesung bei. Auch die Forschungsgeschichte soll zum jeweiligen Themenkomplex behandelt werden.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erwerben grundlegende Kenntnisse der Lese- und Lesergeschichte sowie der Buchnutzungsforschung. erwerben grundlegende Kenntnisse der Methoden der quantitativen und qualitativen Forschung und lernen diese einzusetzen. analysieren interdisziplinäre Forschungsergebnisse in methodischer Sicht, erstellen eigenständig Fallstudien und stellen diese in argumentativ-logischer Reihung schriftlich dar. präsentieren in mündlicher Form Auswertungen ihrer Fallstudien. bearbeiten unter Anwendung der erlernten Terminologien und Methoden komplexe Fragestellungen in einem vorgegebenen Zeitraum.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreicher Abschluss BM Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation sowie eines weiteren BM (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	2. und 3. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Kommunikative Funktionen des Buchs oder PM Buchmedienästhetik); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Unterrichtssprache(n)	deutsch
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	M Projektarbeit (Schwerpunkt Medienkommunikation Buch)	20 ECTS
Lehrveranstaltungen	Projektarbeit Begleitseminar (2 SWS)	15 5
Lehrende	Dr. Axel Kuhn, Prof. Dr. Ursula Rautenberg, Dr. Sandra Rühr	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ursula Rautenberg	

Inhalt	Die Studierenden bearbeiten Projekte nach Anleitung (Begleitseminar) in Verbindung mit den Profilierungsmodulen des Schwerpunkts Medienkommunikation Buch – auch in Zusammenarbeit mit auswärtigen Institutionen (Bibliotheken, Buchhandel, Antiquariat), in Verbindung mit einem Praktikum oder laufenden Forschungsprojekten.	
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • bearbeiten eigenständig wissenschaftliche Inhalte und ihre Anwendung. • werden befähigt, komplexe Fragestellungen zu definieren, zu analysieren und Lösungsvorschläge bzw. Ergebnisse zu erarbeiten und diese in längerer schriftlicher Form in argumentativ-logischer Reihung zu präsentieren. • werden durch die Bearbeitung komplexer Fragestellungen, auch in Zusammenarbeit mit auswärtigen Partnern, zum buchwissenschaftlichen Projektmanagement in Praxis und Wissenschaft angeleitet. • lernen anhand einer einjährigen Projektarbeit sich selbst zu organisieren sowie die Ergebnispräsentation zu strukturieren und über den Projektverlauf zu reflektieren. 	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreich abgeschlossene BM (Pflichtbereich), Abschluss oder gleichzeitiger Besuch mindestens eines Moduls aus dem Profilierungsbereich des Schwerpunkts Medienkommunikation Buch (Empfehlung)	
Einpassung in Musterstudienplan	2. und 3. Semester	
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft (Schwerpunkt Medienkommunikation Buch): Pflichtmodul	
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)	
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit	
Turnus des Angebots	Jährlich	
Wiederholung der Prüfungen	Einmal	
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h	
	Eigenstudium: 540 h	
Dauer des Moduls	2 Semester	
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.	

Modulbezeichnung	PM Medienökonomie (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Grundlagen Medienökonomie (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Prof. Dr. Daniel Bellingradt, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	

Inhalt	Das Modul behandelt die mikroökonomischen Aspekte der Medienwirtschaft. Hierzu gehören die ökonomische Güterlehre sowie die Verortung von Mediengütern, die Mediensysteme und ihre Akteure sowie Strukturen der betroffenen Märkte. Der Fokus des Moduls liegt auf der Printwirtschaft sowie den digitalen Entsprechungen. Im Seminar werden Themen aufgegriffen, die in Forschung und Praxis aktuell diskutiert werden und von Belang sind.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • lernen verstehen, warum eine branchenspezifische Ökonomielehre erforderlich ist. • beherrschen Fachbegriffe sowie Theorien und sind urteilsfähig hinsichtlich Problemstellungen sowie Lösungsvorschlägen. • durchdringen komplexe Problemstellungen der Medienökonomie in schriftlichen Gruppenarbeiten auf argumentativ-analytische Art und Weise und präsentieren diese zuhörerorientiert vor einem kritischen Publikum.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Volkswirtschaftliches Grundlagenwissen (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	2. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Digitale Wirtschaft oder PM Medienmanagement); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienkommunikation Buch
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich im SS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	PM Digitale Wirtschaft (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Grundlagen Digitale Wirtschaft (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	

