

Vorlesungsverzeichnis

M.A. Medienmanagement

Sommer 2023

Stand 23.10.2023

M.A. Medienmanagement	3
Studienmodule	3
Diskurse und Praktiken im Medienmanagement	3
Grundlagen Medienmanagement	3
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen	3
Marketing und Medien	4
Medienmanagement	4
Medienökonomie	5
Medienrecht I	6
Medienrecht II	6
Ökonomische Theorien	7
Organisation und vernetzte Medien	7
Projektmodule	8
Angewandte empirische Marktforschung	8
Marketing und Medien	8
Medienmanagement	10
Medienökonomie	12
Kolloquien	12
Wahlmodule	14

M.A. Medienmanagement

Projektbörse Fachbereich Medienmanagement

Donnerstag, 13. April 2023, 15.00 Uhr, Albrecht-Dürer-Str. 2, Gelber Saal

Studienmodule

Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

Discourses and Practices in Media Management

Modulverantwortlicher:

Grundlagen Medienmanagement

Basics Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

Investment and Financing of Media Companies

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

421150024 Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

R. Kunz

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, Einzel, 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 18.04.2023 - 18.04.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, digital, 21.04.2023 - 21.04.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, digital, 28.04.2023 - 28.04.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, digital, 05.05.2023 - 05.05.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, digital, 12.05.2023 - 12.05.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, digital, 26.05.2023 - 26.05.2023

Di, Einzel, 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 11.07.2023 - 11.07.2023

Beschreibung

Die Inhalte der Vorlesung werden in diesem Seminar vertieft, um weitere Themen ergänzt und im Hinblick auf Fragen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen spezifiziert, um die Besonderheiten des Medienmanagements in diesem Themenbereich herauszuarbeiten. Schwerpunktmäßig wird hierbei beispielsweise auf finanzorientierte Zielsysteme von Medienunternehmen, die Investition in Medientechnologien, die Filmförderung, die Finanzierung und Erlösmodelle von Digitaljournalismus oder Angel Investments und Venture Capital von Start-ups im Medienbereich eingegangen.

Die Studierenden setzen sich mit dem Stand der Literatur in ausgewählten Forschungsbereichen der Investition und Finanzierung auseinander und übertragen die Erkenntnisse auf den Medienbereich. Gemeinsam mit Gästen aus der Wissenschaft und Praxis werden aktuelle Themen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen besprochen. Zu den jeweiligen Themen erarbeiten die Studierenden sowohl individuell als auch in Gruppen Vorträge, verschriftlichen diese und stellen Fragen, die von den anderen Studierenden zu bearbeiten, beantworten und gemeinsam zu diskutieren sind.

Bemerkung

Literatur und Gastvorträge ggf. in englischer Sprache

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung.

Leistungsnachweis

Sonstige schriftliche Arbeiten und/oder sonstige mündlich erbrachte Leistungen

421150025 MOOC zur Investition und Finanzierung

R. Kunz

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 17:00 - 18:30, online , ab 18.04.2023

Beschreibung

Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung die Charakteristika von Finanzmärkten kennen und entwickeln somit ein Verständnis für die Ziele und Methoden der Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in Unternehmen. Die Vorlesung wird als MOOC (Massive Open Online Course) angeboten. In der Veranstaltung geht es um folgende fünf Themen: (1) Corporate Governance und Stakeholder Management; (2) Grundsätze der Kapitalbeschaffung und des Kapitaleinsatzes im Unternehmen; (3) Ermittlung von Kapitalkosten und Planung des optimalen Kapitaleinsatzes; (4) Leverage-Effekte und Risikomanagement; (5) Working Capital Management. Für die einzelnen Themengebiete gibt es On-Demand-Videos, begleitende Artikel, Arbeitsmaterialien und Aufgaben zur individuellen Bearbeitung. Die Inhalte aus dieser Veranstaltung werden im Seminar weiter vertieft und im Hinblick auf Fragen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen spezifiziert.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung.

Leistungsnachweis

Vorlage des Zertifikats zum Abschluss des MOOC bis Semesterende

Marketing und Medien**Marketing and Media**

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Medienmanagement**Media Management**

Modulverantwortlicher:

Medienökonomie

Media Economics

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke

423150029 Begleitkurs VR x Behavioral Economics / Grundlagen der Verhaltensökonomie

J. Rösch

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 17.04.2023

Beschreibung

Virtuelle Welten etablieren sich zunehmend in unserem Leben. Das Metaverse steht für eine neue Form, wie wir virtuelle Welten erleben, welche Möglichkeiten wir in virtuellen Welten haben und wie wir in diesen Welten Entscheidungen treffen, zusammenarbeiten oder miteinander interagieren. Vor diesem Hintergrund gehen wir in diesem Studienmodul der Frage nach, inwieweit sich Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie (Behavioral Economics) in diese neuen Welten übertragen lassen.

