

Vorlesungsverzeichnis

M.A. Medienmanagement

Sommer 2014

Stand 01.10.2014

M.A. Medienmanagement	3
Projektmodule	4
Angewandte empirische Forschung	4
Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien	5
Medienmanagement: : Freies Wissen	5
Medienökonomie: Wettbewerbspolitik im Mediensektor	5
Ökonomische Theorien	5
Marketing und Medien: Medienmarken	5
Medienmanagement: Innovationsprozesse im Spannungsfeld zwischen Kreation und Exploration	7
Studienmodule	8
Internationales Management und Medien	9
Investition und Finanzierung	9
Marketing und Medien: Internationales Medienmarketing	10
Medienmanagement: Von Ideen zu Innovationen	10
Medienökonomie und Medien der Ökonomie: Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik	10
Medienrecht I	11
Medienrecht II	12
Wahlmodule	12

M.A. Medienmanagement

Begrüßungsveranstaltung Studienprogramme EMK/EFMS/MIK/CIIO

Donnerstag, 03. April 2014, 10.00 Uhr, Seminarraum 014, Bauhausstraße 11

Projektbörse

Donnerstag, 03. April 2014, ab 14.00 Uhr im Audimax, Steubenstraße 6

14.00 Uhr • Mediensoziologie, Prof. Ziemann

14.20 Uhr • Philosophie audiovisueller Medien, Prof. Voss

14.40 Uhr • Geschichte und Theorie der Kulturtechniken, Vertr.-Prof. Steinhauer

15.00 Uhr • Theorie medialer Welten, Prof. Schmidgen

15.20 Uhr • Medienphilosophie, Vertr.-Prof. Löffler

15.40 Uhr • Mediale Historiographien, Jun.-Prof. Gregory

16.00 Uhr • Europäische Medienkultur, Jun.-Prof. Wagner

16.20 Uhr • Bildtheorie mit dem Schwerpunkt Bewegtbildforschung, Jun.-Prof. Pantenburg

16.40 Uhr • Lecturer Film- und Medienwissenschaft, Dr. Frisch

17.00 Uhr • Medienmanagement, Prof. Maier

17.20 Uhr • Marketing und Medien, Prof. Emes

17.40 Uhr • Medienökonomie, Prof. Kuchinke

18.00 Uhr • Internationales Management und Medien, Jun.-Prof. Trommershausen

18.20 Uhr • Innovations- und Kreativmanagement, Jun.-Prof. Mauroner

Master-Kolloquium Innovations- und Kreativmanagement

O. Mauroner

Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Dienstag, 01. April 2014, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 30. März 2014 bei Katharina Rapp (katharina.rapp@uni-weimar.de) an.

Kommentar

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Bachelorarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Bachelorarbeit.

Master-Kolloquium Internationales Management und Medien

A. Trommershausen

Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Dienstag, 01. April 2014, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 30. März 2014 bei Katharina Rapp (katharina.rapp@uni-weimar.de) an.

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

Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Dienstag, 01. April 2014, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 30. März 2014 bei Katharina Rapp (katharina.rapp@uni-weimar.de) an.

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

Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Dienstag, 01. April 2014, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 30. März 2014 bei Katharina Rapp (katharina.rapp@uni-weimar.de) an.

Kommentar

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Bachelorarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Bachelorarbeit.

Master-Kolloquium Medienökonomie

B. Kuchinke
Kolloquium

Veranst. SWS: 1

Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Dienstag, 01. April 2014, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 30. März 2014 bei Katharina Rapp (katharina.rapp@uni-weimar.de) an.

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

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien

Media Marketing: Adolescents, Communication and Media

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jutta Emes

Medienmanagement: : Freies Wissen

Media Management: Free Knowledge

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

Medienökonomie: Wettbewerbspolitik im Mediensektor

Media Economics: Competition policy in media markets

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Björn Kuchinke

Ökonomische Theorien

Economic theories

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

Marketing und Medien: Medienmarken

Marketing and Media Research: Media Brands

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

4345410 Forschungskolloquium: Medienmarken

J. Emes, N.N.

Kolloquium

Veranst. SWS:

2

Bemerkung

Die Termine werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben, Auftaktveranstaltung: 15.4.2014, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal

Kommentar

Das Forschungskolloquium dient dazu, die Inhalte der Veranstaltungen des Projektmoduls „Medienmarken“ zusammenzuführen, kritisch zu reflektieren und in einer eigenständigen Projektarbeit aufzuarbeiten. In dieser sollen die Teilnehmer eigene Forschungsstudien im Rahmen einer Befragung, Beobachtung oder eines Experiments selbstständig durchführen und die Daten auswerten und interpretieren.

