

# **Vorlesungsverzeichnis**

M.A. Medienmanagement

WiSe 2021/22

Stand 17.09.2021

<b>M.A. Medienmanagement</b>	<b>3</b>
<b>Studienmodule</b>	<b>3</b>
Diskurse und Praktiken im Medienmanagement	3
Grundlagen Medienmanagement	4
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen	5
Marketing und Medien	5
Medienmanagement	7
Medienökonomie	7
Medienrecht I	8
Medienrecht II	8
Ökonomische Theorien	8
Organisation und vernetzte Medien	9
<b>Projektmodule</b>	<b>9</b>
Angewandte empirische Marktforschung	9
Marketing und Medien	11
Medienmanagement	11
Medienökonomie	11
<b>Kolloquien</b>	<b>13</b>
<b>Wahlmodule</b>	<b>14</b>

## M.A. Medienmanagement

### Begrüßungsveranstaltung Medienmanagement (M.A.):

Dienstag, 12. Oktober 2021, 12.00 Uhr, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2

### Projektbörse Fachbereich Medienmanagement

Dienstag, 12. Oktober 2021, ab 15.00 Uhr

Digital via Moodle: <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30096>

## Studienmodule

### Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

#### Discourses and Practices in Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

#### 41826003 Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 19.10.2021

#### Beschreibung

In dieser Veranstaltung geht es um die Auseinandersetzung mit verschiedenen Diskursen und Praktiken im Medienmanagement. Dazu ist es erforderlich, wesentliche Annahmen und Grundkategorien der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften näher zu betrachten und Fragen nach den Besonderheiten von Managementpraktiken aufzuwerfen. Annahmen und Grundkategorien beziehen sich dabei auf die „Natur“ des Menschen, auf Gruppen und ökonomischen Transaktionen, auf Handlungen und Agency-Konzeptionen sowie auf Eigentumsrechte, Werte, Zeichen und Objekte. Besonderes Interesse gilt jenen Diskursen und Praktiken, die sich im Übergang von den Medien der industriellen Moderne (Print, Film, Fernsehen und Radio) zu den vernetzten Medien der Spätmoderne herausbilden. Neben Managementpraktiken in der Marktökonomie werden die Koordinations- und Managementkonzepte von kollaborativen Commons und der Sharing Economy besonders in den Blick genommen.

#### Leistungsnachweis

Anwesenheit, aktive Teilnahme, Klausur

#### 419240040 Zusammenarbeit

**M. Eike**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 19.10.2021

#### Beschreibung

Richard Sennett (2014) nimmt in seinem Buch mit dem Titel „Zusammenarbeit“ eine Analyse unserer Arbeits- und Lebenswelt vor. Dabei macht er deutlich, dass Zusammenarbeit eines der zentralen Themen unserer Zeit ist. Vereine, zivilgesellschaftliche Projekte, unternehmerische Gründungsprojekte oder Großunternehmen – sie alle sind auf bestimmte Formen der Zusammenarbeit und Kooperation angewiesen. Das Seminar „Zusammenarbeit“ soll dazu anregen, sich mit den theoretischen Überlegungen von Richard Sennett auseinanderzusetzen, um anschließend

einen Transfer zu aktuellen Fragen der digitalen Zusammenarbeit herzustellen. Dabei soll in den Blick genommen werden, was die digitale Zusammenarbeit ausmacht und mit welchen Tools und Praktiken den Anforderungen der sich aktuell stark wandelnden Arbeitswelt begegnet wird.

### Leistungsnachweis

aktive Teilnahme, Impulsreferat, Verschriftlichung des Referats

## Grundlagen Medienmanagement

### Basics Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

#### 4447520 Einführung in die Volkswirtschaftslehre

##### N.N.

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Fr, wöch., 11:00 - 12:30, digital via Moodle , ab 22.10.2021

##### Beschreibung

In der Veranstaltung „Einführung in die Volkswirtschaftslehre“ erfolgt eine Einführung in die Bereiche Mikroökonomie, Makroökonomie und Wirtschaftspolitik. Ziel ist es, BA-Studierenden aus nicht ökonomischen Studiengängen einen breiten, ersten Einblick in die Volkswirtschaftslehre zu geben. Die Vorlesung verbindet hierbei Theorie (Mikroökonomie, Makroökonomie) und Anwendung (Wirtschaftspolitik). Damit sollen die Studierenden am Ende der Veranstaltung in der Lage sein, volkswirtschaftliche Fragestellungen, auch mit aktuellem Bezug, einordnen und beantworten zu können.

