



Bachelor Buchhandels- /Verlags- und Medienmanagement **Betriebswirtschaftliches Kern-Studium**

Die Grundlagenphase der BA-Studiengänge an der SMI umfasst praxisorientierte Seminare, die alle Bereiche der Betriebswirtschaft abdecken. Diese werden durch die fach- und branchenspezifischen Seminare des jeweiligen Schwerpunktes ergänzt.

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und interdisziplinäre Projektarbeit	Einführung in praxisorientiertes, wissenschaftliches Arbeiten und Studieren, Prinzipien und Begriffe des wissenschaftlichen Arbeitens, Moderationstechniken
Wissenschaft und Methoden	Selbstmanagement, Persönliche Zeitanalyse, Störfaktoren, Zeitmanagement, Planung und Prioritäten, Erprobung von Zeitmanagement-Techniken
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftliche Führung von Unternehmen, Entscheidungsmodelle, Unternehmensphasen, Wertschöpfungsprozesse, Unternehmensfunktionen, Materialwirtschaft, Produktionsmanagement, Planen und Entscheiden, Wirtschaftsrecht (Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Spezialrecht), Gesellschaftsrecht und Rechtsformen, Zusammenschluss von Unternehmen, Standortwahl
Volkswirtschaftslehre	Volkswirtschaftliche Grundlagen, Fakten und Modelle, Haushaltstheorie und Theorie der Unternehmung, Einführung in die Mikroökonomie, Nachfrage, Angebot und Preisbildung, Das IS-LM-Modell für die geschlossene Volkswirtschaft, Wirtschaftssysteme, Gütermarkt, Arbeitsmarkt, Makroökonomik: Gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen, Wirtschaftspolitik, Grundzüge der Geldtheorie und Geldpolitik, Konjunkturphänomene und Wirtschaftspolitik, Wachstum und Strukturwandel
Unternehmensführung	Instrumente der Unternehmensführung, Führung von Unternehmen und Menschen, Prozesse der Unternehmensführung (Ziel- und Planungssysteme, Implementierung und Kontrolle), Normatives Management (Vision, Politik, Verfassung, Kultur), Grundlagen des Strategischen Management (Strategie-Konzepte und -Typen, Strategie-Analyse, Strategische Planung, Strategie-Implementierung und operative Umsetzung), Operations Research, Internationalisierung

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:
Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels gmbh
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de



Organisation	Grundlagen der Unternehmensorganisation, Aufbau-Organisation, Ablauf-Organisation, Prozess-Management, Organisations-Entwicklung, Projekt- und Qualitätsmanagement, Informations-Management, Technologie-Management, Change Management, Projektmanagement, Operations Research
Marketing	Grundlagen des Marketing-Management, Konsumenten-Verhalten, Marktforschung, Marktsegmentierung, Marketing Mix, Produkt- und Programm-Management, Preis-Management und Kontrahierung, Werbung und Kommunikation, Sales Management
Projektmanagement	Grundbegriffe des Projektmanagements, Basisfaktoren der erfolgreichen Projektarbeit, Strukturierung und Spezifizierung eines Projektes und Projektphasen, Methoden des Projektmanagements, Konfliktmanagement in Projekten, Projektmanagement in der Praxis
Personalmanagement	Einführung in das Personalmanagement, Personalplanung, Ressourcensteuerung, Personaleinsatz (Einführung, Arbeitszeit und Entgelt), Personalentwicklung, Grundlagen der Personalführung, Arbeitsrecht, Selbstorganisation
Recht	Einführung in das Wirtschaftsrecht und Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Vertragliche Schuldverhältnisse, Gesetzliche Schuldverhältnisse und Grundzüge des Sachenrechts, branchenspezifische Schwerpunkte: Marketingrecht, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht.
Finanzmanagement	Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens (Buchführung, Jahresabschluss, Bilanz und G+V), Bilanzanalyse und Bilanzpolitik, Investition und Finanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Erfolgs- und Liquiditätsplanung, Controlling
Quantitative Methoden	Wirtschaftsmathematik: Grundlagen der linearen Algebra, Grundlagen der Analysis, Differential- und Integralrechnung, Übungen zur Linearen Algebra und Analysis Wirtschaftsstatistik: Grundlagen der beschreibenden Statistik, Korrelations- und Regressionsanalyse und Grundlagen der Schließenden Statistik, Schließende Statistik: Schätzverfahren und Hypothesentests

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:
Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels gmbH
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de



