

## **Vorlesungsverzeichnis**

M.A. Medienmanagement

Winter 2013/14

Stand 08.10.2014

|  |           |
|--|-----------|
| <b>M.A. Medienmanagement</b> .....   | <b>3</b>  |
| <b>Projektmodule</b> .....   | <b>4</b>  |
| Angewandte empirische Forschung .....  | 4         |
| Marketing und Medien: Jugend, Kommunikation und Medien .....                               | 6         |
| Medienmanagement: : Freies Wissen .....  | 6         |
| Medienökonomie: Wettbewerbspolitik im Mediensektor .....                                   | 6         |
| Ökonomische Theorien .....   | 8         |
| <b>Studienmodule</b> .....   | <b>9</b>  |
| Internationales Management und Medien .....  | 9         |
| Investition und Finanzierung von Medienunternehmen .....                                   | 10        |
| Marketing und Medien: Internationales Medienmarketing .....                                | 10        |
| Medienmanagement: Von Ideen zu Innovationen .....  | 11        |
| Medienökonomie und Medien der Ökonomie: Regulierungs- und Telekommunikationsökonomik ..... | 12        |
| Medienrecht I .....  | 12        |
| Medienrecht II .....   | 12        |
| <b>Wahlmodule</b> .....  | <b>12</b> |

## M.A. Medienmanagement

### Begrüßungsveranstaltung Medienmanagement M.A.

Dienstag, 15. Oktober 2013, 12:00 Uhr, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2

### Projektbörse

Dienstag, 15. Oktober 2013, ab 14:00 Uhr, Hörsaal Karl-Haußknecht-Straße 7

14:00 Uhr • Geschichte und Theorie der Kulturtechniken, Vertr.-Prof. Steinhauer

14:20 Uhr • Philosophie audiovisueller Medien, Prof. Voss

14:40 Uhr • Medienphilosophie, Vertr.-Prof. Löffler

15:00 Uhr • Theorie medialer Welten, N.N.

15:20 Uhr • Mediale Historiographien, Jun.-Prof. Gregory

15:40 Uhr • Europäische Medienkultur, Jun.-Prof. Wagner

16:00 Uhr • Bildtheorie mit dem Schwerpunkt Bewegtbildforschung, Jun.-Prof. Pantenburg

16:20 Uhr • Mediengeschichte der Wissenschaften, Jun.-Prof. Krajewski

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 Internationales Management und Medien

#### A. Trommershausen

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

Do, Einzel, 09:00 - 11:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, Erstes Treffen, 17.10.2013 - 17.10.2013

Do, Einzel, 09:00 - 13:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 107, 16.01.2014 - 16.01.2014

#### Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Donnerstag, 17. Oktober 2013, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 14. Oktober 2013 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

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

### Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Donnerstag, 17. Oktober 2013, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 14. Oktober 2013 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**

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

### Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Donnerstag, 17. Oktober 2013, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 14. Oktober 2013 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 Medienökonomie

**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

### Bemerkung

Das erste Kolloquium findet am Donnerstag, 17. Oktober 2013, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 14. Oktober 2013 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

**Grundlagen der empirischen Marktforschung****J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 22.10.2013

Di, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Seminarraum 014, 04.02.2014 - 04.02.2014

**Kommentar**

In dieser Vorlesung erhalten die Studierenden einen Einblick in konzeptionelle Grundlagen des Marktforschungsprozesses. Der Schwerpunkt liegt auf Methoden der Informationsgewinnung, welche für die Planung und Durchführung von qualitativen und quantitativen Erhebungen von Bedeutung sind. Betrachtet werden u.a. die wesentliche Aspekte der Fragebogenerstellung, alternative Stichproben-Auswahlverfahren, messtheoretische Grundlagen, Skalierungen und Gütekriterien.

Die Vorlesung ist Bestandteil des Projektmoduls "Angewandte empirische Forschung"

**Leistungsnachweis**

Ein Leistungsnachweis kann über mündliche Mitarbeit sowie durch die Mitwirkung an einer einstündigen Klausur am Ende der Veranstaltung erworben werden (100%).