Wir gehen vom homo economicus aus, der in jeder Situation rationale Entscheidungen ausschließlich im Eigeninteresse trifft. Diesen hypothetischen „Wirtschaftsmenschen“ stellen wir die Erkenntnisse aus der Verhaltenswissenschaft gegenüber. Wir wissen aus der realen Welt, dass sich Menschen in verschiedenen Situationen sozial und/oder kooperativ verhalten, auf Fairness achten, aber auch, dass Menschen irrationale Entscheidungen treffen, oder dass auf Märkten aufgrund dieses „Fehlverhaltens“ das Handelsvolumen sinkt. Darauf aufbauend, stellen wir uns die Frage, ob und wie weit diese Erkenntnisse in die virtuelle Welt übertragbar sind.

Hierzu werden wir zusammen mit Studierenden der Medieninformatik zusammenarbeiten und gemeinsam ein verhaltensökonomisches Experiment realisieren, durchführen und auswerten. Dazu werden zunächst verschiedene mögliche Fragestellungen verglichen, mögliche Projekte ausgewählt und diese dann gemeinsam umgesetzt.

Ziel des Moduls ist es, die Ergebnisse in Form einer Hausarbeit zugänglich zu machen (Abgabetermin Ende des Semesters – nicht Ende der Vorlesungszeit).

Kurszeiten können, bedingt durch die Zusammenarbeit mit der Medieninformatik abweichen. Es können einzelne Veranstaltung geblockt werden bzw. zur Durchführung des Experiments auch an anderen Zeitpunkten stattfinden. Diese werden aber gemeinsam festgelegt.

Leistungsnachweis

Hausarbeit über die Ergebnisse und die Durchführung des Experiments

423150030 VR x Behavioral Economics / Grundlagen der Verhaltensökonomie

J. Rösch

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mo, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 17.04.2023

Mi, Einzel, 17:00 - 18:30, Schwannseestraße 143 - Lintpool 2.17, 05.07.2023 - 05.07.2023

Beschreibung

Virtuelle Welten etablieren sich zunehmend in unserem Leben. Das Metaverse steht für eine neue Form, wie wir virtuelle Welten erleben, welche Möglichkeiten wir in virtuellen Welten haben und wie wir in diesen Welten Entscheidungen treffen, zusammenarbeiten oder miteinander interagieren. Vor diesem Hintergrund gehen wir in diesem Studienmodul der Frage nach, inwieweit sich Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie (Behavioral Economics) in diese neuen Welten übertragen lassen.

Wir gehen vom homo economicus aus, der in jeder Situation rationale Entscheidungen ausschließlich im Eigeninteresse trifft. Diesen hypothetischen „Wirtschaftsmenschen“ stellen wir die Erkenntnisse aus der Verhaltenswissenschaft gegenüber. Wir wissen aus der realen Welt, dass sich Menschen in verschiedenen Situationen sozial und/oder kooperativ verhalten, auf Fairness achten, aber auch, dass Menschen irrationale Entscheidungen treffen, oder dass auf Märkten aufgrund dieses „Fehlverhaltens“ das Handelsvolumen sinkt. Darauf aufbauend, stellen wir uns die Frage, ob und wie weit diese Erkenntnisse in die virtuelle Welt übertragbar sind. **Hierzu werden wir zusammen mit Studierenden der Medieninformatik zusammenarbeiten und gemeinsam ein verhaltensökonomisches Experiment realisieren, durchführen und auswerten.** Dazu werden zunächst verschiedene mögliche Fragestellungen verglichen, mögliche Projekte ausgewählt und diese dann gemeinsam umgesetzt.

Ziel des Moduls ist es, die Ergebnisse in Form einer Hausarbeit zugänglich zu machen (Abgabetermin Ende des Semesters – nicht Ende der Vorlesungszeit).

Kurszeiten können, bedingt durch die Zusammenarbeit mit der Medieninformatik abweichen. Es können einzelne Veranstaltung geblockt werden bzw. zur Durchführung des Experiments auch an anderen Zeitpunkten stattfinden. Diese werden aber gemeinsam festgelegt.

