

Modulbezeichnung	<b>Media Economics (deleted:Sun Jun 20 16:05:52 +0200 2010)</b>								
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. H. Kubicek								
Modulart	Pflicht/Wahl <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>								
Spezialisierungsbereich									
Dauer des Moduls	1 Semester								
Kreditpunkte	6 CP								
Arbeitsaufwand	<table> <tr> <td>Berechnung des Workloads</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Präsenz</td> <td>56 h</td> </tr> <tr> <td>Übungsbetrieb/Prüfungsvorbereitung</td> <td>124 h</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>180 h</td> </tr> </table>	Berechnung des Workloads		Präsenz	56 h	Übungsbetrieb/Prüfungsvorbereitung	124 h	Summe	180 h
Berechnung des Workloads									
Präsenz	56 h								
Übungsbetrieb/Prüfungsvorbereitung	124 h								
Summe	180 h								
Turnus des Moduls	i. d. R. angeboten alle 2 Jahre								
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine <input type="checkbox"/> Folgende Formale Voraussetzungen: 800.03								
Lehr- und Lernformen	Seminar <input type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Tutorium <input checked="" type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/>								
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Kenntnis der Medienwirtschaft</li> <li>• Verständnis der wirtschaftlichen Aspekte von digitalen Medien</li> <li>• Fähigkeit zur Planung eines wirtschaftlich aussichtsreichen Medienprojekts</li> <li>• Entwicklung von Kooperations- und Kommunikationsfähigkeiten durch gemeinsame Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> <li>• Selbständige Erarbeitung eines Businessplans für ein konkretes Fallbeispiel</li> <li>• Präsentationsfähigkeiten durch Vorstellung des Businessplans im Plenum</li> </ul>								
Lerninhalte	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medien und Medienwirtschaft</li> <li>2. Grundlagen der Branchenanalyse (Industrial Analysis)</li> <li>3. Analyse ausgewählter Branchen (Film, Fernsehen, Musik)</li> <li>4. Geschäftsmodelle und Businesspläne</li> </ol> <p>Insbesondere werden folgende theoretisch/methodische Grundlagen im Zusammenhang mit den Branchenanalysen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markttheorien</li> <li>• Theorien der Marktmacht und -konzentration</li> <li>• Methoden der Marktabgrenzung ("relevanter Markt", betriebswirtschaftlich und kartellrechtlich)</li> <li>• Methoden der statistischen Konzentrationsmessung</li> </ul>								
Prüfungsformen	i.d.R. Bearbeitung einer Branchenanalyse und eines Businessplans in Gruppenarbeit								
Literatur	[1] Alan B. Albarran: Media Economics. Iowa State Press 2002 [2] Bernd W. Wirtz: Medien- und Internetmanagement. 2. Aufl. 2002								