**Multivariate Analysemethoden****J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 23.10.2013

**Kommentar**

Diese Vorlesung behandelt verschiedene multivariate Analysemethoden, die für die Analyse medienwirtschaftlicher Fragestellungen von zentraler Bedeutung sind. Behandelt werden u.a. die Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Faktorenanalyse, Clusteranalyse und Conjoint-Analyse. Zudem werden die theoretischen Auseinandersetzungen mit Berechnungen vorliegender Datensätze praktisch ergänzt. Hierzu werten die Studierenden die vorgegebenen Daten unter Verwendung der multivariaten Analysemethoden und unter Anwendung der Software SPSS eigenständig aus.

Die Vorlesung ist Bestandteil des Projektmoduls "Angewandte empirische Forschung"

**Leistungsnachweis**

Ein Leistungsnachweis kann durch die Mitwirkung an einer einstündigen Klausur am Ende der Veranstaltung erworben werden (100%).

**Praxiswerkstatt: Marketingplanung und Marketingkonzeption****S. Best**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2013

**Kommentar**

In dem Seminar entwickeln die Studierenden strategische Marketingkonzepte für konkrete Problemstellungen verschiedener Kooperationspartner unterschiedlicher Branchen. Die Teilnehmer erarbeiten auf Basis eigener strategischer Überlegungen 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.

Das Seminar ist Bestandteil des Projektmoduls "Angewandte empirische Forschung"

#### Leistungsnachweis

Ein Leistungsnachweis kann durch die Mitwirkung an regelmäßigen Zwischenpräsentationen (40%) sowie einer Abschlusspräsentation am Ende der Veranstaltung (60%) erworben werden.

### Praxiswerkstatt: Marktforschung

#### J. Emes

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2013

Mo, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, 09.12.2013 - 09.12.2013

Mo, Einzel, 11:00 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 107, 16.12.2013 - 16.12.2013

Di, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, 17.12.2013 - 17.12.2013

Di, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, 07.01.2014 - 07.01.2014

#### Kommentar

Im Rahmen des Seminars 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 strategischer Marketingkonzeptionen an.

Das Seminar ist Bestandteil des Projektmoduls "Angewandte empirische Forschung"

#### Leistungsnachweis

Ein Leistungsnachweis kann durch die Mitwirkung an regelmäßigen Zwischenpräsentationen (40%) sowie einer Abschlusspräsentation am Ende der Veranstaltung (60%) erworben werden.

### 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

### Aktuelle Fragen in der nationalen und internationalen Wettbewerbspolitik

#### B. Kuchinke

Veranst. SWS: 2

## Seminar

Do, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2013

**Kommentar**

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, den 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 usw. Die Studierenden sollen sich hierbei in Kleingruppen mit einem Thema intensiv beschäftigen, dieses in einem Vortrag vorstellen und letztendlich verschriftlichen.

**Leistungsnachweis**

Vortrag und Verschriftlichung (in Kleingruppen)

### Einführung in die Wettbewerbspolitik

**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2013

**Kommentar**

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 da-hinterstehenden 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**

Klausur (60 min)

### Fallstudien zur publizistischen orientierten Wettbewerbskontrolle auf Medienmärkten

**S. Putzig**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2013

**Kommentar**

Die Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Mediensektor (KEK) kontrolliert Zusammenschlüsse von Medienunternehmen unter publizistischen Gesichtspunkten. Während das Kartellamt darauf achtet, dass Unternehmenszusammenschlüsse nicht zu Marktmacht führen, achtet die KEK darauf, dass Unternehmenszusammenschlüsse im Mediensektor nicht zu Meinungsmacht führen. Die medienpolitische Zusammenschlusskontrolle der KEK geht davon aus, dass ab einer gewissen Marktdeckung Meinungsmacht entsteht, die nicht deckungsgleich mit der Marktmacht im Sinne ökonomischer Marktanteile sein muss. Vor besondere Herausforderungen wird die KEK dabei durch Konvergenz und Digitalisierung gestellt, welche eine

zweifelsfreie Marktabgrenzung zunehmend erschwert. In diesem Seminar wird zunächst der Prüfprozess und die dafür zugrunde gelegten Prämissen vermittelt und diskutiert. Anschließend werden die Studenten eigenständig Fallstudien bearbeiten, in denen die KEK eingegriffen hat. Ziel ist es, die Vorgehensweise der KEK anhand dieser konkreten Fälle nachzuvollziehen und kritisch zu reflektieren.

