

Qualifikationsziele für den Bachelorstudiengang Druck- und Medientechnik an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München

(Stand WS 2016/17)

1 Druck- und Medienbranche

1.1 Branchentrends

In der Druck- und Medienbranche lassen sich seit geraumer Zeit eine Reihe stabiler Trends beobachten, die zum überwiegenden Teil bereits bei der Erstkonzeption der beiden Studiengänge „Druck- und Medientechnik“ (BA) sowie „Printmedien, Technologie und Management“ (MA) Berücksichtigung fanden.

Im Folgenden wird häufig der Begriff „Neue Medien“ verwendet, als Sammelbegriff für überwiegend internetbasierte Anwendungen in den Bereichen der Information, Kommunikation und Transaktion, die die Funktionen von Printmedien zum Teil oder ganz ersetzen oder ergänzen können, oder auch Lösungen bieten, die die Möglichkeiten der Printmedien zum Teil deutlich überschreiten. Die „Neuen Medien“ sind in der Regel an stationäre (z.B. PC) oder zunehmend auch mobile Benutzeroberflächen (z.B. Smartphone) gebunden und zeichnen sich durch online Anbindung, sowie durch dynamische visuelle, akustische und haptische Möglichkeiten zur Interaktion aus.

Alle Veränderungs- und Integrationsprozesse sind sowohl durch technische Innovationen als auch durch neue betriebswirtschaftliche Geschäftsmodelle gekennzeichnet.

- Die Integration von Printmedien und „Neuen Medien“, insbesondere den vielfältigen internetbasierten Anwendungen ist weit vorangeschritten. Etablierte Konzepte wie „Cross-Media-Publishing“, „Web-gestützte Printprozesse“ oder „E-Business“ sind Branchenalltag geworden und werden weiter optimiert. Mobile Applikationen gewinnen auch im industriellen Umfeld mehr und mehr an Bedeutung.
- Durch die Digitalisierung und Vernetzung von Inhalten, Workflows, Produktionsmitteln und Logistik kann die Druckindustrie aktuelle, bedarfsorientierte, zielgruppenspezifische oder individualisierte (Auflage „1“) Lösungen anbieten, die zunehmend wirtschaftlicher werden und die sehr gut zu den Merkmalen und Anforderungen im Umfeld der „Neuen Medien“ passen.
- Der Strukturwettbewerb mit den meist internetbasierten „Neuen Medien“ führt allerdings bei einigen Print-Marktsegmenten zum Verlust von Marktanteilen und zur Konsolidierung. Betroffen sind vor allem Produkte aus den Segmenten Verlagsdruck (z.B. Zeitungen), Werbdruck (z.B. Kataloge) oder auch Transaktionsdruck (z.B. Rechnungen).
- Andererseits gibt es eine ganze Reihe von Print-Marktsegmenten (z.B. Verpackungs-, Dekor-, Funktionsdruck), die sich weitgehend unbeeinflusst von den „Neuen Medien“ gut entwickeln. Sie wachsen mit der wirtschaftlichen Dynamik der Konsumgüterindustrie.

- Natürlich ist es für Druckdienstleister weiterhin möglich, erfolgreich Nischenmärkte zu besetzen. Alleinstellungsmerkmale lassen sich mit spezialisierten, innovativen und hochwertigen Printprodukten oder durch ein erweitertes, auf den Kunden abgestimmtes Dienstleistungsangebot erreichen.
- Darüber hinaus gibt es im Umfeld der Drucktechnik interessante Innovationen (z.B. in den Bereichen „Electronic Printing“, 3D-Druck, Sicherheitsdruck, Veredelung, Logistik) deren Marktpotenzial zum Teil noch schwer einzuschätzen ist.

Die genannten Änderungsprozesse in der Druck- und Medienbranche und die Integration mit „Neuen Medien“ sind in der Studiengangskonzeption berücksichtigt. AbsolventInnen müssen den genannten aktuellen und neuen technologischen und betriebswirtschaftlichen Anforderungen gewachsen sein.