Inhalt	Das Modul fokussiert die Entwicklungen der Medienwirtschaft in der digitalen Welt. In der Vorlesung werden basale Aspekte analysiert wie z. B. Produktcharakteristika und deren Implikationen auf das unternehmerische Handeln, Strukturen der TIME-Märkte oder spezielle Phänomene der digitalen Welt wie z. B. Systemgeschäfte, Long-Tail-Strukturen oder die Gesetze der Netzökonomie. Themen, die in Forschung und Praxis gegenwärtig relevant sind, werden im Hauptseminar aufgegriffen.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Herausforderungen und Besonderheiten der digitalen Welt und sind urteilsfähig hinsichtlich Lösungsvorschlägen sowie der Relevanz von damit zusammenhängenden Problemstellungen. • entwickeln eine Analyseperspektive, die sich den vielfältigen Strategien im Kontext der Digitalen Wirtschaft öffnet. • durchdringen komplexe Problemstellungen mithilfe der erworbenen Fachkompetenzen in schriftlicher Ausarbeitung in argumentativ-analytischer Art und Weise. • erweitern ihre Methoden- und Fachkompetenz im Rahmen einer kritischen Hinterfragung der Resultate der schriftlichen Gruppenarbeiten im Rahmen des Hauptseminars. • stärken Selbstorganisation und Zeitmanagement, indem sie eigenständig die Lehrinhalte vor-, nach- sowie unter zeitlichen Limitierungen ausarbeiten.
Voraussetzungen für die Teilnahme	–
Einpassung in Musterstudienplan	3. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Medienökonomie oder PM Medienmanagement); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienkommunikation Buch
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich im WS
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	PM Medienmanagement (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital)	10 ECTS
Lehrveranstaltungen	V: Grundlagen Medienmanagement (2 SWS) HS: Schwerpunktthema (2 SWS)	4 6
Lehrende	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	

Inhalt	Das Modul nimmt die betriebswirtschaftlichen Aspekte der Medienwirtschaft in den Fokus. Hierzu gehören einzelne Funktionsbereiche des Unternehmens ebenso wie übergeordnete Aspekte, z. B. zu Geschäftsmodellen, Strategien oder Innovationsmanagement. Der Schwerpunkt des Moduls liegt auf der Printwirtschaft sowie den digitalen Entsprechungen. Im Seminar werden Themenkomplexe behandelt, die neben der Forschungsrelevanz auch enge Bezüge zur Praxis aufweisen.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • lernen Fachbegriffe aus dem Bereich Medienmanagement sowie einschlägige betriebswirtschaftliche Theorien als Grundlage einer Urteilsfähigkeit hinsichtlich Problemstellungen sowie Lösungsvorschlägen kennen. • durchdringen komplexe Fragestellungen aus einzelnen Funktionsbereichen des Unternehmens in schriftlicher Teamarbeit auf argumentativ-analytische Art und Weise und stellen diese zuhörerorientiert vor einem kritischen Publikum vor. • erwerben grundlegendes medienwirtschaftliches Fachwissen, das sie auch in der Praxis umsetzen können. • bereiten unter Anleitung die Lehrinhalte des Moduls in einem vorgegebenen Zeitraum vor und nach und stärken so ihr Selbst- und Zeitmanagement.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundlegende Kenntnis der Funktionsbereiche eines Unternehmens (z. B. Portersche Wertschöpfungskette), Systematisierung der BWL (Funktionenlehre, Branchenlehre), Kenntnis von Aufbau- und Ablauforganisationen (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	2. und 3. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul (mit PM Medienökonomie oder PM Digitale Wirtschaft); Wahlmodul für den Schwerpunkt Medienkommunikation Buch
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 240 h
Dauer des Moduls	1 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	M Projektarbeit (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital)	20 ECTS
Lehrveranstaltungen	Projektarbeit Theoretische und methodische Vorbereitung (2 SWS)	15 5
Lehrende	Jörn Fahsel, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Svenja Hagenhoff	

Inhalt	Die Projektarbeit behandelt eine komplexe Problemstellung, die aus aktuellen Forschungsthemen des Schwerpunkts Medienwirtschaft Print & Digital abgeleitet wird. Studierende bearbeiten die Problemstellung alleine oder in einer Gruppe.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die für das Forschungsgebiet relevanten Begriffe, Theorien und Methoden und können diese auf die Aufgabenstellung anwenden. • werden in die Lage versetzt, ein größeres Projekt zu organisieren und werden befähigt, in einer Gruppe und / oder mit externen Projektpartnern zu arbeiten. • festigen ihre Fähigkeit zur Kooperation und zur Zusammenarbeit im Team in Theorie und Praxis. • stärken durch aktives Projektmanagement über einen längeren Zeitraum hinweg zudem ihre Selbstkompetenz gestärkt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreich abgeschlossene BM, Abschluss oder gleichzeitiger Besuch mindestens eines PM (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital) (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	2. und 3. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft (Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital): Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Referat (unbenotet, 15–20 Min) mit Hausarbeit (20–25 S.)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	Jährlich
Wiederholung der Prüfungen	Einmal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 540 h
Dauer des Moduls	2 Semester
Vorbereitende Literatur	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn eingestellt.

