HOCHSCHULE DER MEDIEN

BUCH. PRESSE. CROSS-MEDIA. RECHT. DER VERLAGS-STUDIEN-GANG.

MEDIAPUBLISHING

BACHELOR OF ARTS

ZUKUNFT VERLAG.

Sie interessieren sich für die Verlagspraxis, möchten Prozesse verstehen und analysieren lernen, Projekte selbst organisieren und erfolgreich umsetzen können?
Sie wollen sich für Aufgaben in Buch- und Presseverlagen qualifizieren, vorhandene Kenntnisse ausbauen oder ganz neu in dieses spannende Aufgabenfeld einsteigen?

Ihre berufliche Zukunft sehen Sie im Marketing, Vertrieb oder Anzeigenverkauf, in der Herstellung/Produktion, in der PR- oder Lizenzabteilung oder ganz allgemein im Schnittstellenmanagement eines Buch-, Zeitungs- oder Zeitschriftenverlags? – Dann sind Sie richtig bei Mediapublishing, dem Verlagsstudiengang an der Hochschule der Medien in Stuttgart.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie alles Wichtige über Voraussetzungen, Inhalte und Karrierechancen des Mediapublishing-Studiums. Und sollten noch Fragen offen bleiben, schauen Sie auf unsere Website **www.hdm-stuttgart.de/mp** oder schreiben Sie uns **unter mediapublishing@hdm-stuttgart.de.**

Wir freuen uns über Ihr Interesse.

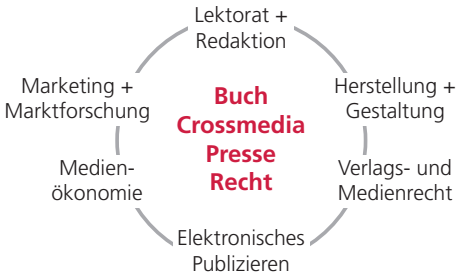
Prof. Dr. Okke Schlüter, Studiendekan

PS. Die Qualität von Studium und Lehre ist selbstverständlich durch die Akkreditierung nach den Regeln der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland garantiert.

STUDIUM.

Das Mediapublishing-Studium bietet ein breites Themenspektrum aus dem Arbeitsfeld von Buch- und Presse-verlagen. Das Lehrangebot ist modular strukturiert und umfasst inhaltsbezogene, gestalterische, produktionstechnische, betriebswirtschaftliche, rechtliche und marketingorientierte Themen.

Eine Schwerpunktsetzung nach persönlichen Interessen erfolgt im Hauptstudium durch Wahlpflichtangebote. Das 5. Semester ist als Praktisches Studiensemester (26 Wochen) vorgesehen. Im 7. Semester wird das Studium mit der Bachelor-Prüfung abgeschlossen.



AUSSICHTEN.

Fast 90 Prozent der Mediapublishing-Absolventen erhalten derzeit eine ihrem Studienabschluss entsprechende Anstellung in Buch- und Presseverlagen oder bei ihnen zuarbeitenden Agenturen und Dienstleistern. In Verlagen sind sie beispielsweise in den Bereichen Herstellung, Marketing, PR, Produktmanagement, Redaktion sowie Rechte und Lizenzen tätig.

BUCH.

Wer gerne liest, will auch wissen, was und warum andere lesen. Wer sich für Bücher begeistert, den interessieren meist auch Konzeption, Gestaltung und Herstellung der Produkte – und warum ein Buch zum Bestseller wird und ein anderes, ebenso aufregendes nicht. Mediapublisher schauen deshalb hinter die Verlagskulissen und unter-suchen, wie Bücher – die klassisch gedruckten ebenso wie E-Books und Hörbücher – entstehen und vermarktet werden.

So bietet das Verlagsstudium beste Voraussetzungen für den Einstieg in die Welt der Bücher – die traditions-reiche oder auch die neue Welt von Selfpublishing, Online-Marketing und Social Reading. In zahlreichen Projekten widmen sich die Studierenden aktuellen Frage-stellungen der Branche und präsentieren diese den Ver-lagen vor Ort, auf dem (vom Studiengang organisierten) Publishers Day oder den großen Buchmessen in Frankfurt am Main und Leipzig.

PRESSE.