Leistungsnachweis

Hausarbeit über die Ergebnisse und die Durchführung des Experiments

Medienrecht I

Media Law I

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

Medienrecht II

Media Law II

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

447546 Medienrecht II

H. Vinke

Veranst. SWS: 4

Seminar

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 29.04.2023 - 29.04.2023

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 27.05.2023 - 27.05.2023

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 03.06.2023 - 03.06.2023

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 17.06.2023 - 17.06.2023

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 30.06.2023 - 30.06.2023

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 01.07.2023 - 01.07.2023

Beschreibung

In der Lehrveranstaltung Medienrecht II werden verschiedene medienrechtliche Gebiete behandelt (u.a. Presserecht, Rundfunkrecht, Jugendschutz, Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz).

Leistungsnachweis

Seminarvortrag

Ökonomische Theorien

Economic Theories

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke

Organisation und vernetzte Medien

Organisation and Network Media

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

423150031 Entrepreneurship im digitalen Journalismus - Neue Organisations-, Koordinations- und Arbeitsformen in der Medienbranche

C. Buschow

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 106, ab 19.04.2023

Beschreibung

In Verlagsbranche und Journalismus zeigen sich die typischen Problemlagen der Medienwirtschaft besonders deutlich: Eine mangelnde Fokussierung auf Nutzer*innen, die Zerstörung etablierter Geschäftsmodelle und Branchenstrukturen, Zweifel an der künftigen Funktionstüchtigkeit traditioneller Organisationsformen, allen voran der Redaktion, unter den Bedingungen der Digitalisierung.

Da in bestehenden Unternehmen offenbar nur zögerlich innoviert wird, verbinden sich große Hoffnungen auf Erneuerung mit Entrepreneurship im digitalen Journalismus. In der Vorlesung wird der Forschungsstand zu neuen Organisations-, Koordinations- und Arbeitsformen in der Medienbranche am Beispiel des Journalismus erschlossen, es werden konkrete Organisations- und Arbeitsweisen von Gründer*innen vorgestellt, die zunehmend auch in klassischen Medienhäusern an Bedeutung gewinnen, und spezifische Herausforderungen und Fallstricke diskutiert.

Die Veranstaltung wird verbunden mit einer Exkursion zu den Medientagen Mitteldeutschland nach Leipzig am Mittwoch, 3. Mai 2023 (ganztägig).

Leistungsnachweis

(Open-Book-)Klausur oder eine sonstige schriftliche Prüfung

423150032 Fallstudienforschung zu Entrepreneurship im digitalen Journalismus

C. Buschow

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 106, ab 19.04.2023

Beschreibung

Fallstudienforschung besitzt das Potenzial, spezifische Fragestellungen des Medienmanagements, z.B. zu neuen Organisations-, Koordinations- und Arbeitsformen, empirisch tiefgehend zu beantworten.

In diesem Seminar werden wir uns intensiv mit dem Forschungsansatz der Qualitativen Fallstudie befassen. Die Teilnehmenden werden die methodologischen Grundlagen des Verfahrens und seine Gütekriterien reflektieren, typische Fragestellungen und Anwendungsfälle kennenlernen und das zentrale methodische Rüstzeug (Erhebungs- und Auswertungstechniken) zur Durchführung einer eigenen Fallstudie erwerben.

Leistungsnachweis

Präsentation/Referat, Hausarbeit

Projektmodule

Angewandte empirische Marktforschung

Applied Empirical Market Research

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

Marketing und Medien

Marketing and Media

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

418140001 Markenführung und Medienmarken

J. Emes

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 20.04.2023

Do, Einzel, 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 06.07.2023 - 06.07.2023

Di, Einzel, 11:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, Klausur, 25.07.2023 - 25.07.2023

Beschreibung

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen Theorien sowie Ziele, Strategien und Maßnahmen einer erfolgreichen Markenführung und Kommunikation für Medienprodukte. Anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien erhalten die Studierenden einen Überblick über die strategische Entwicklung und Führung von Marken in verschiedenen Medienindustrien, wie beispielsweise der Musik-, Film- oder Games-Industrie. Untersucht wird insbesondere der Einfluss von KI auf das Marketing.