Im Rahmen der Veranstaltung zur Mikroökonomie werden zunächst grundlegende Tatbestände zur Haushalts- und Unternehmenstheorie erarbeitet. Als Beispiele sind der optimale Haushalts- und Produktionsplan zu nennen. Bei der Makroökonomie wird zum einen der Grundriss der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung vorgestellt, an dessen Ende die Berechnung von Größen wie dem BIP oder dem BNP stehen. Zum anderen werden makroökonomische Funktionen, z. B. hinsichtlich des Konsums oder der Investition, erörtert. Im Bereich der Wirtschaftspolitik werden aktuelle Fragestellungen bearbeitet. Der Bereich Geldpolitik wird hierbei – aus gegebenem Anlass – den größten Teil einnehmen.

##### Bemerkung

Lehrbeauftragte: Nadine Bartholome

##### Leistungsnachweis

Eine Klausur zusammen mit dem Begleitkurs „Einführung in die Volkswirtschaftslehre“ (90 min, 90 Punkte)

#### 902001 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

##### S. Händschke, B. Bode

Veranst. SWS: 2

Integrierte Vorlesung

Mi, wöch., 18:00 - 19:30, digital über BigBlueButton

##### Beschreibung

Studierende verfügen über Grundkenntnisse der verschiedenen betriebs- und volkswirtschaftlichen Teilbereiche sowie deren Zusammenhänge. Sie können wesentliche Sachprobleme verstehen, aktuelles Wirtschaftsgeschehen ökonomisch einordnen, kritisch und unter Überprüfung von Nachhaltigkeitsauswirkungen hinterfragen und Theorien auf praktische Fallbeispiele anwenden.

Ausgehend von den Grundlagen unternehmerischen Handelns und einem Grundverständnis der nachhaltigen Betriebswirtschaftslehre werden im Rahmen der Veranstaltung die folgenden Themengebiete erarbeitet: Marketing (Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik), Produktion von Gütern und Dienstleistungen, Beschaffung und Supply Chain Management, Personalwirtschaft, Organisation, Konstitutive Entscheidungen (Wahl und Wechsel der Rechtsform), Finanzierung, Rechnungswesen und Controlling, Nachhaltiges Management und Technologie- und Innovationsmanagement.

#### **engl. Beschreibung/ Kurzkomentar**

Students have basic knowledge of the various business and economic subareas as well as their correlations. They can understand essential issues, economically classify current economic events, critically scrutinize sustainability impacts and apply theories to practical case studies.

Based on the fundamentals of entrepreneurial activity and a basic understanding of sustainable business administration, the following topics will be developed during the course: Marketing (product, pricing, distribution and communication policies), production of goods and services, procurement and supply chain management, human resources, organization, constitutive decisions (choice and change of legal form), financing, accounting and controlling, sustainable management and technology and innovation management.

#### **Bemerkung**

Bitte tragen Sie sich zum Semesterstart in den Moodle-Kurs „Einführung in die BWL“ ein.  
Sämtliche Kommunikation findet dort statt.

*Please register for the Moodle course "Einführung in die BWL" at the start of the semester.  
All communication takes place there.*

## **Investition und Finanzierung von Medienunternehmen**

### **Investment and Financing of Media Companies**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## **Marketing und Medien**

### **Marketing and Media**

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

**N.N.**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Sa, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 13.11.2021 - 13.11.2021  
 So, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 14.11.2021 - 14.11.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 27.11.2021 - 27.11.2021  
 So, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 28.11.2021 - 28.11.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 22.01.2022 - 22.01.2022

