

# Theoretische Perspektiven und Praxis der Medienwirtschaft

## Einführung

1. Sitzung, 18.10.2011: Einführung Organisatorisches (Begrüßung, Vorstellung des Seminars, Texte, Ziele, Benotung, Hausaufgabe)
2. Sitzung, 25.10.2011: Einführung Inhaltliches (Einführung in Inhalte: Management von Medien und Medien des Managements)

## Strategisches Management von Medien

### **In welchem Umfeld bewegen sich Unternehmen? Wie verhalten sie sich in diesem Umfeld?**

3. Sitzung, 01.11.2011: Strategisches Umfeld von Medienunternehmen
4. Sitzung, 08.11.2011: Strategische Konzepte 1: Die rationalistische Schule (Wettbewerbskräfte von Porter, Resource-based view, Kernkompetenzen von Prahalad und Hamel), Fallstudie
5. Sitzung, 15.11.2011: Strategische Konzepte 2: Adaptive Ansätze (Technologie), Fallstudie
6. Sitzung, 22.11.2011: Strategische Konzepte 3: Interpretative Ansätze (Kultur), Fallstudie

## CSR und Stakeholdermanagement

### **Was bedeutet es für ein Unternehmen ein "gutes" Geschäft zu machen? Gibt es einen Widerspruch zwischen ökonomischen und ethischen Zielsetzungen?**

7. Sitzung, 29.12.2011: Corporate Social Responsibility und Stakeholderansatz
8. Sitzung, 06.12.2011: Medienmanagement als Stakeholdermanagement, Fallstudie CNN

## Vertragstheorie (NIÖ)

**Medien- und Kreativgüter werden arbeitsteilig hergestellt. Sie weisen dabei besondere Eigenschaften auf, die den Produktionsprozess maßgeblich bestimmen. Das wirkt sich darauf aus, wie Produktionsprozesse gestaltet werden. Verträge und Deals zwischen Akteuren helfen zu verstehen, wie die Produktion von Medien- und Kreativgütern organisiert ist. Aus Sicht der Vertragstheorie ergeben sich folgende Fragen: Mit wem müssen Unternehmen welche „Deals“ eingehen, um Medien- und Kreativgüter herzustellen? Wie funktionieren diese „Deals“?**

9. Sitzung, 13.12.2011: Einführung in die Vertragstheorie und die ökonomischen Eigenschaften von Medien- und Kreativgütern
10. Sitzung, 03.01.2012: Einfache „Deals“ in der Medien- und Kreativbranche, Fallstudie
11. Sitzung, 10.01.2012: Vertragsgestaltung bei komplexen Medienprojekten am Beispiel der Filmindustrie

## **Organisationsstruktur und interne Unternehmenskommunikation mit Medien**

**Wie kontrollieren Unternehmen die arbeitsteilige Produktion von Medien? Welche Rolle spielen Medien bei der Koordination der Arbeitsteilung durch Kommunikation und Kontrolle? Wie kommunizieren Unternehmen mit ihren Stakeholdern?**

12. Sitzung, 17.01.2012: Historische Einführung: Management als Kommunikationsprozess und die Rolle von Medien im Unternehmen

13. Sitzung, 24.01.2012: Neue „Medientools“ und Managementkonzepte im „Unternehmen 2.0“

14. Sitzung, 31.01.2012: Kommunikation verstehen. Kommunikation gestalten! Diskurstheorie, Sensemaking, Story-Telling/

## Literatur

### Strategisches Management von Medien

#### **Pflichtlektüre:**

Chaffee, E.E. (1985): Three Models of Strategy. In: Academy of Management Review. Vol. 10, Nr. 1. [metacoon]

Küng, L. (2008): Strategic Management in the Media. Theory to practice. London u.a.: Sage. [Semesterapparat]

#### **Zusatzliteratur:**

Evans, P.; Wurster, T.S. (2000): Blown to Bits: How the New Economics of Information Transform Strategy. Boston: Harvard Business School Press. [Semesterapparat in deutscher Ausgabe]

Porter, Michael E. (1999): Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 10. Auflage. Frankfurt u.a.: Campus. [Semesterapparat]

Porter, Michal E. (2000): Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 6. Auflage. Frankfurt u.a.: Campus. [Semesterapparat]

Prahalad, C. K.; Hamel, G. (1990): The core competence of the corporation. In: Harvard Business Review 5/6. [metacoon]

### CSR und Stakeholdermanagement

#### **Pflichtlektüre:**

Karmasin, M.: (2002): Medienmanagement als Stakeholdermanagement. In: Karmasin, M.; Winter, C. (Hrsg.): Grundlagen des Medienmanagements. 2. Aufl. München: UTB. [Semesterapparat]