Leistungsnachweis

Klausur, Präsentation und aktive Teilnahme

420150001 Forschungskolloquium: Markenführung

J. Emes, T. Janson

Veranst. SWS: 4

Seminar

Do, wöch., 11:00 - 15:00, ab 20.04.2023

Beschreibung

Das Forschungskolloquium dient dazu, die Inhalte der Veranstaltungen des Projektmoduls „Marketing und Medien“ zusammen zu führen, kritisch zu reflektieren und in einer wissenschaftlichen (empirischen) Projektarbeit aufzuarbeiten.

Bemerkung

Leistungsnachweis

20% aktive Teilnahme im Rahmen der Lehrveranstaltung, 80% Projektarbeit

421150028 Innovation und Markenbildung in der Filmindustrie**N.N., D. Zakoth**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 09:15 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 09.06.2023 - 09.06.2023
 Sa, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 10.06.2023 - 10.06.2023
 Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 16.06.2023 - 16.06.2023
 Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 23.06.2023 - 23.06.2023
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 24.06.2023 - 24.06.2023

Beschreibung

Durch Digitalisierung und die damit verbundenen Innovationen unterliegt die Film- und Serienindustrie einem starken Wandel. Neue Unternehmen am Markt verändern den Wettbewerb und auch die Möglichkeiten für Filmschaffende. Dennoch bleibt die Produktion von Filmen/Serien ein kostspieliges sowie riskantes Unterfangen, denn der ökonomische Erfolg ist für Investoren und Produzenten ungewiss und schwer kalkulierbar. Ziel der Veranstaltung ist es zunächst herauszuarbeiten wie Innovationen die Film- und Serienindustrie verändert haben und inwiefern Marken den ökonomischen Erfolg von Filmen/Serien positiv beeinflussen können. Die theoretischen Erkenntnisse dienen den Studierenden als Grundlage für eine Analyse eines selbst gewählten Films/Serie. Die Ergebnisse werden dann von den Studierenden im Rahmen präsentiert, um den ersten Teil des Seminars abzuschließen.

Im zweiten Teil des Seminars diskutieren die Studierenden mit dem Filmproduzenten Andreas Bareiss über die Bedeutung von Marken in Filmen bzw. Serien. Ziel ist es, die wissenschaftlichen Forschungserkenntnisse mit den Erfahrungen der Praxis abzugleichen. Die Blockveranstaltung analysiert die Erfolgsfaktoren von Filmen und Serien an einem praktischen Beispiel und gibt Einblick in den Wandel der Branche. Es werden u.a. folgende Fragen aufgegriffen:

- Wie verändert die Digitalisierung die Film-/Serienproduktion?
- Wie beeinflussen Marken den Film-/Serienerfolg?
- Sind filmische Umsetzungen auf Basis einer Vorlage (z.B. Roman) eine sichere Sache im ökonomischen Sinn?

Zur Vorbereitung des zweiten Teils des Seminars müssen die Studierenden einen Roman/Skript/Drehbuch oder eine Serie bzw. Film inhaltlich aufarbeiten. Dies dient als Ausgangspunkt und wird zu Beginn des zweiten Seminarteils von den Studierenden zusammengefasst präsentiert.

Die Veranstaltung kann alternativ zum Internationalen Online-Planspielseminar (MarkStrat) besucht werden.

Bemerkung

Dozent: Andreas Bareiss

Leistungsnachweis

Referat (70%) und Pitch (30%)

423150033 BrandY Project**M. Rauch**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Beschreibung

Im Rahmen des Blockseminars „brandY Project“ nehmen die Studierenden an einem modernen, interaktiven, internationalen Trainingsprogramm im Bereich internationaler Markenführung teil. Studierende aus verschiedenen Ländern werden in international zusammengestellten Teams Marketingstrategien entwickeln und unternehmerische Entscheidungen treffen. Unter simulierten Marktbedingungen wird erworbenes Wissen im Bereich Marketing vertieft.
Veranstaltungsort: Valencia, Spanien

Veranstaltungszeitraum: 26. bis 30. Juni 2023

Eine verbindliche Anmeldung ist bis zum 19.04.2023, 20:00 Uhr, per Email an maria.rauch@uni-weimar.de erforderlich.

Die Veranstaltung kann alternativ zum Seminar „Innovation und Markenbildung in der Filmindustrie“ besucht werden.