**Beschreibung**

Durch Digitalisierung und immer schnelleren technischen Fortschritt ergeben sich in vielen Branchen tiefgreifende Veränderungen und daraus resultierend Chancen für disruptive Innovationen und neue Geschäftsmodelle. Um den grundlegenden Wandel insbesondere für die Medienbranche zu verstehen wird dabei die Betrachtung der Musikindustrie im Fokus der Veranstaltung stehen. Es werden theoretische Konzepte aus dem Innovations-, Marken- und Strategischen Management gelehrt und angewandt. Vertiefend wird mittels Case Studies, Design Thinking sowie unter Einbezug eines Praxisreferenten (ehemaliger Musik-Produktmanager) u.a. folgenden Fragestellungen nachgegangen: Welche Auswirkungen hat das Aufkommen von Streaminganbietern auf das Geschäftsmodell der etablierten Musiklabels? Welche Veränderungen birgt die Digitalisierung für den Aufbau und die Vermarktung von Künstlermarken? Welche Bedeutung haben Innovationen für die Musikindustrie? Wie könnte die Musikindustrie in 10 Jahren aussehen?

Ziel der Veranstaltung ist es den fundamentalen Wandel der in vielen Branchen durch die Digitalisierung und disruptive Innovationen ausgelöst wird differenziert zu betrachten sowie Chancen und Risiken der Digitalisierung einschätzen zu können.

**Bemerkung**

Dozenten:

David Zakoth, M.Sc.

Matthias Bender, M.Sc.

**Leistungsnachweis**

Präsentation (40%) und Verschriftlichung (60%)

**420250031 Cross-cultural management****N.N.**

Veranst. SWS: 2

Seminar

wöch.

**Beschreibung**

Das englischsprachige Seminar soll das Bewusstsein für kulturelle Unterschiede schärfen, theoretische und praxisorientierte Ansätze zur Erklärung dieser vermitteln sowie Sensibilität gegenüber unterschiedliche Kulturen in der Welt schaffen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, internationale Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Vor diesem Hintergrund wird ferner die Medien-Perzeption in unterschiedlichen Kulturen analysiert und es werden die Themenbereiche "Cross-Cultural Communication" und "Intercultural Knowledge Transfer" erörtert.

**Bemerkung**

Termine werden noch bekannt gegeben (Blockveranstaltung).

## Medienmanagement

### Media Management

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

#### Fallstudien zur Kulturalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft

##### M. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Coudraystraße 11 C - Seminarraum/Hörsaal 001, ab 20.10.2021

##### Beschreibung

Das Seminar setzt sich mit der Kulturalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft auseinander und möchte kulturellen Praktiken verschiedener Einzelfälle in Form von Fallstudien aus den Bereichen Kultur, Medien, Mode, Sport und Freizeit analysieren. Die Analyse ist zum einen darauf ausgerichtet, die kulturellen Qualitäten in diesen Fallstudien herauszuarbeiten. Zum anderen geht es darum, die verschiedenen Geschäftsmodelle zu analysieren. Den Ausgangspunkt für diese Analyse bildet das Business Modell Canvas. Im Rahmen des Seminars ist zu prüfen, ob dieses Modell dazu geeignet ist, die narrativ-hermeneutischen, ästhetische, gestalterische und ludische Qualitäten aus den Fallstudien hinreichend zu erfassen. Ziel des Seminars ist es, den kulturellen Qualitäten eine besondere Bedeutung zu verleihen und einen passenden „Werkzeugkasten“ für die Analyse und Entwicklung von Geschäftsmodellen zu finden oder zu erfinden.

##### Leistungsnachweis

Impulsvortrag mit schriftlicher Zusammenfassung und Seminararbeit mit einem Umfang von 12 Seiten

#### Internet als Infrastruktur für Prozesse der Kulturalisierung

##### M. Maier

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Coudraystraße 11 C - Seminarraum/Hörsaal 001, ab 20.10.2021

##### Beschreibung

Die Vorlesung betrachtet Internet als Infrastruktur für Prozesse der Kulturalisierung. Dabei geht es darum, einen Blick in den „Maschinenraum“ des Internet zu werfen und die wirtschaftlichen Sachverhalte zu analysieren, die mit der innermaschinellen Rationalisierung verbunden sind. Dazu gehören Effekte, die in der „Internet-Ökonomie“ thematisiert werden, wie z.B. Lock-In Effekte, positive Feedbacks/Netzeffekte und Standards. Kern der Auseinandersetzung in dieser Veranstaltung ist auf die Frage gerichtet, wie das Internet und die Prozesse der maschinellen Rationalisierung als Infrastruktur für Prozesse der Kulturalisierung fungieren.