Leistungsnachweis

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

4345420 Markenkommunikation

S. Gruschwitz

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 08.04.2014

Kommentar

In dem Seminar setzen sich die Studierenden mit den komplexen Kommunikationsbedingungen und den daraus resultierenden Herausforderungen für die Markenkommunikation von Unternehmen auseinander. Für die Bearbeitung ausgewählter Problemstellungen lernen die Studierenden die Kriterien zur Auswahl geeigneter Literatur in der Marketingforschung kennen und üben sich in der kritischen Reflexion der Quellen als Basis für eigenständige und weiterführende Überlegungen. Neben der Schulung im Umgang mit Fachliteratur in der Marketingforschung liegt der Fokus des Seminars in der Vermittlung der Fähigkeiten zum Strukturieren, Konzipieren und Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit im Bereich Marketing.

Leistungsnachweis

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

4345430 Markentheorie und -management in Medienunternehmen

J. Emes

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 10.04.2014

Kommentar

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen Theorien sowie Ziele, Strategien und Maßnahmen einer erfolgreichen Markenführung für Medienprodukte. Anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien erhalten die Studenten einen Überblick über die strategische Entwicklung und Führung von Marken in verschiedenen Medienindustrien, wie beispielsweise der Musik-, Film- oder Games-Industrie.

Leistungsnachweis

Die Veranstaltung ist Teil des Projektmoduls „Medienmarken“. Die Veranstaltungsnote wird durch eine Klausur am Semesterende (70%) und über mündliche Mitarbeit (30%) ermittelt.

4345440 Movie Branding

S. Gruschwitz, N.N.

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 19.05.2014 - 19.05.2014

Mo, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 16.06.2014 - 16.06.2014

Mo, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 23.06.2014 - 23.06.2014

Fr, Einzel, 09:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 04.07.2014 - 04.07.2014

Sa, Einzel, 09:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 05.07.2014 - 05.07.2014

Kommentar

Das Seminar gibt im ersten Teil einen Überblick über die markenstrategischen Handlungsoptionen für die Produktion von Spielfilmen. Mit Blick auf aktuelle Erkenntnisse aus der Filmerfolgsvorschung werden Markenkonzeppte unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Spielfilms als „experimental good“ aufgezeigt. Die Studierenden wenden

dann die theoretischen Kenntnisse auf selbst gewählte Filme an und präsentieren die Fallstudie im Rahmen des Seminars.

Unter dem Titel „How to turn a bestseller into a successful movie“ diskutieren die Seminarteilnehmer im zweiten Teil des Seminars mit dem Filmproduzenten Andreas Bareiss über Filme als Brand Extensions von Literaturvorlagen und die Bedeutung von Bestsellern als Marke für die Spielfilmproduktion. Ziel ist es, die wissenschaftlichen Forschungserkenntnisse mit den Erfahrungen der Praxis abzugleichen.

Weitere Lehrperson: Andreas Bareiss

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis kann durch ein Referat (70%) und ein Pitch (30%) erworben werden.

Medienmanagement: Innovationsprozesse im Spannungsfeld zwischen Kreation und Exploration

Media Management: Innovation processes between creation and exploration

Modulverantwortlicher: Jun.- Prof. Dr. Oliver Mauroner

4345450 Kultur und Ökonomie der Mikro-Industrialisierung

M. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 08.04.2014

Kommentar

Soziale Netzwerke, Social Sharing, Creative Commons, Open Source und Peer-Production haben sich in der vernetzten Medien- und Informationsökologie zunächst als gegenkulturelle Praktiken herausgebildet. Mittlerweile gehören sie zu bedeutenden Erscheinungsformen in der Kultur und Ökonomie unserer Gesellschaft. Das Seminar setzt sich mit Bedingungen des Wandels der vernetzten Informations- und Medienökologie auseinander. Im Kern geht es um Formen der Verbindung von digitalen Medien mit neuen Produktionstechniken. Neben Social Sharing und Konzepten der interaktiven Wertschöpfung stehen dabei insbesondere Prozesse und ökonomische Implikationen der Mikro-Industrialisierung im Fokus.

Leistungsnachweis

Referat

4345460 Maker-Movement

O. Mauroner

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 13:30 - 15:00, Helmholtzstraße 15 - Seminarraum 103, ab 07.04.2014

Kommentar

Das Maker-Movement ist eine Subkultur, der es darum geht, eigene Lösungen zu entwickeln und dadurch Probleme zu bewältigen ohne dabei auf kommerzielle Lösungen zurückzugreifen. In der Tradition der Hackerkultur teilen Maker Kenntnisse, Werkzeuge, Technologien und Ideen mit Gleichgesinnten in online und physischen Communities. Ziel ist es, eigene Bedürfnisse zu befriedigen, seine individuellen Lebenspraktiken zu gestalten und dabei auftretende Probleme zu lösen oder einfach nur um Spaß zu haben.

