

Vorlesungsverzeichnis

M.A. Medienmanagement

Winter 2019/20

Stand 13.07.2020

M.A. Medienmanagement	3
Studienmodule	3
Diskurse und Praktiken im Medienmanagement	3
Grundlagen Medienmanagement	4
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen	5
Marketing und Medien	6
Medienmanagement	7
Medienökonomie	8
Medienrecht I	8
Medienrecht II	9
Ökonomische Theorien	9
Organisation und vernetzte Medien	10
Projektmodule	10
Angewandte empirische Marktforschung	10
Marketing und Medien	11
Medienmanagement	11
Medienökonomie	11
Kolloquien	13
Wahlmodule	14

M.A. Medienmanagement

Begrüßungsveranstaltung Medienmanagement (M.A.):

Donnerstag, 17. Oktober 2019, 12.00 Uhr, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2

Projektbörse

Donnerstag, 17. Oktober 2019, ab 14.00 Uhr, Hörsaal, Karl-Haußknecht-Straße 7

14.00 Uhr • Mediensoziologie, Prof. Ziemann

14.15 Uhr • Medienphilosophie, Prof. Cuntz

14.30 Uhr • Geschichte und Theorie der Kulturtechniken, Vertr.-Prof. Ladewig

14.45 Uhr • Theorie medialer Welten, Dr. Leyssen, F. Klemstein, J. Hess

15.00 Uhr • Philosophie audiovisueller Medien, Prof. Voss

15.15 Uhr • Archiv- und Literaturforschung, Prof. Paulus

15.30 Uhr • Europäische Medienkultur, Jun.-Prof. Krivanec

15.45 Uhr • Bildtheorie, Jun.-Prof. Bee

16.00 Uhr • Dozentur Film- und Medienwissenschaft, Dr. Frisch

Ab 16.15 Uhr • Vorstellung der B.A.- und M.A.-Lehrveranstaltungen des Fachbereichs Medienmanagement

Studienmodule

Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

Discourses and Practices in Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

418260003 Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

M. Maier

Vorlesung

Veranst. SWS: 2

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 22.10.2019

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. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 22.10.2019

Beschreibung

Richard Sennett (2012) 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. Auf der Grundlage der Arbeit von Richard Sennett erfolgt im Seminar eine Verbindung von Subjekt-, Gesellschafts- und Sozialtheorie. Im Kern geht es um die Fragen der Zusammenarbeit im Feld der Arbeit. Unter anderem befassen wir uns mit Kooperation, Engagement, Partizipation, Respekt, Autorität, Macht und Alltagsdiplomatie, sowie mit Fragen der Erosion und Reformation der sozialen Beziehungen in der Arbeitswelt.

Leistungsnachweis

Aktive Teilnahme, Referat und schriftliche Zusammenfassung vom Referat

Grundlagen Medienmanagement**Basics Media Management**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

2902001 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre**H. Bargstädt, B. Bode, A. Toschka**

Veranst. SWS: 2

Integrierte Vorlesung

Mi, Einzel, 11:00 - 12:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 19.02.2020 - 19.02.2020

Mi, Einzel, 11:00 - 12:30, Steubenstraße 6, Haus F - Hörsaal K20, 19.02.2020 - 19.02.2020

Mi, wöch., 17:00 - 18:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, Start der Lehrveranstaltung am 23.10.2019

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.

Die o.g. Themen mit ihren theoretischen Ansätzen werden anhand der Erstellung eines Businessplanes durch die Studierenden sowie dessen Diskussion im Rahmen der Veranstaltungen auf die Praxis angewendet.

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.

The abovementioned topics with their theoretical approaches are applied to the practice based preparation of a business plan by the students and their discussion in the context of the events.

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.*

4447520 Einführung in die Volkswirtschaftslehre

N.N.