##### Leistungsnachweis

Klausur

## Medienökonomie

### Media Economics

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke

## Medienrecht I

### Media Law I

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

#### 4123711 Medienrecht I

#### H. Vinke

Veranst. SWS: 4

Vorlesung

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 06.11.2021 - 06.11.2021

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 04.12.2021 - 04.12.2021

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 10.12.2021 - 10.12.2021

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 11.12.2021 - 11.12.2021

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.01.2022 - 08.01.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 29.01.2022 - 29.01.2022

#### Beschreibung

Inhalt u. a.:

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

#### Bemerkung

Lehrender: Dr. Harald Vinke

#### Leistungsnachweis

Klausur

## Medienrecht II

### Media Law II

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## Ökonomische Theorien

### Economic Theories

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke



## 447124 Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik

**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Coudraystraße 13 B - Hörsaal 3, ab 20.10.2021

### Beschreibung

Die moderne Medienökonomik ist in den letzten Jahren um viele theoretische Aspekte erweitert worden. In der Vorlesung „Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik“ wird ein Überblick über den aktuellen Stand der theoretischen Diskussion gegeben. Ziel ist, die Studierenden so in die Lage zu versetzen, sich mit Medienmärkten und deren Besonderheiten auseinandersetzen sowie darauf aufbauend sich mit weiterführenden volkswirtschaftlichen Bereichen, wie der Wettbewerbsökonomie und der Regulierungsökonomik, beschäftigen zu können. Die Vorlesung gliedert sich in zwei große Bereiche: Erstens werden industrieökonomische Grundlagen dargestellt. Zweitens werden diese auf Medienmärkte angewendet und medienspezifische Grundlagen vorgestellt.

### Leistungsnachweis

Eine Klausur zusammen mit dem Begleitkurs „Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik“ (90 Minuten, 90 Punkte)

## 447543 Begleitkurs zur Vorlesung "Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik"

**M. Kohlschreiber**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 106, ab 03.11.2021

### Beschreibung

In dem Begleitkurs zur Vorlesung „Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik“ werden die Inhalte der Vorlesung nochmal aufgegriffen und weiterführend diskutiert. Mit Hilfe der in der Vorlesung erlernten Theorien sollen industrieökonomische Fragestellungen in der Praxis untersucht werden. Anhand von Aufgaben wird Vorlesungsstoff vertieft und geübt. Die Studierenden werden somit zielführend auf die Klausur vorbereitet.

### Leistungsnachweis

Eine Klausur zusammen mit der Vorlesung „Weiterführende Grundlagen der Medienökonomik“ (90 Minuten, 90 Punkte)

## Organisation und vernetzte Medien

### Organisation and Network Media

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

## Projektmodule

### Angewandte empirische Marktforschung

#### Applied Empirical Market Research

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

## 445210 Empirische Marktforschung

**J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2021

### Beschreibung

In dieser Vorlesung erhalten die Studierenden einen Einblick in konzeptionelle Grundlagen des Marktforschungsprozesses. Dabei gliedert sich die Veranstaltung in zwei Teile: Zum einen liegt der Schwerpunkt auf Methoden der Informationsgewinnung, welche für die Planung und Durchführung von qualitativen und quantitativen Erhebungen von Bedeutung sind. Betrachtet werden u.a. die wesentlichen Aspekte der Fragebogenerstellung, alternative Stichproben-Auswahlverfahren, messtheoretische Grundlagen, Skalierungen und Gütekriterien. Zum anderen widmet sich die Vorlesung einer Auswahl empirischer Methoden unter Berücksichtigung verschiedener Erhebungs- und Auswertungstechniken sowie Untersuchungsdesigns. Dabei bietet sich den Teilnehmern Raum, um die jeweilige Eignung der Verfahren zu diskutieren.

### Leistungsnachweis

Klausur (70%) und Mitarbeit (30%)

## 447538 Forschungskolloquium und Praxiswerkstatt Marktforschung

**T. Janson, M. Rauch**

Veranst. SWS: 4

Seminar

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, ab 21.10.2021

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 2, ab 21.10.2021

### Beschreibung

Im Rahmen der Werkstatt kommt der empirische Forschungsprozess anhand marktorientierter Fallstudien zur praktischen Anwendung. Die Studierenden wenden die in der Vorlesung erlernten Kenntnisse der qualitativen sowie quantitativen Datenerhebung und -analyse auf konkrete Fragestellungen unternehmerischer Kooperationspartner an.