Modulbezeichnung	Wahlbereich	20 ECTS
Lehrveranstaltungen	Wahlmodul 1 Wahlmodul 2 Wahlmodul n	
Lehrende	Dozenten der LV im Wahlbereich	
Modulverantwortliche(r)	Dr. Volker Titel	

Inhalt	Im Wahlbereich haben die Studierenden zum einen die Möglichkeit, Veranstaltungen des jeweils anderen buchwissenschaftlichen Profilierungsschwerpunktes zu belegen. Zum anderen können externe <i>Master</i> veranstaltungen aus angrenzenden Disziplinen nach Art eines Studium generale besucht und eingebracht werden. Entsprechende Vereinbarungen wurden mit folgenden Studiengängen geschlossen: Informatik, Romanistik, Kunstgeschichte, Linguistik, Philosophie, English Studies, Germanistik, Geschichte, Japanologie, Kommunikationswissenschaft, Lexikographie, Communications and Multimedia Engineering, Soziologie, Theater- und Medienwissenschaft. Aus den BA-Fächern Digital Humanities sowie Wirtschaftswissenschaften können fortgeschrittene BA-Veranstaltungen absolviert werden. Auch Praktika können für den Wahlbereich absolviert und mit bis zu fünf ECTS-Punkten angerechnet werden. Die Praktika können in allen Unternehmen und Institutionen der Buchwirtschaft im In- und Ausland durchgeführt werden. Vom Arbeitgeber muss eine Bescheinigung über Art und Dauer (mindestens vier Wochen) des jeweiligen Praktikums vorgelegt werden.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können je nach eigener Interessenlage verschiedene Fachrichtungen im Wahlbereich kombinieren und ihren wissenschaftlichen Horizont nach Art eines Studium generale erweitern. • sind dadurch in der Lage, sich durch umfangreiche Kombinationsmöglichkeiten gezielt zu spezialisieren und somit ihre Fachkompetenz in bestimmten Bereichen auszubauen. • lernen durch unterschiedliche Lehrformate und den Kontakt zu anderen Disziplinen weitere methodische Ansätze kennen. • schulen durch die eigenverantwortliche Zusammenstellung der Wahlmodule Selbstorganisation und Eigeninitiative.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches (Empfehlung)
Einpassung in Musterstudienplan	1. bis 4. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Wahlpflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches
Berechnung Modulnote	–
Turnus des Angebots	Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches
Wiederholung der Prüfungen	Zweimal
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches Eigenstudium: Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches
Dauer des Moduls	Je nach Vorgaben des jeweiligen Faches
Vorbereitende	Eine Literaturliste und weitere Materialien werden zum Semesterbeginn auf StudOn

Literatur	eingestellt.
------------------	--------------

[zur Modulübersicht](#)

Modulbezeichnung	Masterarbeit	30 ECTS
	Masterarbeit	30
Modul- verantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Bellingradt, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff, Dr. Axel Kuhn, Prof. Dr. Ursula Rautenberg	

Inhalt	Die Masterarbeit ist eine Prüfungsarbeit, die als Hausarbeit geschrieben wird. Das Thema der Arbeit kann in Abstimmung mit dem Prüfer aus dem jeweils belegten Schwerpunkt des MA Buchwissenschaft (Medienkommunikation Buch bzw. Medienwirtschaft Print & Digital) gewählt werden.
Lernziele und Kompetenzen 1. Fachkompetenz 2. Lern- bzw. Methodenkompetenz 3. Sozialkompetenz 4. Selbstkompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erwerben die Fähigkeit, eine buchwissenschaftliche Fragestellung (je nach gewähltem Schwerpunkt in Medienkommunikation Buch bzw. in Medienwirtschaft Print & Digital) über einen längeren Zeitraum zu verfolgen und sie innerhalb einer vorgegebenen Frist zu bearbeiten. können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung dieser buchwissenschaftlichen Probleme entwickeln sowie in vertiefter und kritischer Weise mit Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Buchwissenschaft sowie angrenzenden Fächern umgehen und diese reflektieren. sind in der Lage, geeignete wissenschaftliche Methoden weitgehend selbständig anzuwenden und weiterzuentwickeln – auch in neuen und unvertrauten sowie fachübergreifenden Kontexten – sowie die Ergebnisse in wissenschaftlich angemessener Form darzustellen. können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht schriftlich (und ggf. mündlich) präsentieren und argumentativ vertreten. erweitern durch die Masterarbeit ihre Planungs- und Strukturierungsfähigkeit in der Umsetzung eines thematischen Projektes.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Nachweis von 60 ECTS-Punkten im MA Buchwissenschaft (Empfehlung).
Einpassung in Musterstudienplan	4. Semester
Verwendbarkeit des Moduls	Im MA Buchwissenschaft: Pflichtmodul
Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit: ca. 20.000–25.000 Wörter (benotet)
Berechnung Modulnote	100% Hausarbeit
Turnus des Angebots	–
Wiederholung der Prüfungen	Einmal
Arbeitsaufwand	Eigenstudium: 900 h
Dauer des Moduls	6 Monate
Unterrichtssprache(n)	deutsch
Vorbereitende Literatur	–