Leistungsnachweis

Mitarbeitsnote im Rahmen des Planspiels + Strategiepapier

Medienmanagement

Media Management

Modulverantwortlicher:

423150034 Diffusion von Innovationen und medienspezifische Adoption

R. Kunz, D. O'Brien

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 25.04.2023 - 25.04.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 02.05.2023 - 02.05.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 16.05.2023 - 16.05.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, 16.05.2023 - 16.05.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 23.05.2023 - 23.05.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 30.05.2023 - 30.05.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 20.06.2023 - 20.06.2023

Di, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 27.06.2023 - 27.06.2023

Beschreibung

Dieses Seminar konzentriert sich auf die Vermittlung des notwendigen theoretischen und methodischen Wissens sowie die Konzeption und Durchführung eines Forschungsprojekts von praktischer wie auch wissenschaftlicher Relevanz. Es werden für Unternehmen der Medien- und Digitalwirtschaft relevante Fragestellungen aufgeworfen, geeignete Methoden ausgewählt und empirische Studien realisiert. Die Studierenden begründen die Wahl ihres Forschungsdesigns, erheben und analysieren Daten, präsentieren und diskutieren ihre Forschungsergebnisse in wissenschaftlichen Vorträgen und erstellen abschließend eine schriftliche Seminararbeit bzw. einen Forschungsbericht. Die Studierenden wenden ihr betriebswirtschaftliches und medienökonomisches Wissen auf konkrete Praxisfälle der Medienbranche an.

Dieses Seminar befasst sich mit dem aktuellen Stand der Literatur zur Diffusion von Innovationen und medienspezifischen Adoption sowie Nutzung digitaler Medientechnologien und -dienste. Einem verhaltenswissenschaftlichen Ansatz folgend wird die Nachfrage nach neuen Medienangeboten erforscht. Ziel ist die Replikation bereits publizierter Studien und deren Anwendung im Bereich der Medien- und Digitalwirtschaft. Es werden ein Fragebogen entwickelt, Daten (online und/oder offline) erhoben, gesammelt bzw. aufbereitet sowie mittels multivariater Verfahren ausgewertet und analysiert. Das empirisch ausgerichtete Forschungsprojekt kann in Kooperation mit einem Praxispartner durchgeführt werden.

Bemerkung

Literatur und Gastvorträge ggf. in englischer Sprache.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung.

Leistungsnachweis

Sonstige schriftliche Arbeiten und/oder sonstige mündlich erbrachte Leistungen

423150035 Forschungskolloquium Innovations- und Medienmanagement

R. Kunz, D. O'Brien, J. Steffl

Veranst. SWS: 4

Kolloquium

Di, wöch., 09:15 - 12:30, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, ab 18.04.2023

Di, wöch., 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 106, ab 18.04.2023

Beschreibung

In diesem Forschungskolloquium setzen die Studierenden sich mit dem aktuellen Stand der Literatur auseinander, begründen die Wahl eines Forschungsdesigns und präsentieren Forschungsergebnisse in wissenschaftlichen Vorträgen. Es werden für Unternehmen der Medien- und Digitalwirtschaft relevante Fragestellungen aufgeworfen, geeignete Methoden diskutiert und empirische Studien konzipiert. Im Umgang mit Forschungsproblemen und Fallbeispielen vermittelt und fördert das Forschungskolloquium insbesondere methodische Kompetenzen. Die in den Seminaren behandelten Inhalte werden in diesem Forschungskolloquium aufgegriffen, konzeptualisiert und vertiefend besprochen sowie diskutiert.

Bemerkung

Literatur und Gastvorträge ggf. in englischer Sprache.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung.

Leistungsnachweis

Sonstige schriftliche Arbeiten und/oder sonstige mündlich erbrachte Leistungen

423150036 Innovationskultur und strategische Managementziele

R. Kunz, J. Steffl

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 24.04.2023 - 24.04.2023

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.05.2023 - 08.05.2023

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 15.05.2023 - 15.05.2023

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 05.06.2023 - 05.06.2023

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 19.06.2023 - 19.06.2023

Mo, Einzel, 15:15 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 26.06.2023 - 26.06.2023

Di, Einzel, Exkursion, 04.07.2023 - 04.07.2023

Beschreibung

Dieses Seminar konzentriert sich auf die Vermittlung des notwendigen theoretischen und methodischen Wissens sowie die Konzeption und Durchführung eines Forschungsprojekts von praktischer wie auch wissenschaftlicher Relevanz. Es werden für Unternehmen der Medien- und Digitalwirtschaft relevante Fragestellungen aufgeworfen, geeignete Methoden ausgewählt und empirische Studien realisiert. Die Studierenden begründen die Wahl ihres Forschungsdesigns, erheben und analysieren Daten, präsentieren und diskutieren ihre Forschungsergebnisse in wissenschaftlichen Vorträgen und erstellen abschließend eine schriftliche Seminararbeit bzw. einen Forschungsbericht. Die Studierenden wenden ihr betriebswirtschaftliches und medienökonomisches Wissen auf konkrete Praxisfälle der Medienbranche an.