Auf Basis der Marktforschungsergebnisse entwickeln die Studierenden strategische Marketingkonzepte für konkrete Problemstellungen der Kooperationspartner. Die Teilnehmer erarbeiten selbstständig Ideen zum systematischen Einsatz der Marketinginstrumente im Rahmen der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik. Ziel des Seminars ist es, den Unternehmen anhand einer umfassenden Analyse konkrete Maßnahmen zum Einsatz von Marketingmaßnahmen sowie Empfehlungen für deren Implementierung zu liefern.

### Voraussetzungen

zeitgleiche oder vormalige erfolgreiche Belegung des Seminars »Multivariate Analysemethoden«

### Leistungsnachweis

Abschlusspräsentationen (50 %) und wissenschaftlicher (Markt-)Forschungsbericht (50 %)

## 447539 Multivariate Analysemethoden

**T. Janson**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, ab 19.10.2021

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 2, ab 19.10.2021

### Beschreibung

In diesem Seminar werden verschiedene multivariate Analysemethoden, die für die Beantwortung medienwirtschaftlicher quantitativ-empirischer Fragestellungen von zentraler Bedeutung sind, vorgestellt und angewendet.

Behandelt werden, neben stochastischen Grundlagen insb. Regressionsanalysen, Faktorenanalysen, Clusteranalysen, Varianzanalysen. Die theoretischen Auseinandersetzungen werden mit Berechnungen von Beispiel-Datensätze praktisch ergänzt, die den Studierenden zur Übung für die abschließenden Prüfungsleistung und das Forschungskolloquium dienen.

Hierzu werten die Studierenden die vorgegebenen Daten unter Verwendung der multivariaten Analysemethoden und unter Anwendung der Software IBM SPSS eigenständig aus. (Aus gegebenem Anlass wird geprüft, in wie weit die Nutzung der Universitätseigenen Computer-Pools möglich sein wird.)

#### **Leistungsnachweis**

Klausur (100 %)

### **Marketing und Medien**

#### **Marketing and Media**

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

### **Medienmanagement**

#### **Media Management**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

### **Medienökonomie**

#### **Media Economy**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

#### **4447542 Forschungskolloquium "Wettbewerbsökonomie und -politik"**

#### **B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 19.10.2021

#### **Beschreibung**

Das Forschungskolloquium dient dazu, die Inhalte der übrigen Veranstaltungen zusammenzuführen, kritisch zu reflektieren und in einer Projektarbeit aufzuarbeiten.

#### **Leistungsnachweis**

Vortrag über (Zwischen-)Bearbeitungsstand der Arbeit; Projektmodularbeit

#### **4449201 Aktuelle Fragen in der nationalen und internationalen Wettbewerbspolitik**

#### **B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 19.10.2021

**Beschreibung**

Das Seminar „Aktuelle Fragen in der nationalen und internationalen Wettbewerbspolitik“ knüpft an die Vorlesung „Einführung in die Wettbewerbspolitik“ an. Aufbauend auf die Inhalte der Vorlesung werden im Seminar aktuelle Fragen aus der Wettbewerbspolitik diskutiert. Ziel ist es, die Masterstudierenden den Diskussionsstand in der Forschung näher zu bringen und diesen zu diskutieren. Mögliche Fragestellungen wären etwa: Die Relevanz der Two-Sided-Markets-Theorie in der Wettbewerbspraxis in Deutschland und der EU; Media Bias auf Medienmärkten als Problem der Wettbewerbspolitik?; Das Problem von Deals in der europäischen und nationalen Zusammenschlusskontrolle; Deals in der Medienbranche; Hat Google Marktmacht?; Aktuelle Merger, die wettbewerbsökonomische Beurteilung der shared economy usw. Die Studierenden sollen sich hierbei in Kleingruppen mit einem Thema intensiv beschäftigen, dieses in einem Vortrag vorstellen und letztendlich verschriftlichen.