Maker treffen sich in mehr oder weniger offenen Werkstätten (z.B. Hackerspaces), die Platz und Ausstattung für verschiedenste Projekte bieten. Neben Entwicklungen in der Softwaretechnik wird das Maker-Movement derzeit vor allem durch die zunehmende Verfügbarkeit von Technologien (z.B. Arduino-Mikrocontroller, 3D-Drucker, Lasercutter)

vorangetrieben. Diese Technologien ermöglicht es, Dinge selbst herzustellen, die optimal zur individuellen Situation passen und die unter Umständen auch Basis für Geschäftsmodelle sein können.

Das Seminar begleitet die aktuelle Diskussion zum Maker-Movement, analysiert und diskutiert wissenschaftliche Texte, erörtert Beispiele für Maker-Projekte und versucht, eigene Projekte zu realisieren. Die Studierenden sollen selbst Erfahrungen mit dem "Machen von Dingen" sammeln und dadurch sowohl den schöpferischen Akt an sich als auch Materialität und Objekthaftigkeit erleben.

Der Leistungsnachweis erfolgt durch eine schriftliche Seminararbeit, die im Verlauf des Semesters geschrieben und präsentiert werden soll.

Leistungsnachweis

Seminararbeit (schriftliche Arbeit und Präsentation im Seminar)

4345470 Werkstattpraktikum und Kolloquium

M. Maier

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

Mo, wöch., 15:15 - 16:45, Helmholtzstraße 15 - Seminarraum 103, ab 07.04.2014

Kommentar

Das Werkstattpraktikum dient der Auseinandersetzung mit konkreten Praktiken und Objekten des „Maker-Movement“ und der „Mikro-Industrialisation“. In verschiedenen Arbeitsgruppen geht es darum, dass sich Studierende praktische Kenntnisse und Fähigkeiten in der Gründerwerkstatt neudeli und in anderen Werkstätten der Bauhaus-Universität erwerben und Objekte ihrer Wahl produzieren. Ergänzend zu den praktischen Tätigkeiten erfolgt die gemeinsame Entwicklung und Diskussion von Themen für Projektarbeiten.

Leistungsnachweis

aktive Teilnahme

4432121 Innovationsmanagement

O. Mauroner

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 08.04.2014

Kommentar

In der Veranstaltung geht es darum, den Studierenden ein modernes Verständnis von Innovation zu vermitteln. Der Innovationsbegriff wird anhand von praktischen Beispielen und theoretischen Betrachtungen analysiert. Im Fokus stehen Ziele, Strategien, Prozesse, Management und Organisation von Innovationen, ebenso wie die verschiedenen Arten, Merkmale und Auslöser von Innovationen. Es geht darum, gesellschaftliche Zusammenhänge und die Bedeutung von Trends und Megatrends zu diskutieren. Ausgehend vom klassischen Innovationsmanagement erfolgt eine Auseinandersetzung mit modernen Konzepten, wie z.B. Social Innovation und Open Innovation, Design Thinking und Hybrid Thinking, Reverse Innovation und Frugal Innovation. Hierzu wird in der Vorlesung gemeinsam an verschiedenen Fallstudien gearbeitet. Der Leistungsnachweis erfolgt durch eine Klausur am Ende der Veranstaltung.

Leistungsnachweis

Klausur

Studienmodule

Internationales Management und Medien

International Management and Media

Modulverantwortliche: Jun.-Prof. Dr. Anke Trommershausen

4345480 Globale Medien – lokale Regierungen? Einführung in den Governance Diskurs

A. Trommershausen

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2014

Kommentar

Während Medienunternehmen zunehmend globaler agieren und die Deregulierung und Privatisierung von Medien voranschreiten wird das traditionelle institutionelle Gefüge zur Regulierung der Medien neu herausgefordert. Medienunternehmen agieren heute unter völlig neuen Rahmenbedingungen bzgl. Macht, Regulierung, Kontrolle etc. Mit dem Konzept der Governance widmet sich die Vorlesung diesem Wandel. Es werden die theoretischen Grundlagen des „Regierens“ im Kontext von Globalisierung aus ökonomischer, soziologischer und ordnungspolitischer Perspektive erklärt und ihrer Relevanz für Medienunternehmen (Media Governance, Corporate Governance) reflektiert.