Dieses Seminar erforscht in Zusammenarbeit mit einem Praxispartner aus dem Verlagswesen (print & digital news media) einen realen Fall. Es wird insbesondere ein Fokus auf die mit dem Innovationsmanagement im Zusammenhang stehenden Ziele des Medienunternehmens gelegt. Mittels qualitativer Methoden werden (online) Interviewdaten erhoben und inhaltsanalytisch ausgewertet. Im Rahmen dieses Seminars sind auch Exkursionen zum Praxispartner geplant.

Bemerkung

Literatur und Gastvorträge ggf. in englischer Sprache.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung.

Leistungsnachweis

Sonstige schriftliche Arbeiten und/oder sonstige mündlich erbrachte Leistungen

Medienökonomie

Media Economy

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Jürgen Rösch

Kolloquien

Master-Kolloquium Digitale Ökonomien

J. Rösch

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 11:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 13.04.2023 - 13.04.2023

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.

Am **13.04.2023, 10:15 Uhr** findet eine Infoveranstaltung statt, wo Fragen zu offenen Punkten, Fristen, Abgabe etc. beantwortet werden. Diese findet in der Albrecht-Dürer-Straße 2 im Gelben Saal statt. Das erste Kolloquium findet am **13.04.2023, 11:00 Uhr** in der Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal statt. Bitte melden Sie sich bis zum **06.04.2023** unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

Masterkolloquium Innovationsmanagement und Medien

R. Kunz

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 11:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal gemeinsames Kick-off des Fachbereichs Medienmanagement, 13.04.2023 - 13.04.2023

Beschreibung

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

Am **13.04.2023, 10:15 Uhr** findet eine Infoveranstaltung statt, wo Fragen zu offenen Punkten, Fristen, Abgabe etc. beantwortet werden. Diese findet in der Albrecht-Dürer-Straße 2 im Gelben Saal statt. Das erste Kolloquium findet am **13.04.2023, 11:00 Uhr** in der Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal statt. Bitte melden Sie sich bis zum **06.04.2023** unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

Bemerkung

Mittwochs, 09.15-12.30 Uhr (zu ausgewählten Terminen, nach gesonderter Ankündigung bzw. Einladung)

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Bereich des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Pflichtmoduls »Diskurse und Praktiken des Medienmanagements« oder einer vergleichbaren Leistung. Zudem sollten zuvor das Projektmodul »Medienmanagement« und/oder das Studienmodul »Medienmanagement« absolviert worden sein.

Leistungsnachweis

Sonstige mündlich erbrachte Leistungen

Master-Kolloquium Marketing und Medien

J. Emes

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 11:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 13.04.2023 - 13.04.2023

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.

Am **13.04.2023, 10:15 Uhr** findet eine Infoveranstaltung statt, wo Fragen zu offenen Punkten, Fristen, Abgabe etc. beantwortet werden. Diese findet in der Albrecht-Dürer-Straße 2 im Gelben Saal statt. Das erste Kolloquium findet am **13.04.2023, 11:00 Uhr** in der Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal statt. Bitte melden Sie sich bis zum **06.04.2023** unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

Master-Kolloquium Medienökonomik

B. Kuchinke

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 11:00 - 12:00, 13.04.2023 - 13.04.2023

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.

Am **13.04.2023, 10:15 Uhr** findet eine Infoveranstaltung statt, wo Fragen zu offenen Punkten, Fristen, Abgabe etc. beantwortet werden. Diese findet in der Albrecht-Dürer-Straße 2 im Gelben Saal statt. Das erste Kolloquium findet am **13.04.2023, 11:00 Uhr** in der Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal statt. Bitte melden Sie sich bis zum **06.04.2023** 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

Do, Einzel, 11:00 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 13.04.2023 - 13.04.2023

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.

Am **13.04.2023, 10:15 Uhr** findet eine Infoveranstaltung statt, wo Fragen zu offenen Punkten, Fristen, Abgabe etc. beantwortet werden. Diese findet in der Albrecht-Dürer-Straße 2 im Gelben Saal statt. Das erste Kolloquium findet am **13.04.2023, 11:00 Uhr** in der Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal statt. Bitte melden Sie sich bis zum **06.04.2023** 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.