

Vorlesungsverzeichnis

M.A. Medienmanagement

Sommer 2013

Stand 08.10.2014

M.A. Medienmanagement	3
Projektmodule	4
Angewandte empirische Forschung	4
Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien	4
Medienmanagement: : Freies Wissen	6
Medienökonomie	8
Ökonomische Theorien	8
Studienmodule	9
Internationales Management und Medien	9
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen	10
Marketing und Medien:	11
Medienmanagement: Organisation und Management	11
Medienökonomie und Medien der Ökonomie: Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik	11
Medienrecht I	12
Medienrecht II	13
Wahlmodule	13

M.A. Medienmanagement

Begrüßungsveranstaltung Studienprogramme EMK/EFMS/MIK/CIIO

Donnerstag, 04. April 2013, 10:00 Uhr, Seminarraum 014, Bauhausstraße 11

Projektbörse

Donnerstag, 04. April 2013, ab 14:00 Uhr im Hörsaal in der Karl-Haußknecht-Straße 7

14:00 Uhr • Mediensoziologie, Prof. Ziemann

14:20 Uhr • Geschichte und Theorie der Kulturtechniken, Vertr.-Prof. Steinhauer

14:40 Uhr • Philosophie audiovisueller Medien, Dr. Martin, Dr. Hanstein

15:00 Uhr • Medienphilosophie , Vertr.-Prof. Löffler

15:20 Uhr • Theorie medialer Welten, Vertr.-Prof. Scholz

15:40 Uhr • Mediale Historiographien, Dr. Vagt, Dr. Wendler

16:00 Uhr • Europäische Medienkultur, S. Czerney, M.A., Dr. Cordonnier

16:20 Uhr • Bildtheorie mit dem Schwerpunkt Bewegtbildforschung, Jun.-Prof. Pantenburg

16:40 Uhr • Lecturer Medienkultur, Dr. Frisch

17:00 Uhr • Medienmanagement, Prof. Maier

17:20 Uhr • Marketing und Medien, Prof. Emes

17:40 Uhr • Internationales Management und Medien, Jun.-Prof. Trommershausen

18:00 Uhr • Medienökonomie, Vertr.-Prof. Kuchinke

Master-Kolloquium Internationales Management und Medien

A. Trommershausen

Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Kommentar

Im Rahmen des Moduls soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Theorien erweitert werden und Hilfestellung bei der Übertragung allgemeiner Wissensbestandteile auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit gegeben werden.

Master-Kolloquium Marketing und Medien

J. Emes

Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Kommentar

Im Rahmen des Moduls soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Theorien erweitert werden und Hilfestellung bei der Übertragung allgemeiner Wissensbestandteile auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit gegeben werden.

Master-Kolloquium Medienmanagement

M. Maier
Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Kommentar

Im Rahmen des Moduls soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Theorien erweitert werden und Hilfestellung bei der Übertragung allgemeiner Wissensbestandteile auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit gegeben werden.

Master-Kolloquium Medienökonomie

B. Kuchinke
Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Kommentar

Im Rahmen des Moduls soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Theorien erweitert werden und Hilfestellung bei der Übertragung allgemeiner Wissensbestandteile auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit gegeben werden.

Projektmodule**Angewandte empirische Forschung****Applied Empirical Research**

This module makes the participants familiar with selected methods for collecting and analysing complex empirical data. The methods discussed include qualitative techniques as well as multivariate analyses.

Das Projektmodul "Angewandte empirische Forschung" setzt sich zusammen aus der Vorlesung "Grundlagen der empirischen Marktforschung" (Emes, Buber), der Vorlesung "Multivariate Analysemethoden" (Emes), dem Seminar "Methodenwerkstatt" (Gruschwitz, Conrad) und dem Seminar "Qualitative Marktforschung: Eine praktische Analyse" (Emes, Breitbarth).

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien**Media Marketing: Adolescents, Communication and Media**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jutta Emes

Digitale Jugend: Adoleszente Konsumenten in der digitalen Musikindustrie

A. Müller

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 08.04.2013

Kommentar

Jugendliche Konsumenten stellen für Medienanbieter eine interessante Zielgruppe dar: Das begründet sich einerseits dadurch, dass diese Generation in eine digitale Welt hineingeboren wurde. Folglich ist sie mit dem Vokabular und den Technologien digitaler Angebote aufgewachsen. Andererseits durchlaufen die 12- bis 19-Jährigen gerade einen bedeutenden Lebensabschnitt, in dem sich ihre soziale Identität herausbildet und formt.