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Fr, wöch., 11:00 - 12:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, ab 25.10.2019

Fr, wöch., 11:00 - 12:30, Steubenstraße 6, Haus F - Hörsaal K20, 15.11.2019 - 07.02.2020

Mi, Einzel, 09:00 - 10:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, Klausur, 12.02.2020 - 12.02.2020

Do, Einzel, 10:00 - 13:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal A, 1. Wiederholungsklausur 10:00-11:30 Uhr, 19.03.2020 - 19.03.2020

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: Sophia Gänßle

Leistungsnachweis

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

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

417240046 Innovation und Digitalisierung in der Musikindustrie

N.N.

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 25.10.2019 - 25.10.2019
 Sa, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 26.10.2019 - 26.10.2019
 Fr, Einzel, 09:15 - 15:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.11.2019 - 08.11.2019
 Sa, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 09.11.2019 - 09.11.2019
 Sa, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 11.01.2020 - 11.01.2020

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.

Termine werden noch bekannt gegeben.

Leistungsnachweis

Präsentation (40%) und Verschriftlichung (60%)

418260004 Internationales Management

N.N.

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 22.10.2019

Beschreibung

In dieser Vorlesung werden auf Masterniveau Grundlagen des Internationalen Managements vermittelt. Die Studierenden setzen sich in dieser Vorlesung eingehend mit dem Themengebiet der internationalen Unternehmensführung auseinander, um sich mit Anforderungen an Unternehmer*innen und Manager*innen transnationaler Unternehmen vertraut zu machen.

Bemerkung

Lehrbeauftragte: Dr. Anna Scheer

Leistungsnachweis

Klausur

Medienmanagement**Media Management**

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

419240041 Qualitative Leitfadeninterviews**C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 23.10.2019

Beschreibung

Qualitative Leitfadeninterviews haben sich in den vergangenen Jahren zu einer zentralen Erhebungsmethode für explorative, theoriegenerierende Forschung im Medienmanagement entwickelt, die explizit überraschende und nicht gezielt gesuchte Befunde generiert. Sowohl auf Seiten der Produzent*innen als auch auf Nutzer*innen-Seite versprechen qualitative Interviewverfahren erkenntnisreiche Einblicke in so unterschiedliche Gegenstandsbereiche wie Managemententscheidungen und Unternehmensstrategien oder Medienalltag und -nutzungsweisen.

Im Seminar wird erarbeitet, was qualitative Forschung im Allgemeinen auszeichnet, wie sie sich von quantitativen Erhebungsverfahren abgrenzt und wo ihre Vorzüge aber auch Herausforderungen liegen. Anschließend werden wir uns intensiv mit Qualitativen Leitfadeninterviews befassen. Die Teilnehmenden lernen die methodologischen Grundlagen kennen, reflektieren Gütekriterien, bearbeiten typische Fragestellungen und Anwendungsfälle und erwerben das zentrale methodische Rüstzeug (Erhebungs- und Auswertungstechniken) zur Durchführung eigener Leitfadeninterviews. Ziel ist es auch, Studierende auf eine entsprechende Abschlussarbeit am Fachbereich Medienmanagement vorzubereiten.

Leistungsnachweis

Referat, Hausarbeit, Mitarbeit

419240042 Unternehmerisches Handeln in der Digitalökonomie**C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 23.10.2019

Mi, Einzel, 09:00 - 18:00, 9h-Klausur, 12.02.2020 - 12.02.2020

Beschreibung

Im Zuge der Digitalisierung wird von unternehmerischem Handeln erwartet, wirtschaftliche Erneuerung und Innovation voranzutreiben. Junge Unternehmensgründungen sollen, so die Hoffnung, neue Schlüsseltechnologien kapitalisieren, den Wettbewerb dynamisieren und bisweilen ganze Branchen revolutionieren — das gilt auch für die Medienwirtschaft.

In der Veranstaltung stellen wir dieses populäre Narrativ auf die wissenschaftliche Probe. Dazu widmen wir uns zunächst grundlegenden Theorien und Erklärungsmodellen des unternehmerischen Handelns: Was meint Entrepreneurship? Was sind Voraussetzungen und Antreiber? Welche (wirtschaftlichen und darüber hinausgehenden) Effekte werden tatsächlich beobachtet? Im Besonderen vertieft werden anschließend Charakteristika von Entrepreneurship in der entstehenden Digitalökonomie: Was heißt es, unter Bedingungen von Digitalisierung und Vernetzung unternehmerisch tätig zu sein?