Wer sich schon immer gefragt hat, wie Nachrichten und Neuigkeiten geschrieben, produziert und publiziert werden, sollte Mediapublishing studieren. Die Digitalisierung hat Einfluss auf alle Medienkanäle und betrifft das gedruckte Produkt ebenso wie den Einsatz aktueller Social-Media-Kanäle. Sie lernen die Zusammenhänge und Prozesse in einem modernen Pressunternehmen kennen: vom Journalismus über die speziellen ökonmischen Zusammenhänge bis hin zur Vermarktung. Sie beschäftigen sich mit aktuellen Trends der Branche und arbeiten an Forschungsprojekten mit, in denen beispielsweise der Frage nachgegangen wird, warum bestimmte Anzeigen besonders erfolgreich sind, wie eine Webseite optimal gestaltet sein muss oder welches Image eine Medienmarke bei den Lesern hat. Mit den studiengangseigenen Eye-Tracking-Laboren werden solche Forschungsfragen in Zusammenarbeit mit Unternehmen regelmäßig durchgeführt.

CROSSMEDIA.

Wenn man ein Buch im Internet weiterlesen kann oder es eine mobile Applikation (App) zur Zeitschrift gibt, dann wird es crossmedial. Crossmedia meint den Einsatz unterschiedlicher, aber inhaltlich und gestalterisch verknüpfter Medien. Neben digitalen Endgeräten sind es vor allem die Mediennutzer, die Crossmedia vorantreiben. Mediapublishing bedeutet deshalb, neben der gedruckten auch die digitale Welt im Blick zu haben.

Mediapublisher lernen, crossmediale Produkte zu entwerfen und umzusetzen. Zur Arbeit mit den Inhalten gehört die Auszeichnungssprache XML, in der Verlagsbranche ein sehr gefragtes Know-how. Damit die entstehenden Produkte am Markt erfolgreich sind, werden auch die dazugehörigen Geschäftsmodelle untersucht. Oft wird dabei mit Verlagen zusammengearbeitet, um gemeinsam eine konkrete Aufgabenstellung zu lösen.

RECHT.

Zum notwendigen Wissen für die Arbeit in Verlagen – wie dem rechtlichen Schutz von Texten, Fotos, Covern etc. – zählt das Medien- und Verlagsrecht. Es liefert zugleich das Rüstzeug zur rechtlichen Beurteilung von neuen, vor allem digitalen Geschäftsmodellen. Denn beinahe jede Veröffentlichung von Verlagsprodukten setzt den Erwerb von Rechten voraus. Deshalb werden im Mediapublishing-Studium auch die rechtlichen Grundlagen der Verlagsarbeit vermittelt. Ein Beispiel: Das Grundrecht der Pressefreiheit und seine Grenzen prägen, wie bei der Veröffentlichung von Paparazzi-Fotos, die gesamte Pressebranche.

Nicht zuletzt können die im Studium vermittelten Einblicke in den Rechte- und Lizenzhandel – ein Wachstumsbereich in Verlagen – auf eine spätere Tätigkeit in der Lizenzabteilung vorbereiten, in der keineswegs nur gelernte Juristen arbeiten.

“Print oder digital? Ganz klar: natürlich beides!”

MANUEL

“Ohne Presse geht es nicht – denn Meinung basiert auf Information.”

KIM

“Es ist überraschend, dass rechtliche Themen so hinreißend sind!”

GEORGINA

BEWERBUNG.

Voraussetzung für ein Studium an der HdM ist die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife oder die Fachhochschulreife. Die Zulassung zum Bachelor-Studiengang Mediapublishing ist beschränkt (Numerus Clausus). Eine auf das Studium bezogene Berufsausbildung, z. B. als Medienkauffrau/-mann, Buchhändler/in oder Mediengestalter/in, wird mit einer Notenanhebung von 0,3 bis 0,6 angerechnet. Insgesamt stehen pro Semester 27 Regelstudienplätze zur Verfügung.

BEWERBUNGSTERMINE

Für das Sommersemester:	15. Januar
Für das Wintersemester:	15. Juli
Weitere Infos unter:	www.hdm-stuttgart.de/mp
	www.hdm-stuttgart.de

MEDIAPUBLISHING

BUCH PRESSE CROSSMEDIA

Impressum
© 2019 Hochschule der Medien (HdM)
University of Applied Sciences
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart
Stand: 15.3.2019

Gestaltung: Studierende des Studiengangs Mediapublishing:
Layout: Florence Rudow und Madeleine Titeux.
Fotos: Alexandra Kazik, Christin Falkenberg, Lena Schneider, Jessica Langer/Kathrin Weberndörfer.