1.2 Positionierung der AbsolventInnen auf dem Arbeitsmarkt

Adäquate Beschäftigungsmöglichkeiten für AbsolventInnen der beiden Studiengänge „Druck- und Medientechnik“ (BA) sowie „Printmedien, Technologie und Management“ (MA) sind typischerweise in folgenden Bereichen gegeben:

- Mediendienstleister
- Agenturen
- Druckindustrie
- Zulieferindustrie
- Verlagsbranche
- Forschungseinrichtungen
- Beratungsunternehmen

Durch die zunehmende Integration von Druck-, IT-, Medien- und Kommunikationsdienstleistern kommen als Arbeitgeber zunehmend auch Unternehmen aus den entsprechenden angrenzenden Bereichen in Betracht, zu nennen sind unter anderem:

- Informations- und Kommunikationsdienstleister
- Content- und Dokumentenmanagement
- Datenmanagement

In Bezug auf die Qualifikation der AbsolventInnen ist von einer zunehmenden Nachfrage an akademisch hochqualifizierten Fach- und Führungskräften auszugehen. Die rasche technologische Entwicklung und fortschreitende Integration über Branchengrenzen hinweg, führt zur Bildung neuer hochtechnisierter Tätigkeitsfelder in denen innovative Medienprodukte und Dienstleistungen gefragt sind.

1.3 Tätigkeitsfelder der AbsolventInnen

Beide Studiengänge sind durch die Fokussierung auf die Druck- und Medienbranche und durch die Kombination von ingenieurwissenschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Inhalten geprägt. Sowohl der Bachelor- als auch der Masterstudiengang sind berufsqualifizierende Abschlüsse. Beide befähigen zu beruflichen Tätigkeiten, die technische und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen umfassen.

Die Ausbildung im Bachelor- bzw. im Masterstudiengang zielt auf folgende Tätigkeitsfelder ab:

- Ingenieure mit Expertenwissen für den vollständigen technischen und betriebswirtschaftlichen Produktionsprozess der Druck- und Medienindustrie.
- Akademisch ausgebildete und praxisorientierte Fachspezialisten für den Einsatz in komplexen Anforderungsfeldern der Branche.
- Führungskräfte der Druck- und Medienindustrie für das Management und Controlling, für Strategie und Entwicklung von Unternehmen und Produkten.
- Führungskräfte für die Entwicklung branchenspezifischer Technologien und Lösungen, für die Herstellung und Verteilung von Print- oder Online-Produkten.

2 Ziele und Lernergebnisse im Studiengang Druck- und Medientechnik (BA)

2.1 Inhaltliche Ziele

Die inhaltlichen Ziele der Studiengänge sind auf die dargestellte Arbeitsmarktorientierung ausgerichtet.

1. Vermittlung vertiefter ingenieurwissenschaftlicher Qualifikationen für die Druckindustrie und die Schnittstellen zu den „Neuen Medien“.
2. Vermittlung grundlegender betriebswirtschaftlicher Qualifikationen für die Druckindustrie und die Schnittstellen zu den „Neuen Medien“.
3. Einblick in die gestalterische, technische und betriebswirtschaftliche Praxis der Druck- und Medienbranche.
4. Stärkung des konzeptionellen, analytischen, logischen Denkens und der Fähigkeit zur systematischen Problemlösung.
5. Stärkung der sozialen Kompetenzen für die Arbeit im Team, die Kooperation mit internationalen Partnern und die Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement.
6. Studiengangübergreifend werden unternehmerisches Denken und Handeln, nachhaltige Entwicklung und interkulturelle Kompetenzen als Profilerkmale der Hochschule München gefördert.