Die Vorlesung wendet sich ausdrücklich an alle Studierenden, die bereits gegründet haben oder am Beispiel der Digitalökonomie entsprechende Kenntnisse erwerben möchten.

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, Karl-Haußknecht-Straße 7 - Hörsaal (IT-AP), 23.11.2019 - 23.11.2019
 Sa, Einzel, 11:00 - 16:45, Karl-Haußknecht-Straße 7 - Hörsaal (IT-AP), 07.12.2019 - 07.12.2019
 Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 13.12.2019 - 13.12.2019
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Karl-Haußknecht-Straße 7 - Hörsaal (IT-AP), 14.12.2019 - 14.12.2019
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Karl-Haußknecht-Straße 7 - Hörsaal (IT-AP), 11.01.2020 - 11.01.2020
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Karl-Haußknecht-Straße 7 - Hörsaal (IT-AP), 25.01.2020 - 25.01.2020

Beschreibung

Inhalt u. a.:

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

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, Marienstraße 13 C - Hörsaal C, ab 23.10.2019

Mo, Einzel, 10:00 - 11:30, Marienstraße 13 C - Hörsaal C, Klausur, 17.02.2020 - 17.02.2020

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“**T. Schäfer**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 06.11.2019

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 24.10.2019

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

Gemeinsame Klausur mit dem Seminar "Multivariate Analysemethoden"

447538 Forschungskolloquium und Praxiswerkstatt Marktforschung**T. Janson, J. Steffl**

Veranst. SWS: 4

Seminar

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 24.10.2019

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, ab 24.10.2019

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.

Leistungsnachweis

Abschlusspräsentationen (50 %) und wissenschaftlicher Marktforschungsbericht (50 %)

447539 Multivariate Analysemethoden

T. Janson

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mo, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 21.10.2019

Mo, wöch., 13:30 - 15:00, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 1, ab 21.10.2019

Mi, Einzel, 15:00 - 16:30, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 2, Tutorium, 22.01.2020 - 22.01.2020

Di, Einzel, 15:00 - 16:30, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 2, Tutorium, 28.01.2020 - 28.01.2020

Mi, Einzel, 15:00 - 16:30, Steubenstraße 6a, Haus D - Pool 2, Tutorium, 05.02.2020 - 05.02.2020

Fr, Einzel, 09:00 - 10:00, 07.02.2020 - 07.02.2020

Di, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, Klausur Pool-Raum 128, Bauhausstr. 11 Pool 1, Steubenstr. 6a, Haus D Pool 2, Steubenstr. 6a, Haus D, 11.02.2020 - 11.02.2020

Di, Einzel, 11:00 - 12:30, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, 1. Wiederholungsklausur, 17.03.2020 - 17.03.2020

Beschreibung

In diesem Seminar werden verschiedene multivariate Analysemethoden, die für die Analyse medienwirtschaftlicher Fragestellungen von zentraler Bedeutung sind, vorgestellt und angewendet. Behandelt werden u.a.

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.

Leistungsnachweis

Gemeinsame Klausur mit der Vorlesung "Empirische Marktforschung"

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 005, ab 22.10.2019

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 005, ab 22.10.2019

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 22.10.2019

Mo, Einzel, von 10:00, Klausur im HS C, Marienstr. 13 C, 17.02.2020 - 17.02.2020

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“

T. Schäfer

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 004, ab 07.11.2019

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

Do, Einzel, 09:00 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Str. 2, 17.10.2019 - 17.10.2019

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 17.10.2019, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 02.10.2019 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

Master-Kolloquium Medienmanagement

M. Maier

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 09:00 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Str. 2, 17.10.2019 - 17.10.2019

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 17.10.2019, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 02.10.2019 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, 09:00 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Str. 2, 17.10.2019 - 17.10.2019

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 17.10.2019, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 02.10.2019 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, 09:00 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Str. 2, 17.10.2019 - 17.10.2019

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 17.10.2019, 9:00 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 02.10.2019 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

Wahlmodule