4345490 Internationalisierung und organisationaler Wandel in Medienunternehmen

A. Trommershausen

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 08.04.2014

Kommentar

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung und der Bereitstellung digitaler Netzwerkmedien, wird der Wandel von Medienunternehmen und ihrem Management an grundlegenden organisationstheoretischen und managementspezifischen Ansätzen erarbeitet. Dabei steht die Differenz von Struktur und Prozess als zentrale Analysekategorien im Vordergrund. Es werden sowohl klassische Internationalisierungsstrategien, als auch Prozessansätze, sowie Netzwerktheorien auf unternehmerischer und Management-Ebene inhaltlich erarbeitet und kritisch reflektiert. Durch die Analyse konkreter Beispiele (Cases) erhalten Studierende einen Einblick in die praktische Relevanz der zugrunde gelegten Theorien.

Investition und Finanzierung

Investment and Financing

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

4345500 Grundlagen der Finanzwirtschaft

M. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 10.04.2014

Kommentar

Das Seminar setzt sich mit wichtigen Bereichen der Unternehmensfinanzierung und der Investitionsrechnung auseinander. Nach einer Einführung zur Analyse von Finanzberichten geht es um Sachverhalte der finanziellen Entscheidungsfindung und Fragen der Investitionsplanung und Investitionsentscheidung. Zudem erfolgt eine Auseinandersetzung mit Methoden zur Bewertung von Anleihen, Aktien und Kapitalmarktrisiken.

Leistungsnachweis

Vortrag, Dokumentation des Vortrags, Hausarbeit

4345510 Investition und Finanzierung von Medienunternehmen in der Praxis

N.N.

Veranst. SWS: 2

Seminar

Bemerkung

Das Seminar findet an zwei Tagen geblockt statt. Der genaue Termine wird rechtzeitig gekannt gegeben.

Kommentar

Das Seminar beschäftigt sich mit Fragen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen. Besonderer Schwerpunkt liegt in der Auseinandersetzung mit Möglichkeiten der Finanzierung von Medienprojekten. Die Veranstaltung gibt den Teilnehmern Einblicke in umfangreiche Erfahrungen in der Film-, Fernseh- und Games-Branche und behandelt aktuelle Fallbeispiele aus der Medienpraxis.

Leistungsnachweis

schriftliche Ausarbeitung einer Fallstudie

Marketing und Medien: Internationales Medienmarketing

Media Marketing: International Marketing for Media Companies

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Medienmanagement: Von Ideen zu Innovationen

Media Management: From ideas to innovation

Modulverantwortliche: Dr. Oliver Mauroner

Medienökonomie und Medien der Ökonomie: Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik

Media Economics and Media of Economics: Telecommunication and Regulatory Economics

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

4345520 Einführung in die Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik

B. Kuchinke

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2014

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

Klausur (60 Minuten, 60 Punkte)

4345530 Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2014

Kommentar

Ziel des Seminars ist es, auf Grundlage der in der Vorlesung vermittelten Inhalte in Kleingruppen ein Thema aus dem Bereich Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik zu bearbeiten. Der Schwerpunkt wird auf der sich verändernden Wettbewerbssituation zwischen klassischen Telekommunikationsunternehmen und sogenannten OTTs, wie google, whats app, skype u.a. und der sich daraus ergebenden Fragen hinsichtlich einer potenziell neuen, effizienten Regulierung liegen.

Leistungsnachweis

Referat und Verschriftlichung (8 Seiten)

Medienrecht I**Media Law I**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

4123711 Medienrecht 1**H. Vinke**

Veranst. SWS: 4

Vorlesung

Fr, Einzel, 09:15 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 23.05.2014 - 23.05.2014

Sa, Einzel, 09:15 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 24.05.2014 - 24.05.2014

Fr, Einzel, 09:15 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 13.06.2014 - 13.06.2014

Sa, Einzel, 09:15 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 14.06.2014 - 14.06.2014

Sa, Einzel, 09:15 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 28.06.2014 - 28.06.2014

Sa, Einzel, 13:00 - 16:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 05.07.2014 - 05.07.2014

Mi, Einzel, 13:00 - 15:00, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, Klausur Medienmanagement, 16.07.2014 - 16.07.2014

Mi, Einzel, 13:00 - 15:00, Marienstraße 13 C - Hörsaal B, Klausur Medieninformatik, 16.07.2014 - 16.07.2014

Kommentar

Inhalte u. a.:

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

Leistungsnachweis

Aktive Teilnahme, Klausur

Medienrecht II

Media Law II

Modulverantwortlicher: Dr. Harald Vinke

Wahlmodule