

Qualifikationsziele für den Masterstudiengang Printmedien, Technologie und Management 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 MA-Studiengang Printmedien, Technologie und Management

Inhaltliche Ziele Masterstudiengang

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

1. Vermittlung von Managementqualifikationen für Führungspositionen der Druck- und Medienbranche, die zu nachhaltigem unternehmerischen Handeln und strategischem Planen befähigen.
2. Qualifikation für anwendungsorientierte Forschungsaufgaben im Bereich innovativer Technologie- und Produktentwicklung in der Druck- und Medienbranche.
3. Stärkung der sozialen Kompetenzen für Führungsaufgaben und die Kooperation mit internationalen Partnern. und die Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement

Lernergebnisse Masterstudiengang

Der konsekutive Masterstudiengang knüpft fachlich an das BA-Studium an. Der Studiengang richtet sich an besonders qualifizierte Bachelorabsolventen der Druck- und Medientechnik oder verwandter Studiengänge. Die Qualifikation für ein Masterstudium zeigt sich in guten bis ausgezeichneten Ergebnissen im qualifizierenden Studiengang sowie persönlichen Stärken.

Im Zentrum des Studiums steht die Integration von technischem und marktwirtschaftlichem Denken und Wirken. Die Absolventen des Masterstudiengangs werden zu verantwortlichem, marktwirtschaftlich orientiertem und strategischem Handeln und Entscheiden im Umfeld der

Druck- und Medientechnik befähigt. Sie werden auf nationale und internationale Anforderungen vorbereitet.

Masterabsolventen zeichnen sich insbesondere durch folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus:

Kenntnisse

1. Masterabsolventen kennen Methoden zur Entwicklung von Geschäftsmodellen und für das Marketing von Branchenprodukten sowie -dienstleistungen.
2. Sie kennen wesentliche Methoden und Instrumente zur Unternehmensführung und –steuerung.
3. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich zentraler und innovativer Technologien der Druck- und Medienindustrie.
4. Sie verfügen über ingenieurwissenschaftliche sowie wirtschaftswissenschaftliche methodische Kenntnisse, die zu anwendungsorientierter Forschungs- und Entwicklungstätigkeit in der Druck- und Medienindustrie eingesetzt werden.
5. Sie kennen verschiedene Methoden der Personalführung, Projekt- und Arbeitsorganisation.
6. Sie erweitern ihre Englischkenntnisse in englischsprachigen Lehrveranstaltungen.

Fertigkeiten

1. Sie können unternehmerisch handeln, interdisziplinär denken und kreativ agieren und so insbesondere neue Produkte, Geschäftsmodelle und -strategien entwickeln.
2. Sie können ingenieurwissenschaftliche, betriebswirtschaftliche, mathematische und naturwissenschaftliche Methoden zum Aufbau, zur Durchführung und Auswertung von Laborversuchen und wissenschaftlichen Studien einsetzen.
3. Sie sind befähigt im Kontext betriebswirtschaftlicher und grundlegender rechtlicher Anforderungen Branchentechnologien und Geschäftsprozesse zu entwickeln, einzuführen und zu betreiben.
4. Sie beherrschen abstraktes, analytisches, über den Einzelfall hinausgehendes und vernetztes Denken. Sie haben die Fähigkeit, sich schnell, methodisch und systematisch in Neues, Unbekanntes einzuarbeiten.
5. Sie können Fachthemen sicher präsentieren, auch in englischer Sprache.

Kompetenzen

1. Sie können ihre betriebswirtschaftlichen und technischen Kenntnisse und Fertigkeiten vernetzen und sowohl operativ als auch strategisch nutzen.
2. Sie erkennen wirtschaftliche und technologische Markttrends und können diese in neue Geschäftsmodelle, Produkte, Prozessoptimierungen und technische Entwicklungen einbringen.
3. Sie haben Kompetenz zur betriebswirtschaftlichen Bewertung, Analyse und Prognose von Märkten, Produkten, Geschäftsprozessen, Technologien und Verfahren.
4. Ihre Kenntnisse und Fertigkeiten befähigen sie zum Technologietransfer zwischen angrenzenden Fachgebieten bzw. Wirtschaftsbranchen und der Druck- und Medienbranche.
5. Sie können nationale und internationale Projektteams zielorientiert leiten.