Vertiefungsstudium Medien

Medien- und Kommunikations- theorie	Wie Medien wirken – was Medien bewirken, Individuum und Medien, Gesellschaft und Medien, Medien und Wirtschaft, psychologische und physiologische Medienwirkung, Werbewirkung, Moderne, Medientheorien, digitale Medien in der medientheoretischen Diskussion, Methoden der Publizistik und Grundlagen der Kommunikationswissenschaft, Kommunikationspolitik, spezifische Felder der Medienwirkungsforschung: "Agenda-setting", das Meinungsklima und die "Schweigespирale", "Kultivation" durch Fernsehen, Wirkungen von Gewaltdarstellungen, Medienwirkungen und die Entwicklungen in Mediensystem und –publikum, innovative Mess- /Analysemethoden
Medienmärkte und Medienstrategien	Medienmärkte und ihre Merkmale, Spezifika und Merkmale von Medienprodukten, Wertschöpfungsmodelle in der Medienwirtschaft: Innovationsmanagement, Beschaffungsmanagement, Produktion, Vermarktung und Marketing in der Medienwirtschaft, Marktstrukturen, Wertschöpfung und Strategien in folgenden Medien-Sektoren: TV und Film, Radio und Musik, Print (Zeitungen, Zeitschriften und Buch), New Media (insbesondere Online und Mobile Media), T.I.M.E.-Strategien und konvergente Medienangebote
Mediaanalyse und Planung	Der Markt für Media-Leistungen: Die deutsche und europäische Media-Landschaft, Gesamtüberblick der Medien, Analyse und Bewertung der Media Leistungen, Einsatzfelder der Media-Gattungen, Media-Agenturen, Vermarkter und werbetreibende Wirtschaft, Media-Forschung und -Analyse: Zielgruppen- und Wettbewerbsanalyse, die wichtigsten Markt- und Media-Studien, Analyse und Bewertung von Daten und Studien, quantitative Instrumente der Media-Forschung, Media-Planung, Media-Controlling, Media-Strategien, Media-Einkauf und Media-Verkauf: Marktdaten und -preise, Optimierung je Medium, Einkaufsprozesse, Media-Vermarktung, Entwicklung von Mediazielen, Media-Briefing, Media-Budgetierung, Verknüpfung von Marketing- und Mediastrategien
Internationales Medien- management	Grundlagen des internationalen Medienmanagements, Strategien und Strukturen von multinationalen Medienunternehmen, Internationalisierungs- und Markteintrittsstrategien im Mediengeschäft, Entwicklungspfade globaler Medienunternehmen, Globale Medienproduktionen/ –produkte, int. Regulierung und Rechtsfragen, int. Medienmarketing
Medien- Innovationen	Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Medienwirtschaft, innovative Medienprodukte, internationale Medien-Trends, neue Medien, Innovation durch Mediennutzer, Innovationsmarktforschung, Implementierung von Medien-Innovationen, kreative Kommunikations- und Mediastrategien, Case Studies on Media Innovation
Online-Marketing	Der Online-Consumer, Online-Advertising, Online-Media, -Tracking /-Controlling, Online-suche und Kaufverhalten, Search Engine Marketing / -Optimization, Online-CRM und Profiling, E-Mail-Marketing, Online-PR, Online-Communities /-Marketing, Affiliatemarketing

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:
Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

**mediacampus frankfurt | die schulen des
deutschen buchhandels gmbH**
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de



Vertiefungsstudium Buchhandel

BWL	Betriebswirtschaftliche Risiken und Chancen für Buchhandlungen, Unternehmensvergleiche durch Branchenkennziffern, Struktur- und Prozessmanagement für Buchhändler, Logistik-, Einkaufs- und Beschaffungsstrategien, Konditionen und Verhandlungen
Finanzen und Controlling	Finanzmanagement – die finanzielle Führungsverantwortung im Buchhandel: Strategien und Umsetzungskonzepte, strategisch relevante Kennzahlen im Buchhandel, betriebliches Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, kaufmännische Steuerung: Sortimentspolitik, Einkauf, Verkauf, Marketing, Personal, Administration, Finanzierungs- und Kreditrisiko, Controlling als Steuerungsinstrument
Organisation	Allgemeines und strategisches Management, Führung von Buchhandelsunternehmen: Führungsinstrumente, Personalcontrolling, Personalentwicklung, Führung und Zusammenarbeit, Unternehmenskooperationen im Buchhandel
Sortimentspolitik /-strategien	Positionierungsstrategien, Sortimentsentwicklung und –gestaltung, allgemeine und spezifische Sortimente, Warengruppenstrategien, Integration neuer Warengruppen, Standortpolitik, der Point of Sales (POS): Strategien und Umsetzung, IT- und Warenwirtschaftssysteme, bibliografische Informationssysteme
Spezielles Recht	Wettbewerbs- und Werberecht, Preisbindung, Medienrecht, Gewerberecht und Gewerbeordnung, steuerliche Bestimmungen, Arbeitsrecht, Urheber- und Verlagsrecht
Marktforschung, Marketing und Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit	Strategische Segmentierung von Kunden und Märkten, Marktforschung im Buchhandel, Zielgruppenbestimmung und Dienstleistungsmanagement, Formen der Markt- und Absatzstrategien im Buchhandel, spezielle Verkaufsstrategien und -wege: Kundengewinnung und –bindung, Methoden und Instrumente der PR und Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderungsmaßnahmen / Werbung, Veranstaltungsmanagement, der optimale Marketingmix für Buchhandelsunternehmen, Multichannelstrategien, E-Commerce im Handel
Herstellung (digital + print)	Medienformen und Grundlagen, Medienproduktion, Grundlagen der Print- und Digitalherstellung, Typographie, Umschlaggestaltung, Satz und Korrektur, Cross Media Publishing Database Publishing XML