Die Veranstaltung bietet eine Einführung in das Themenfeld des jugendlichen Mediennutzungsverhaltens anhand des digitalen Musikmarktes. Dabei sollen die Teilnehmer einen Überblick über relevante Aspekte sowohl der Anbieter- (z.B. Geschäftsmodelle und Werbemöglichkeiten) als auch der Nachfrageseite (z.B. Modelle von Mediennutzertypen und methodische Untersuchungsmöglichkeiten) gewinnen und kritisch diskutieren.

Die Veranstaltung ist Teil des Projektmoduls „Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien“.

Leistungsnachweis

Ein Leistungsnachweis kann durch ein Referat (100%) erworben werden.

Jugend, Kommunikation und Musik**S. Best, J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

Do, Einzel, 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, Auftaktveranstaltung, 11.04.2013 - 11.04.2013

Bemerkung

Die Termine werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Auftaktveranstaltung: Donnerstag, 11.04.2013, 13:30 bis 15:00 Uhr

Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal

Kommentar

Das Forschungskolloquium dient dazu, die Inhalte der Veranstaltungen des Projektmoduls „Jugend, Kommunikation und Musik“ zusammenzuführen, kritisch zu reflektieren und in einer Projektarbeit aufzuarbeiten.

Die Veranstaltung ist Teil des Projektmoduls „Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien“.

Leistungsnachweis

Die Veranstaltungsnote wird über eine Kurzpräsentation (20%) und die Projektarbeit (80%) ermittelt.

Kommunikation und Mediennutzung von Jugendlichen**J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2013

Kommentar

Im Mittelpunkt der Vorlesung steht die Rolle von jugendlichen Konsumenten im digitalen Wandel. Das veränderte Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten dieser Zielgruppe wird analysiert; Implikationen für Marketingstrategien von Medienanbietern werden diskutiert.

Die Veranstaltung ist Teil des Projektmoduls „Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien“.

Leistungsnachweis

Die Veranstaltungsnote wird durch eine Klausur am Semesterende (70%) und über mündliche Mitarbeit (30%) ermittelt.

Persuasion und Generation

S. Best

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2013

Kommentar

Werbtreibende Unternehmen nutzen verschiedene Taktiken der persuasiven Kommunikation, um potentielle Nachfrager unterschiedlichen Alters effektiv anzusprechen. Die Konsumenten verschiedener Generationen scheinen dabei Unterschiede im Umgang mit Werbung aufzuweisen. Das Seminar stellt die Frage, wie Kinder, Jugendliche, Erwachsene und s.g. Best Ager werbliche Überzeugungsversuche interpretieren und welche Bedeutung sie kommunikationspolitischen Maßnahmen zuweisen.

Die Studierenden untersuchen diese Fragestellung auf Basis aktueller Forschungsliteratur und konzipieren einen Ansatz zu deren empirischer Überprüfung.

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis kann durch Abgabe eines Arbeitspapiers (100%) am Ende des Semesters erworben werden.

Medienmanagement: : Freies Wissen**Media Management: Free Knowledge**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

Innovation und Management

M. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 11.04.2013

Kommentar

Im Seminar geht es um Organisations- und Managementansätze für Unternehmungen, die durch hohe Komplexität und Unsicherheit, durch temporäre Projektorganisation und immaterielle Vertrauens- und Erfahrungsgüter gekennzeichnet sind. Es werden Methoden zur Prozesssteuerung unternehmerischer Aktivitäten behandelt, die innovative Denkweisen und Vorgehensweisen mit planerisch-steuernden Ansätzen im Sinne eines alternativen Managementansatzes verknüpfen.

Das Seminar ist Bestandteil des "Projektmoduls Medienmanagement: Freies Wissen".

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis besteht aus der aktiven Teilnahme und einem mündlichen Beitrag im Seminar.

Netzökonomie

M. Maier

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 10.04.2013

Kommentar

Inhalt dieses Seminars ist die Ökonomie von Informations- und Netzgüterindustrien. Es geht um die Analyse der besonderen ökonomischen und kulturellen Merkmale von Informationsgütern, insbesondere um Informationsgüter die in digitalen Netzwerken zirkulieren und dort ihre Nutzung finden. Die Veranstaltung setzt sich also mit Netzgütern und Netzgüterindustrien auseinander. Das Seminar ist Bestandteil des Projektmoduls "Medienmanagement: Freies Wissen".