### Leistungsnachweis

Vortrag und Verschriftlichung (in Kleingruppen)

## Forschungskolloquium „Wettbewerbsökonomie und -politik“

**B. Kuchinke, S. Putzig**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 17:00 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2013

### Kommentar

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

## Ökonomische Theorien

### Economic theories

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

## Diskurse, Techniken und Praktiken im Medienmanagement

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 23.10.2013

### Kommentar

Anliegen der Veranstaltung ist es, zunächst nach Grundkategorien und theoretischen Konzepten im Medienmanagement zu fragen und im Anschluss daran ein Managementverständnis aus der Perspektive einer Theorie sozialer Praktiken zu entwickeln. Dabei erfolgt der Rückgriff auf ein praxistheoretisches Vokabular aus verschiedenen sozialwissenschaftlichen Forschungsfeldern, wie z.B. der Wissenschafts- und Technikforschung, der Medienforschung und der Organisationsforschung. Unter Bezugnahme auf diese Grundlagen wird Management als historisch und kulturell spezifisches Konglomerat von Diskursen, Techniken und Praktiken verstanden und die Dualität von Theorie und Praxis durch ein wechselseitiges Verhältnis von Diskursen, Techniken und Praktiken ersetzt.

### Leistungsnachweis

Aktive Teilnahme, Referat

## Kolloquium



**L. Conrad**

Veranst. SWS: 2

Kolloquium

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 22.10.2013

**Kommentar**

Das Kolloquium dient u.a. der gegenseitigen Vorstellung der Abschlussarbeiten aus dem Bachelor - Studium.

**Leistungsnachweis**

Aktive Teilnahme, Vortrag

### Perspektiven der Organisationstheorie

**L. Conrad**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 22.10.2013

**Kommentar**

Das Seminar behandelt verschiedene Etappen der Organisationstheorie (Bürokratieansatz, Systemtheorie, macht- und diskursanalytische Ansätze, Sense Making, praxistheoretische Ansätze). Sie werden jeweils bezüglich ihrer epistemologischen Grundannahmen, ihrer zentralen Fragestellungen und Zielsetzungen befragt. Es geht in dem Kurs auch darum herauszuarbeiten, wie die jeweiligen Theoriebereiche Medialität und Materialität konzeptualisieren.

**Leistungsnachweis**

Aktive Teilnahme, Textpräsentationen, Beitrag Reader

### Positionen und Kontroversen des ökonomischen Denkens

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2013

**Kommentar**

In dieser Veranstaltung geht es um die Auseinandersetzung mit verschiedenen Grundpositionen und Kontroversen des ökonomischen Denkens. Dazu ist es erforderlich, wesentliche Annahmen und Grundkategorien der Sozialwissenschaften und der Ökonomie näher zu betrachten und Fragen nach der Genealogie und den Besonderheiten des ökonomischen Denkens aufzuwerfen. Annahmen und Grundkategorien beziehen sich dabei auf die „Natur“ des Menschen, der Gruppen und der ökonomischen Transaktionen, auf Handlungen und Agency-Konzeptionen, auf wissenschaftliche Methoden, auf umstrittene und unumstrittene wissenschaftlichen Tatsachen, auf Eigentumsrechte, Werte, Zeichen und Objekte. Besonders Interesse gilt jenen Kontroversen, die sich im Spannungsfeld zwischen einer industriellen und informationellen Ökonomie der Medien herausbilden.

**Leistungsnachweis**

Aktive Teilnahme, Klausur

**Studienmodule****Internationales Management und Medien**

## International Management and Media

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Anke Trommershausen

## Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

### Investment and Financing of Media Companies

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jutta Emes

## Marketing und Medien: Internationales Medienmarketing

### Media Marketing: International Marketing for Media Companies

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

## Intercultural Communication

**N.N.**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, Einzel, 11:00 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 16.12.2013 - 16.12.2013

Mo, Einzel, 17:00 - 19:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 16.12.2013 - 16.12.2013

Di, Einzel, 09:00 - 13:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, 17.12.2013 - 17.12.2013

Di, Einzel, 09:00 - 11:00, Helmholtzstraße 15 - Seminarraum 103, 17.12.2013 - 17.12.2013

Mi, Einzel, 09:00 - 17:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, 18.12.2013 - 18.12.2013

Do, Einzel, 09:00 - 11:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, 19.12.2013 - 19.12.2013

Fr, Einzel, 09:00 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 20.12.2013 - 20.12.2013

### Bemerkung

Blockveranstaltung Anfang Dezember 2013, Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Lehrbeauftragte: Dolores Sanchez Bengoa (PhD. M.Ed)

### Kommentar

Das englischsprachige Seminar "Intercultural Communication" soll das Bewusstsein für kulturelle Unterschiede schärfen, theoretische und praxisorientierte Ansätze zur Erklärung dieser vermitteln sowie Sensibilität gegenüber unterschiedlichen 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.