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:

Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels gmbH
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de



Vertiefungsstudium Verlag

BWL	Betriebswirtschaftliche Risiken und Chancen für Verlage: Fachverlage, Publikumsverlage, Sachbuchverlage, Unternehmensvergleiche durch Branchen Kennziffern, Struktur- und Prozessmanagement für Verlage, Logistik-, Einkaufs- und Beschaffungsstrategien, Konditionen und Verhandlungen
Finanzen und Controlling	Finanzmanagement – die finanzielle Führungsverantwortung im Verlag: Strategien und Umsetzungskonzepte, strategisch relevante Kennzahlen im Verlag, betriebliches Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, kaufmännische Verlagssteuerung: Programmpolitik, Herstellung, Marketing, Vertrieb, Administration, Finanzierungs- und Kreditrisiko, Controlling als Basis für effektives Verlagsmanagement
Organisation	Allgemeines und strategisches Management, Führung von Verlagsunternehmen: Führungsinstrumente, Personalcontrolling, Personalentwicklung, Führung und Zusammenarbeit, Unternehmenskooperationen in Verlagen
Produkt- / Programmmanagement	Strategische Programmplanung, externe und interne Einflussfaktoren, Konzeption marktgerechter Produkte – On- und Offline, Ideengenerierung, Vernetzung in der Zielgruppe, globales Trendmonitoring, Bewertung externer Angebote, Konzeption eigener Produktideen, die Idee im Verlag „verkaufen“ (Exposé und Produktsteckbrief, Programmkonferenz, Info für Presse und Vertrieb), Autorenmanagement, Zweitverwertungen und Lizenzierungen, Qualitätssicherung im Lektorat, Produktlebenszyklen
Verlagsrecht und Lizenzen	Urheber- und Verlagsrecht, Preisbindung, Medienrecht, Grundlagen internationales Urheberrecht, Rechtevergabe bei digitalen Publikationen, Autorenverträge, Lizenzverträge / Nebenrechte, Übersetzungsrechte, Zweitverwertungen und Lizenzierungen
Marktforschung, Marketing und Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit	Strategische Segmentierung von Kunden und Märkten, Marktforschung in Verlagen, Zielgruppenbestimmung und Dienstleistungsmanagement, Formen der Produkt-, Markt- und Absatzstrategien in der Buchbranche, Distribution Vertrieb und Verkauf, Verkaufsmanagement, Verkaufsförderungs- und Veranstaltungsmanagement, Methoden und Instrumente der PR und Öffentlichkeitsarbeit, der optimale Marketingmix für Verlagsunternehmen, Multichannelstrategien
Herstellung (digital + print)	Ablauforganisation in der Produkterstellung, Medienformen und Grundlagen, Medienproduktion Produktionsplanung- und Projektmanagement, Grundlagen der Print- und Digitalherstellung, Typographie, Umschlaggestaltung, Satz und Korrektur, Cross Media Publishing Database Publishing XML, Schnittstellenmanagement, Kommunikation mit Dienstleistern, Qualitätskontrolle grafischer Produkte, aktuelle Geschäftsmodelle, neue Technologien, Konzeption und Umsetzung crossmedialer Produkte

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:

Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels gmbH
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de



Integrationsmodul (Buchhandel + Verlag)

Zukunftsszenarien der Buchbranche: Digitalisierung / E-Business	E-Commerce, E-Business, Multichannelvertrieb, Paid Content, Web 2.0, E-Marketing, Displaymarketing, Suchmaschinenoptimierung, Paymentsysteme, Mobile Commerce, Datenschutz, E-Publishing Digitales Publizieren Digitalisierung
Literaturkunde für die Buch- und Medienwirtschaft	Literaturgeschichtliche Fachkenntnisse, Literaturgeschichte als Ideengeschichte, Autorschaft und literarisches Werk im Zeitalter der Digitalisierung, Literaturbetrieb, aktuelle Trends und Perspektiven
Präsentieren, Kommunizieren und Verhandeln	Präsentationsgestaltung, Do's und Don'ts beim Präsentieren, Kommunikationstheorien und –modelle, Verhandlungsführung

School of Management and Innovation - Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)
Direktor SMI: Carsten Rasner - Präsident SHB: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. J. Löhn
Guertelstraße 29A/30 - 10247 Berlin - Fon +49 (0)30 29 33 09-232
www.steinbeis-smi.de - info@steinbeis-smi.de

Studien- und Bewerberadministration:
Kienestraße 35 - 70174 Stuttgart
Fon +49 (0)711 18 39-741
Fax +49 (0)711 18 39-715

mediacampus frankfurt | die schulen des deutschen buchhandels gmbH
Geschäftsführerin: Monika Kolb-Klausch
Wilhelmshöher Straße 283 - 60389 Frankfurt
Fon +49 (0)69 947 400-36
www.mediacampus-frankfurt.de
info@mediacampus-frankfurt.de