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis erfolgt durch die regelmäßige Mitarbeit und eine Klausur am Ende der Veranstaltung.

Wissensplattform

M. Maier, N.N., N. Richter, C. Kilian

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 10.04.2013

Bemerkung

Termin für die Kick-off Veranstaltung und alle weiteren Termine werden nach studentischer Anmeldung per Mailverteiler bekannt gegeben.

Seminarraum im neudeli

Kommentar

Im Zentrum der Veranstaltung stehen verschiedene Forschungsfragen zum Thema `Freies Wissen`, die in Einzel- und Gruppenarbeit lokal und über eine Online-Plattform bearbeitet und zur Diskussion gestellt werden. Ziel der Forschungswerkstatt ist die Erstellung einer Gruppenprojektarbeit aus den Einzelbeiträgen und einer öffentlichen Präsentation der Inhalte. Das Seminar startet mit einer Kick-off Veranstaltung in der ersten Veranstaltungswoche. Vor der öffentlichen Präsentation findet eine mündliche Zwischenpräsentation der Forschungsgruppen statt. Die Wissensplattform ist Bestandteil des Projektmoduls "Medienmanagement: Freies Wissen".

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis setzt sich zusammen aus den regelmäßigen Einzel- und Gruppenbeiträgen, der kritischen Auseinandersetzung mit den Beiträgen der anderen Teilnehmer, einer Gruppenprojektarbeit und einer Zwischenpräsentation.

Zusammenarbeit, Kreativität, Nachhaltigkeit

N. Richter, C. Kilian

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 10.04.2013

Kommentar

Zusammenarbeit ist die Voraussetzung für die Hervorbringung von Wissen und nachhaltigen Innovation. Sie findet in Gemeinschaften statt und basiert auf funktionierenden Koordinationsmechanismen. Pauschalisierende Bezeichnungen wie Korporatismus oder Kapitalismus können dieses institutionelle Problem nicht hinreichend behandeln. Kollektive Kommunikationsformen und Ziele sowie Kooperationspraktiken in der 'new economy' bezeichnen Formen der Zusammenarbeit jenseits von Konkurrenz und zentraler Planung. Inhalt der Veranstaltung sind die kritische Auseinandersetzung mit den Themen Zusammenarbeit, Gemeinschaft, Nachhaltigkeit und der Koordination von Kreativ- und Wissensarbeit.

Das Seminar ist Bestandteil des Projektmoduls "Medienmanagement: Freies Wissen".

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis besteht aus der aktiven Teilnahme und einem mündlichen Beitrag im Seminar.

Medienökonomie**Media Economics: Technological Innovation and the role of the consumer**

The courses of this project will focus on the demand side of innovation process and politics and will analyze these by using approaches of industrial economics. The project contains of the lecture "Innovation Economics", the seminars "Innovation politics: Demand" and "Spotlight on the consumer: How demands lead to successful business models" and a research colloquium.

Das Projektmodul "Medienökonomie: Innovation und die Rolle des Konsumenten" besteht aus der Vorlesung "Innovation, Forschungs- und Innovationspolitik" (Kuchinke), dem Seminar "Innovations- und Patentpolitik: Schwerpunkt Nachfrage" (Kuchinke), dem Seminar "Der Nachfrager im Fokus: Wie führen Bedürfnisse zu erfolgreichen Geschäftsmodellen?" (Putzig) sowie einem Forschungskolloquium (Kuchinke, Putzig).

Modulverantwortliche: PD Dr. Björn Kuchinke

Ökonomische Theorien**Economic theories**

The module is teaching basic theories and concepts in media management, enabling students a more profound and critical understanding in "economic theories".

The module consists of two lectures and two classes. Credits are attained in the lecture via a written exam at the end of the semester, in the classes by pro-active and regular attendance and by writing a profound scientific analysis (project work) in "economic theories".

Das Projektmodul "Ökonomische Theorien" setzt sich zusammen aus der Vorlesung "Diskurse und Praktiken im Medienmanagement" (Maier), der Vorlesung "Governance-Globalisierung-Medien" (Trommershausen), dem Seminar "Theoretische Perspektiven und Praxis der Medienwirtschaft" (Richter) und dem Seminar "Wissenschaftliche Analyse ökonomischer Theorien" (Trommershausen).

