

Buchwissenschaft

Master of Arts

1. Studienkonzept und Qualifikationsprofil

Der konsekutive, viersemestrige Masterstudiengang der Buchwissenschaft Erlangen vertieft medienwissenschaftliche und medienwirtschaftliche Aspekte des Bachelorstudiums. Drei Basismodule vermitteln inhaltliche und methodische Grundlagen.

Ab dem zweiten Semester entscheiden sich die Studierenden für einen der beiden Schwerpunkte. Begleitet werden diese Schwerpunktmodule von einer einjährigen Projektarbeit, in der das theoretisch erworbene Wissen angewendet und vertieft wird. Die Zusammenarbeit mit externen Projektpartnern, z. B. im Buchhandel, in Bibliotheken oder wissenschaftlichen Einrichtungen ist möglich.

2. Studienstruktur und Studienschwerpunkte

Schwerpunkt Medienkommunikation Buch

Der Profilierungsbereich »Medienkommunikation Buch« bietet einen verstärkt medien- und kommunikationswissenschaftlichen Ansatz. Funktionen und Leistungen der Buchkommunikation sowie die Rolle des Lesers aus aktueller und historischer Sicht stehen dabei im Fokus, ebenso Formen schriftbasierter Kommunikation vom gedruckten Buch bis zu den neueren medialen Formen wie E-Book, Hörbuch und Hybridvarianten. Weitere Schwerpunkte liegen auf der Buchproduktion und Buchgestaltung sowie der Buchnutzungsforschung.

Im zweiten und dritten Semester wählen die Studierenden zwei Profilierungsmodule aus den drei Modulen: »Kommunikative Funktionen des Buchs«, »Buchmedienästhetik« sowie »Leser, Lesen und Buchnutzung«. Die Palette der späteren Einstiegsmöglichkeiten in den Beruf ist breit. In Verlagen kommen sämtliche Funktionsbereiche in Betracht, darunter insbesondere Lektorat, Marketing und Vertrieb, Presse oder Lizenzen. Auch über die Buchbranche hinaus gibt es Berufsperspektiven überall dort, wo analytische Kompetenz in Bezug auf mediale Öffentlichkeit gefragt ist.

Schwerpunkt Medienwirtschaft Print & Digital

Der Schwerpunkt »Medienwirtschaft Print & Digital« bietet Einblick in die aktuellen Entwicklungen des (elektronischen) Markts sowie in die Herausforderungen und Möglichkeiten, die die Digitalisierung mit sich bringt. Anhand der ökonomischen Güterlehre, der Verortung von Mediensystemen und ihren Akteuren sowie der Strukturen der betroffenen Märkte wird in eine branchenspezifische Ökonomielehre eingeführt. Dabei liegt der Fokus auf der Printwirtschaft und den digitalen Entsprechungen.

Im zweiten und dritten Semester wählen die Studierenden zwei Module aus den drei Profilierungsmodulen »Medienökonomie«, »Digitale Wirtschaft« und »Medienmanagement«. Ein gutes Fachwissen über die Schriftmedienbranche, gepaart mit soliden, anwendungsorientierten Technologiekenntnissen, eröffnen große Chancen auf dem Arbeitsmarkt: im Verlagswesen sowie im Buch- und Pres-

sehandel, wo es heute um die Logistik physischer und digitaler Waren geht, um Informationsmanagement und Kundenorientierung. Absolventen können z. B. als Kundenbetreuer für Fachmedien arbeiten und sich um die Versorgung von Bibliotheken oder weiteren professionellen Informationsnachfragern kümmern.

Projektarbeit

Eine einjährige Projektarbeit im jeweiligen Profilierungsschwerpunkt dient der Vertiefung und Anwendung des erworbenen Wissens; die Studierenden arbeiten in Gruppen und / oder mit externen Projektpartnern zusammen, wobei aktuelle Forschungsfragen bearbeitet werden können.

Wahlbereich

Innerhalb des Wahlbereichs erweitern die Studierenden ihren wissenschaftlichen Horizont nach Art eines »Studium generale«. Sie wählen zwischen Profilierungsmodulen des jeweils anderen buchwissenschaftlichen Schwerpunkts oder aus 15 Mastermodulen angrenzender Disziplinen, darunter Wirtschaftswissenschaften, Soziologie, Kommunikationswissenschaft, Literatur- und Sprachwissenschaften. Auch die Anrechnung eines Praktikums ist möglich.