Werther, W. B.; Chandler, D. (2011): Strategic Corporate Social Responsibility. Stakeholders in a Global Environment. 2. Aufl. London u.a.: Sage, S. 1-52; 119-148; 243-249. [bestellt für Semesterapparat]

#### **Zusatzliteratur**

Freeman, R. E. (2005): A new approach to CSR: Company Stakeholder Responsibility. In: Kakabadse, R.; Morsing, M. (2005) (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Palgrave McMillan. [metacoon]

Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to increase its profits. In: New York Times Magazine, 09/13. Online unter:

<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

Perspektiven in der Wirtschaftsethik:

[https://www.uni-hohenheim.de/wirtschaftsethik/sem09\\_Beispieltexpte.pdf](https://www.uni-hohenheim.de/wirtschaftsethik/sem09_Beispieltexpte.pdf)

Post, J. E.; Preston, L. E.; Sachs, S. (2002): Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View. In: California Management Review, Vol. 45, No. 1. [metacoon]

Streek, W.; Beckert, J. (2007): Moralische Voraussetzungen und Grenzen wirtschaftlichen Handelns. Forschungsbericht aus dem MPIfG. Ein Kolloquium am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln, 21. April 2006. [metacoon]

## **Vertragstheorie (NIÖ)**

### **Pflichtlektüre:**

Caves, R. E. (2000): Creative Industries. Contracts between Art and Commerce. Harvard: University Press, S. 1-172. [Semesterapparat]

### **Zusatzliteratur:**

Richter, R.; Furubotn, E. (1996): Neue Institutionenökonomik. Eine Einführung und kritische Würdigung. Tübingen: J.C.B. Mohr, insb. S. 135-194 zu relativen Verfügungsrechten und S. 1-44 zu den Grundbegriffen der NIÖ [Semesterapparat]

Williamson, O. E. (1979): Transaction- Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. In: Journal of Law and Economics, Vol. 22, No. 2. [metacoon]

## **Organisationsstruktur und interne Unternehmenskommunikation mit Medien**

### **Pflichtlektüre**

Clegg, S.; Kornberger, M.; Pitsis, T. (2009): Managing & Organizations. An Introduction to Theory & Practice. London u.a.: Sage, S. 301-340. [Semesterapparat]

McAfee, A. (2009): Enterprise 2.0. Boston u.a.: Harvard Business Press. [bestellt für Semesterapparat]

Yates, J. (1989): Control through Communication. The Rise of System in American Management. London: John Hopkins, S. 1-64. [metacoon]

### **Zusatzliteratur:**

Manyika, J.; Sprague, K.; Yee, L. (2009): What matters? Using technology to improve workforce collaboration. In: McKinsey Quarterly. Online: [www.mckinseydigital.com](http://www.mckinseydigital.com). [metacoon]

Weick, K. E. (2010): Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks: Sage. [Semesterapparat]

Weick, K. E. (2006): Faith, evidence, and Action: Better guesses in an Unknowable World. In: Organization Studies, 27/1723. Online unter: <http://oss.sagepub.com/content/27/11/1723.full.pdf+html?ijkey=YpplOxrDWF3XU&keytype=ref&siteid=sposs>

Zakaria, N. u.a. (2004): Working together apart? Building a knowledge sharing culture for global virtual teams. In: Creativity and Innovation Management. Vol. 13, Nr. 1. [metacoon]

## Literatur zu den Einzelmedien:

### Zeitschrift:

<http://www.magazine.org/>

<http://www.fipp.com/>

### Zeitung:

<http://www.wan-ifra.org/>

### Rundfunk:

<http://www.nab.org/>

### allgemein (Medien):

<http://www.mediainfocenter.org/>

## Filme zum Thema Medienmanagement

Thema: Kommunikation verstehen, Kommunikation gestalten: „The Conversation“ (Francis Ford Coppola)

<http://www.imdb.com/title/tt0071360/>

Thema: Deals und Verträge in der Medienbranche/ Strategisches Management und Leadership, Dokumentation zur Produktion einer Zeitschriftenausgabe: „The September Issue“ (R. J. Cutler)

<http://www.theseptemberissue.com/theatrical.html#/home>

Thema: Deals und Verträge in der Medienbranche, Film zur Filmproduktion und die Rolle des Autors: „The Player“ (Robert Altman)

<http://www.imdb.com/title/tt0105151/>

Thema: Medien des Managements: Film zum Wandel von Medientechnologien und ihr Einfluss auf die Produktion in der Medienbranche: „Singing in the Rain“ (Donen, Kelly)

<http://www.imdb.com/title/tt0045152/>

Thema: Medien des Managements: Film zum Wandeln von Medientechnologien und ihr Einfluss auf die Medienbranche: „The Social Network“

<http://www.imdb.com/title/tt1285016/>