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

Studienmodule

Internationales Management und Medien

International Management and Media

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Anke Trommershausen

Corporate Social Responsibility revisited: Unternehmensethische Konzepte zwischen interkulturellem Dilemma und postmoderner Ethik

A. Trommershausen

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 10.04.2013

Kommentar

Die Vorlesung gibt einen Überblick über grundlegende unternehmensethische Konzepte der Corporate Social Responsibility (CSR). Dadurch wird deutlich, dass der Diskurs um die CSR von Unternehmen vor allem auf eine prinzipiengeleitete Ethik fokussiert, die Regeln und Normen für ein gutes Handeln aufstellt. Die Problematik einer allgemeinen Anwendbarkeit solcher Normen zeigt sich jedoch in einer zunehmend projektbasierten und kleinteiligeren Arbeitsorganisation und damit vor allem bei spezifisch interkulturellen Konflikten. Diese Dilemma-Situationen der interkulturellen Ethik nimmt sich die postmoderne Ethik zum Ausgangspunkt. Die Vorlesung führt daher in den postmodernen Diskurs ein, der weniger auf die effiziente Befolgung von Regelwerken, als vielmehr auf das Individuum und seine Praktiken im Umgang mit Regeln und Normen fokussiert und betrachtet diese als einen kontinuierlichen (diskursiven) Aushandlungsprozess. Studierende erlernen Grundlagen der Unternehmensethik sowie neuere Ansätze und Konzepte, die verstärkt auf das Individuum in internationalen Arbeitskontexten fokussiert.

Leistungsnachweis

Leistungsnachweis: Klausur (100%)

Media Work: Der Wandel der Medienarbeit durch Digitalisierung und Konvergenz

A. Trommershausen

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2013

Kommentar

In global agierenden Unternehmen sind Koordinations- und Steuerungsprozesse zunehmend über Medien vermittelt. Dies liegt an der zunehmenden grenzüberschreitenden Netzwerkbildung und Projektorientierung in der Zusammenarbeit.

Einerseits geht es im Zuge von Individualisierung, Flexibilisierung und Subjektivierung um neue Arbeitsrollen, -modelle und -orte (z.B. Digital Nomad, Co-Work(er), Co-Creator, etc.).

Andererseits steht der spezifische Wandel des „Medienarbeiters“ in der konvergenten Medienbranche selbst im Zentrum. So z.B. im Bereich der Werbung, des Journalismus oder auch der Filmproduktion. Insgesamt erlernen Studierende einen transdisziplinären Zugang zu der medienvermittelten Arbeitswelt und den spezifisch neuen Rollen des „Medienarbeiters“ im Wertschöpfungsprozess.

Leistungsnachweis

Leistungsnachweis: Referat (60%) und Ausarbeitung (40%)

Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

Investment and Financing of Media Companies

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jutta Emes

Investition und Finanzierung von Medienunternehmen in der Praxis

N.N.

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 09:00 - 18:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 28.06.2013 - 28.06.2013
Sa, Einzel, 09:00 - 16:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 29.06.2013 - 29.06.2013

Bemerkung

Blockveranstaltung: 28. und 29. Juni 2013

Dozent: Bernhard Stampfer

Kommentar

Das Seminar beschäftigt sich mit der Frage, welche Möglichkeiten es gibt, Filmprojekte zu finanzieren. Die Dozenten aus der Medienpraxis geben den Teilnehmern Einblick in ihre umfangreichen Erfahrungen in der Film- und Fernsehbranche und behandeln ein aktuelles Fallbeispiel.

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis kann durch eine Präsentation erworben werden.

Theorie und Praxis der Medienfinanzierung

J. Emes

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 11.04.2013

Bemerkung

Termine der Gastvorträge werden noch bekannt gegeben (vorauss. freitags).

Kommentar

In dieser Veranstaltung lernen die Studierenden Verfahren der Investitions- und Finanzierungsrechnung und deren Anwendung auf Medienmärkte kennen. Die theoretischen Grundlagen der Investition und Finanzierung sowie Möglichkeiten, in Medienprodukte zu investieren und diese zu finanzieren, werden aufgezeigt. Aktuelle Fragen zur Investition und Finanzierung der Medienindustrie werden anhand von Beispielen aus der Praxis in Form von Gastvorträgen diskutiert.

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis kann durch das Bestehen einer Klausur (50%) sowie durch ein Experteninterview (50%) erworben werden. Die Teilnahme an den Gastvorträgen ist verpflichtend.

Marketing und Medien:

Media Marketing: Communication and Branding for Cultural and Media Industries

This module addresses tasks and strategic concepts of communication and branding. It consists of a lecture on branding and an English seminar on intercultural communication.