**Leistungsnachweis**

Vortrag und Kurzverschriftlichung (in Kleingruppen)

**445212 Einführung in die Wettbewerbspolitik****B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 19.10.2021

**Beschreibung**

Die nationale und internationale Wettbewerbspolitik nimmt aufgrund der Globalisierung einen immer größeren Stellenwert ein. Dies gilt nicht nur aus volkswirtschaftlicher, sondern auch aus Unternehmenssicht. In der Veranstaltung „Einführung in die Wettbewerbspolitik“ wird zunächst der ordnungsrechtliche Rahmen für Deutschland und für die EU sowie die dahinterstehenden ökonomischen Modelle und Theorien aufgezeigt. Die Masterstudierenden erhalten so einen anwendungsbezogenen Überblick über den gegebenen Status Quo. Hierzu zählen insbesondere die Bereiche Kartellverbot, Zusammenschluss-, Missbrauchs- und Beihilfenkontrolle. Daran anschließend werden wichtige, aktuelle wettbewerbsrechtliche Fälle in der Veranstaltung erarbeitet. Es erfolgen damit eine Anwendung der Theorie und ein selektiver Einblick in spezielles Sektorwissen vornehmlich der Medien. Abschließend werden aktuelle Diskussionsfelder im Bereich der Wettbewerbsökonomie/-politik kurz aufgezeigt, um den Masterstudierenden die Forschungsgrenze näher zu bringen.

**Leistungsnachweis**

Eine Klausur zusammen mit dem Begleitkurs „Einführung in die Wettbewerbspolitik“ (90 Minuten, 90 Punkte)

**447541 Begleitkurs zur Vorlesung "Einführung in die Wettbewerbspolitik"****M. Kohlschreiber**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 04.11.2021

**Beschreibung**

Im Begleitkurs zur Vorlesung „Einführung in die Wettbewerbspolitik“ werden die zentralen Aspekte der Vorlesung aufgegriffen, vertiefend wiederholt und ausgeweitet. Im Fokus stehen dabei die grundlegende Bedeutung der Wettbewerbspolitik sowie die Bereiche Kartellverbot, Zusammenschluss-, Missbrauchs- und Beihilfenkontrolle als die zentralen Instrumente des nationalen und des europäischen Wettbewerbsrechts. Den Studierenden wird die Möglichkeit gegeben, anhand konkreter Fallbeispiele dessen Anwendungsfelder nachzuvollziehen und darüber

hinaus ein Verständnis für die Probleme, die sich bei der praktischen Anwendung des Wettbewerbsrechts ergeben, entwickeln zu können.

### Leistungsnachweis

Eine Klausur zusammen mit der Vorlesung „Einführung in die Wettbewerbspolitik“ (90 Minuten, 90 Punkte)

## Kolloquien

### Master-Kolloquium Marketing und Medien

#### J. Emes

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2, 12.10.2021 - 12.10.2021

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit 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 Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 12.10.2021, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 05.10.2021 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein ([daniela.hein@uni-weimar.de](mailto:daniela.hein@uni-weimar.de)) an.

### Master-Kolloquium Medienmanagement

#### M. Maier

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2, 12.10.2021 - 12.10.2021

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit 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 Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 12.10.2021, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 05.10.2021 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein ([daniela.hein@uni-weimar.de](mailto:daniela.hein@uni-weimar.de)) an.

### Master-Kolloquium Medienökonomik

#### B. Kuchinke

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2, 12.10.2021 - 12.10.2021

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit 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 Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 12.10.2021, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 05.10.2021 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

## Master-Kolloquium Organisation und vernetzte Medien

### C. Buschow

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2, 12.10.2021 - 12.10.2021

### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit 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 Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 12.10.2021, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 05.10.2021 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

## Wahlmodule

Seit Wintersemester 2018/19 besteht an der Bauhaus-Universität Weimar ein zusätzliches Angebot an fächerübergreifenden Lehrveranstaltungen im Rahmen der Bauhaus.Module. Ob diese Module des **Wahlbereichs** ersetzen können, muss individuell mit der Fachstudienberatung geklärt werden. Das Angebot der Bauhaus.Module findet sich unter [www.uni-weimar.de/bauhausmodule](http://www.uni-weimar.de/bauhausmodule).