2.2 Lernergebnisse

Das Bachelorstudium betont die technischen Aspekte der Druckindustrie, wobei die Schnittstellen zu den internetbasierten „Neuen Medien“ hohe Bedeutung haben. Gleichzeitig werden branchenspezifische betriebswirtschaftliche Zusammenhänge vermittelt.

Die Studieninhalte sind aus technischer Perspektive breit angelegt und umfassen alle Produktionsstufen von der Medienvorstufe bis zur Nachbearbeitung. Besonders im Bereich der Medienvorstufe spielt die Integration der Printmedien mit den „Neuen Medien“ (Stichwort: Multi-Channel-Publishing) eine große Rolle. Die verschiedenen Anwendungs- und Marktsegmente werden dabei entsprechend ihrer aktuellen und mittelfristigen wirtschaftlichen Bedeutung berücksichtigt.

Der betriebswirtschaftlich orientierte Anteil der Bachelorlehrmodule nimmt etwa ein Drittel des Gesamtumfangs ein und orientiert sich fachlich anwendungsnahe an den branchentypischen Anforderungen.

Absolventen des Studiengangs zeichnen sich insbesondere durch folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus:

Kenntnisse

1. Sie verfügen über ingenieurtechnische, mathematische, naturwissenschaftliche und informationstechnische Kenntnisse, die sie zu wissenschaftlich fundierter Arbeit in der Druck- und Medienbranche befähigen.
2. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Druck- und Medientechnologien von der gestalterischen und technischen Vorstufe, einschließlich ihrer Schnittstellen zu „Neuen Medien“, über die Drucktechnik bis zur Weiterverarbeitung.
3. Sie verfügen über Kenntnisse der wert- und mengenmäßigen Abbildung von Unternehmen und ihrer Prozesse.
4. Sie kennen den Prozess des Marketings.
5. Absolventen verfügen über grundlegende Kenntnisse der Moderations- und Präsentationstechniken sowie der Kommunikation in nationalen und auch internationalen Projektteams.

Fertigkeiten

1. Absolventen sind in der Lage, Produktionsprozesse der Druck- und Medienbranche technisch, betriebswirtschaftlich und gestalterisch zu konzipieren, zu analysieren und operativ zu steuern.
2. Sie können technische Geräte, Maschinen und Produktionsmaterialien unter Berücksichtigung von Normen und ingenieurwissenschaftlichen Anforderungen beurteilen, konfigurieren und einsetzen.
3. Sie sind in der Lage, im Rahmen der Druck- und Medienbranche betriebswirtschaftlich fundiert zu planen, zu steuern und zu kontrollieren.
4. Sie können systematisch Branchenmärkte analysieren und Marketinginstrumente anwenden.
5. Sie sind trainiert im konzeptionellen, analytischen und logischem Denken und besitzen die Fähigkeit zur systematischen Problemlösung.
6. Sie besitzen die Fertigkeit, in Projektteams kooperativ und ergebnisorientiert zu arbeiten und sich in fachliche und fachübergreifende Diskussionen konstruktiv einzubringen.

Kompetenzen

1. Absolventen verfügen über technisch-wirtschaftliche Problemlösungskompetenz mit Anwendungsbezug im Bereich der Druck- und Medientechnik.
2. Sie können ihre Kenntnisse und Fertigkeiten einsetzen, um neue Druck- und Medienprodukte unter Berücksichtigung von betriebswirtschaftlichen, technischen und auch gestalterischen Anforderungen zu konzipieren und/oder branchenspezifische Technologien und Geschäftsprozesse zu optimieren.
3. Sie verfügen über grundlegende Kompetenzen zu einer wissenschaftlichen Arbeitsweise und sind befähigt, das erworbene Wissen eigenverantwortlich zu vertiefen und Lernstrategien für lebenslanges Lernen einzusetzen.
4. Sie verfügen über die soziale Kompetenz, ihre fachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten im Team zielführend einzubringen und sich gesellschaftlich zu engagieren.