

3. PRODUKTPLANUNG UND PROGRAMMENTWICKLUNG

Lernziele im Ausbildungsbetrieb

Die Auszubildenden sollen die Aufgaben des Lektors/Redakteurs/Programmplaners in der Planung und Gestaltung des Programms kennen lernen und die wichtigsten Fähigkeiten in der Bearbeitung von Inhalten von der Beurteilung bis zur Produktionsfreigabe unter Einbeziehung der Marketingstrategien erlernen.

Dazu gehören die Grundlagen des Verlags- und Medienrechts sowie die Möglichkeiten der Nutzung von Nebenrechten durch die Vergabe von Lizenzen, um die Bedeutung von Lizenzverträgen einschätzen zu können.

Externe Praktika

Ausbildungsrahmenplan		Exemplarische Inhalte	Umsetzung in der Ausbildung	Checkliste Betrieb und Schule
3.1 Programme und Profile	a) Konzeption der Produkte des Ausbildungsbetriebes unter Berücksichtigung von Märkten und Zielgruppen bewerten	<ul style="list-style-type: none"> • Programmplanung, Produktkonzeption und Marktausrichtung • Trends, Marktforschung und Marktanalyse • Zielgruppenbestimmung und deren Kaufkraft • Preispolitik • Konkurrenzbeobachtung • Auflagenhöhe 	<ul style="list-style-type: none"> – Teilnahme an Programmkonferenzen – Beschaffung von Marktdaten – Recherchen 	Agenturen Autorkorrektur Bibliographie Bildnachweis CIP Copyright Diversifikation Domain Exposé Fußnote geistiges Eigentum Graue Literatur Gutachten Hauskorrektur Impressum Klappentext Kodex Kommentar Koproduktion KSVG Lektor Literaturverzeichnis Lizenzen Lizenzerlös Lizenzvertrag Lizenzgebühr Medienspezifische Darstellungsformen: Nachricht, Glosse, Reportage, Interview, Kommentar, Feature, Porträt, Personalia, etc. Nebenrechte Newsletter
	b) Neu- und Weiterentwicklungen von Produkten und Dienstleistungen in der Medienwirtschaft beurteilen und Schlussfolgerungen für den eigenen Arbeitsbereich ziehen	<ul style="list-style-type: none"> • Launches und Relaunches 		
	c) Neu- und Weiterentwicklungen von kundenorientierten Digital- und Printprodukten und Dienstleistungen vorschlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Print: z. B. Booklets, Sonderdrucke • Digital: z. B. E-Books, E-Paper, CD • Dienstleistung: z. B. Seminare, Hausmesen, Kongresse 		
3.2 Redaktion, Lektorat	a) Zusammenwirken von Redaktion oder Lektorat insbesondere mit den Funktionsbereichen Produktion und Marketing berücksichtigen	<ul style="list-style-type: none"> • Programm-, Produkt- und Themenauswahl durch Lektorat, Redaktion und Online-Redaktion • Terminplanung • Kalkulation und Preisgestaltung • Marketingziele und Zielgruppenorientierung • Vorbereitung für die Produktion • Gliederung und Struktur • Impressum 	<ul style="list-style-type: none"> – Beschaffen von Texten und Informationen – Texte verfassen unter Berücksichtigung der Leserinteressen – Erstellen von Registern, Verzeichnissen und Bildnachweisen – Klappentexte erstellen – Beschaffen von Bildern und Illustrationen – Ermitteln und Einholen von Bildrechten 	

Ausbildungsrahmenplan		Exemplarische Inhalte	Umsetzung in der Ausbildung	Checkliste Betrieb und Schule
Fortsetzung 3.2 Redaktion, Lektorat	b) konzeptionelle Planung von Redaktion oder Lektorat im Arbeitsprozess beachten	<ul style="list-style-type: none"> • Produktgestaltung • Medienneutrale Datenhaltung/-konvertierung • Zusammenarbeit mit Literatur- und Nachrichtenagenturen, Agenturen, Scouts, Korrespondenten und Journalisten • Zusammenarbeit mit Dienstleistern 	<ul style="list-style-type: none"> – Prüfen, bewerten und bearbeiten von Manuskripten und Abbildungen – Korrekturlesen – Layout und Umbruch – Einholen von Dienstleistungsangeboten und Erteilen von Aufträgen 	Personalie Plagiat Porträt Quellennachweis Raubdruck Register Reportage Royalties Sekundärliteratur Titelei Titelschutzanzeige Urheberrecht Verlagsalmanach Waschzettel Zitat
	c) Bedeutung der Akquisition und Betreuung von Autoren oder Herausgebern begründen	<ul style="list-style-type: none"> • Vertragliche Grundlagen: Autoren-, Herausgeber-, Übersetzer-, Illustratorenvertrag etc. • Titelschutz, Anmeldung von Domains, Titelei, Impressum, ISBN, CIP-Meldung • Honorierung: Vorschuss, Absatz-, Garantie-, Pauschalhonorar 	<ul style="list-style-type: none"> – Honorierung von Text und Bild – medienspezifische Darstellungsformen – Titelmeldung an Deutsche Bibliothek – Titelschutz und ISBN/ISSN beantragen – Grundlagen des Pressewesens: Presserecht, Persönlichkeitsrecht, Bildrecht, Exklusivität 	
d) Rolle des Contentmanagements für Produktion und Marketing beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> • Ein- und Verkauf von Inhalten z. B. für Websites, Shops, Foren, Nutzung für Online-Marketing, Crossmedia-Werbeangebote, Links etc. • Aktualität durch Updates • News 	<ul style="list-style-type: none"> – Datenbankpflege – Updates, Newseingabe – Mithilfe beim Aufbau eines Portals 		
3.3 Rechte und Lizenzen	a) Bestimmungen des nationalen und internationalen Medien- und Presserechts anwenden und Branchenrichtlinien beachten	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden des Rechteein- und -verkaufs • Urheberrecht, Presserecht, Datenbankrecht, verwandte Schutzrechte und internationale Vereinbarungen 	<ul style="list-style-type: none"> – Feststellen verfügbarer Nutzungsrechte auf Basis von Verträgen 	
	b) Bestimmungen des Urheberrechts beachten	<ul style="list-style-type: none"> • Schutzdauer • Nachdruck • Copyright 		

Ausbildungsrahmenplan		Exemplarische Inhalte	Umsetzung in der Ausbildung	Checkliste Betrieb und Schule
Fortsetzung 3.3 Rechte und Lizenzen	c) Auswirkungen von Erwerb, Sicherung und Verkauf von Verwertungs- und Nutzungsrechten im Ausbildungsbetrieb bewerten d) bei Abschluss von Verlags- und Lizenzverträgen mitwirken	<ul style="list-style-type: none"> • Koproduktionen • Verwertungsgesellschaften: VG Wort, VG Bild-Kunst, GEMA, PMG • Normvertrag, z. B. Verlagsvertrag 	<ul style="list-style-type: none"> – Kommunikation zwischen Rechteinhabern und -nehmern, z. B. Einholen von Abdruckgenehmigungen – Ermittlung und Aufteilung von Lizenzermittlungen – Ausstellen von Verträgen 	

Verteilung Ausbildungsinhalte nach Rahmenlehrplan

- 1. Lehrjahr
- 2. Lehrjahr
- 3. Lehrjahr