3. Zugangsvoraussetzungen und Bewerbung

Die Bewerbung erfolgt jeweils zum Wintersemester. Zugehört werden Studierende mit einem mindestens guten Bachelor-Abschluss der Buchwissenschaft oder einem fachlich verwandten Studiengang. Näheres regelt die einschlägige Prüfungsordnung [3]. **Bewerbungsschluss** ist jeweils der 15. August. (*Hinweis: Die Bewerbungsfrist kann sich kurzfristig ändern. Die aktuell gültige Frist entnehmen Sie bitte unserer Homepage.*)

FAU-Bewerbungsportal für Masterstudiengänge »move in«:

<http://www.master.fau.de>

Kontaktadresse für die Online-Bewerbung:

zuv-masterbuero@fau.de

4. Adressen

Department Medienwissenschaft und Kunstgeschichte – Lehrstuhl für Buchwissenschaft

Katholischer Kirchenplatz 9, 91054 Erlangen
Tel. 09131 / 85-24700 (Sekretariat)

Fachstudienberatung / Anerkennung von Studienleistungen

Dr. Volker Titel

Katholischer Kirchenplatz 9, 91054 Erlangen
Zi.0.020, Tel.: 09131 / 85-21164

E-Mail: volker.titel@fau.de

5. Kurzfassung der Modulübersicht

Sem.	Modulbezeichnung	Lehrveranstaltung	SWS	ECTS
Pflichtbereich				
1.	Theoretische Grundlagen der Buchwissenschaft	Vorlesung: Theoretische Grundlagen	2	10
		Übung: Grundlagen (Begleitung zur VL)	1	
1.	Methoden der Buchwissenschaft	Vorlesung: Methoden der Buchwissenschaft	2	10
		Übung: Methoden der Buchwissenschaft	1	
1.	Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation	Vorlesung: Organisationen und Institutionen der Buch- und Medienkommunikation	1	5
1.	Kommunikationssteuerung	Seminar: Historische und aktuelle Fallbeispiele der Kommunikationssteuerung	2	5
Profilierungsbereich A: Schwerpunkt »Medienkommunikation Buch« (Wahlpflicht: 2 aus 3 Modulen (I.–III.))				
2.	I. Kommunikative Funktionen des Buches	Vorlesung: Kommunikative Funktionen des Buches	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
3.	II. Buchmedienästhetik	Vorlesung: Buchmedienästhetik	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
2./3.	III. Leser, Lesen und Buchnutzung	Vorlesung: Leser, Lesen und Buchnutzung	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
2.+3.	Projektarbeit (Pflicht)	Projektarbeit		20
		Begleitseminar	2	
Profilierungsbereich B: Schwerpunkt »Medienwirtschaft Print & Digital« (Wahlpflicht: 2 aus 3 Modulen (I.–III.))				
2.	I. Medienökonomie	Vorlesung: Grundlagen Medienökonomie	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
3.	II. Digitale Wirtschaft	Vorlesung: Grundlagen Digitale Wirtschaft	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
2./3.	III. Medienmanagement	Vorlesung: Grundlagen Medienmanagement	2	10
		Hauptseminar: Schwerpunktthema	2	
2.+3.	Projektarbeit (Pflicht)	Projektarbeit		20
		Seminar: Theoretische und Methodische Vorbereitung	2	
Wahlbereich (Es können fachinterne oder fachexterne Module im Umfang von 5, 10 oder 15 ECTS belegt werden. Im Rahmen des Wahlbereichs können bis zu 5 ECTS in Form eines Praktikums absolviert werden.)				
2.+3.	Wahlmodul 1 + Wahlmodul 2			10+10
4.	Masterarbeit			30

Informationen im Internet

- [1] Homepage des Masterstudiengangs: <http://www.buchwiss.uni-erlangen.de>
- [2] Homepage der Fakultät mit Informationen zu Ansprechpartner/innen: www.phil.fau.de
- [3] Studien- und Prüfungsordnungen, Prüfungsamt: www.fau.de/studium/im-studium/pruefungen-studienordnungen
- [4] Informationen der Zentralen Studienberatung (Fächerinfos, Zulassung, Einschreibung...): www.fau.de/studium
- [5] Zentrale Studienberatung der FAU - Informations- und Beratungszentrum (IBZ): www.ibz.fau.de
- [6] Studien-Service-Center der Philosophischen Fakultät und Fachbereich Theologie: www.studienservicecenter.phil.fau.de
- [7] MeinStudium - Studieninfoportal der FAU: www.meinstudium.fau.de
- [8] Vorlesungsverzeichnis: www.vorlesungsverzeichnis.fau.de
- [9] Informationen zu Kompetenzprofilen und Berufsfeldern: www.phil.fau.de/kompetenzen-master
- [10] Career Service der FAU: www.career.fau.de
- [11] Berufsfeldbezogene Informationen der Bundesagentur für Arbeit: www.berufenet.arbeitsagentur.de