Das Studienmodul "Marketing und Medien: Communication and Branding for Cultural and Media Industries" setzt sich zusammen aus der Vorlesung "Kultur- und Medienbranding" (Emes, Höhne) und dem englisch-sprachigen Seminar "Intercultural Communication" (Bengoa).

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Medienmanagement: Organisation und Management

Media Management: Organization and Management

The project contains of the lecture "Organization and Management" and the seminar "ReWork: Organization as Prozess".

Das Studienmodul "Medienmanagement: Organisation und Management" besteht aus der Vorlesung "Organisation und Management" (Maier) und dem Seminar "ReWork: Organisation als Prozess" (Richter).

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Matthias Maier

Medienökonomie und Medien der Ökonomie: Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik

Media Economics and Media of Economics: Telecommunication and Regulatory Economics

Modulverantwortlicher: Vertretungsprofessor PD Dr. Björn A. Kuchinke

Einführung in die Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik

B. Kuchinke

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mo, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 08.04.2013

Kommentar

Die Vorlesung richtet sich an Masterstudierende aus dem Masterprogramm Medienmanagement und behandelt einen weiterführenden Bereich der Medienökonomie. Ziel der Veranstaltung ist es zunächst die Grundlagen zur Regulierung zu vermitteln. Hierbei werden notwendige Begriffsdefinitionen, wie Re-Regulierung oder De-Regulierung, genauso vorgenommen, wie verschiedene Konzepte zur Regulierung von Preisen, des Zugangs zu Infrastruktureinrichtungen und zu weiteren Aspekten, wie Qualität oder Mengen vorgenommen. Daneben werden auch die institutionellen Arrangements in Deutschland und Europa vorgestellt. Anschließend werden diese Grundlagen auf den Bereich der Telekommunikation (Festnetztelefonie, Mobilfunk, Internet) fallstudienartig angewendet. Hierbei werden auch die unternehmensspezifischen und wettbewerbspolitischen Implikationen erarbeitet.

Leistungsnachweis

Prüfungsleistung: Klausur (60 Minuten, 60 Punkte)

Markt- und Wettbewerbsanalyse

S. Putzig

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2013

Kommentar

Ziel des Seminars ist es, auf Grundlage zuvor vermittelter Methoden der Markt- und Wettbewerbsanalyse in Teamprojekten eine möglichst umfassende Analyse von Situation und Entwicklung eines ausgewählten Medienteilmarktes zu erarbeiten. Hierbei wird der Blickwinkel von Unternehmen eingenommen, die auf Medienmärkten tätig sind. Neben einer präzisen Darstellung der wesentlichen Marktelemente und -akteure gilt es, die folgenden Fragen zu beantworten: Sind Markt und Wettbewerb funktionsfähig? Ist (staatliche) Regulierung notwendig und effizient? Ist der Markt gegenwärtig und in Zukunft attraktiv für etablierte und potenzielle Marktteilnehmer? Welche Handlungsempfehlungen können den Marktteilnehmern gegeben werden?

Leistungsnachweis

Prüfungsleistung: Referat und Verschriftlichung

Medienrecht I

Media Law I

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

5123711 Medienrecht I

H. Vinke

Veranst. SWS: 4

Vorlesung

Sa, Einzel, 09:00 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 20.04.2013 - 20.04.2013

Sa, Einzel, 09:00 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 27.04.2013 - 27.04.2013

Fr, Einzel, 11:00 - 18:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal B, 07.06.2013 - 07.06.2013

Sa, Einzel, 09:00 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 08.06.2013 - 08.06.2013

Fr, Einzel, 11:00 - 18:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal C, 21.06.2013 - 21.06.2013

Sa, Einzel, 09:00 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 22.06.2013 - 22.06.2013

Mo, Einzel, 13:00 - 15:00, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, Klausur, 15.07.2013 - 15.07.2013

Mo, Einzel, 13:00 - 15:00, Marienstraße 13 C - Hörsaal B, Klausur, 15.07.2013 - 15.07.2013

Kommentar

Inhalt u. a.:

1. Grundlagen/Einführung in das Recht
2. Persönlichkeitsrecht
3. Urheberrecht
4. Internetrecht

Leistungsnachweis

Klausur

Medienrecht II

Media Law II

Intellectual property law and unfair competition, copyright law (adv. level), personality rights (adv. level) and press-judicial claims

Das Studienmodul "Medienrecht II" setzt sich zusammen aus der Vorlesung "Medienrecht II" (Vinke)

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

Wahlmodule