### Leistungsnachweis

Ein Leistungsnachweis kann über mündliche Mitarbeit sowie durch die Mitwirkung an einer einstündigen Klausur am Ende der Veranstaltung erworben werden (100%).

## Internationale Strategien von Medienunternehmen

**J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2013

**Kommentar**

In dieser Veranstaltung lernen die Studierenden theoretische Ansätze aus dem Internationalen Marketing kennen und wenden diese auf den Medienbereich an. Die Studierenden sollen am Semesterende die typischen Herausforderungen bei der Erschließung und Bearbeitung ausländischer Märkte verstehen und in der Lage sein, die jeweiligen Chancen und Risiken internationaler Märkte zu identifizieren und zu bewerten. Insbesondere sollen sie geeignete Quellen zu Informationsgrundlagen über ausländische Märkte und kulturelle Besonderheiten kennen und Verfahren der Beurteilung von Länderrisiken und zur Auswahl profitabler, strategiekonformer Märkte anwenden können. Anhand von praktischen Fallbeispielen sollen die Studenten Ziele und Strategien für das internationale Geschäft aufstellen und deren operative Umsetzung im Rahmen der Marketinginstrumente planen können. Sie sollen fähig sein, Abwägungen zwischen Argumenten für eine länderspezifische Marketingkonzeption einerseits oder einen weltweit einheitlichen Ansatz andererseits zu treffen.

**Leistungsnachweis**

Ein Leistungsnachweis kann über mündliche Mitarbeit sowie durch die Mitwirkung an einer einstündigen Klausur am Ende der Veranstaltung erworben werden (100%).

**Medienmanagement: Von Ideen zu Innovationen****Media Management: From ideas to innovation**

Modulverantwortliche: Dr. Oliver Mauroner

**Ideen entwickeln und umsetzen****O. Mauroner**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2013

**Kommentar**

Die Studierenden analysieren Methoden der Ideenentwicklung sowie der Bewertung und Einschätzung von Ideen. Es wird diskutiert, wie Ideen und Kreativität organisiert und in neue Produkte und Dienstleistungen umgesetzt werden können. In Gruppen sollen Fallbeispiele für kreative Leistungen und Prozesse bearbeitet werden.

**Leistungsnachweis**

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

**Innovationsmanagement****O. Mauroner**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11, Raum 015, ab 22.10.2013

**Kommentar**

In der Veranstaltung geht es um Strategien, Prozesse und Organisation von Innovationen, wobei insbesondere die Kreativwirtschaft betrachtet wird. Ausgehend vom klassischen Innovationsmanagement werden unterschiedliche Perspektiven eingenommen, um das Wesen von Innovationen zu verstehen. Moderne Konzepte, wie z.B. Open Innovation, Design Thinking und Hybrid Thinking, werden ebenso betrachtet wie aktuelle Trends, wie z.B. Reverse Innovation, Megatrends und Nachhaltigkeit als Ausgangspunkte für Innovationen.

**Leistungsnachweis**

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

## **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

## **Medienrecht I**

### **Media Law I**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

## **Medienrecht II**

### **Media Law II**

Modulverantwortlicher: Dr. Harald Vinke

## **4213712 Medienrecht II**

### **H. Vinke**

Veranst. SWS: 4

Vorlesung

BlockSa, 09:00 - 16:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 01.11.2013 - 02.11.2013

BlockSa, 09:00 - 16:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 29.11.2013 - 30.11.2013

BlockSa, 09:00 - 16:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 17.01.2014 - 18.01.2014

### **Kommentar**

Das Studienmodul "Medienrecht II" setzt sich zusammen aus der Vorlesung "Medienrecht II" (Vinke). Die Vorlesung "Medienrecht II" beinhaltet folgende Punkte: Recht des geistigen Eigentums, Vertiefung Urheberrecht, Vertiefung Persönlichkeitsrechte und presserechtliche Ansprüche, Analyse der aktuellen Rechtsprechung (im Rahmen von Seminararbeiten).

### **Leistungsnachweis**

Ein Leistungsnachweis kann durch eine Präsentation am Semesterende erworben werden (100%).

## **Wahlmodule**