

41 Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik Media Economics and Communication Policies	
Semester	Wahlpflichtbereich
Dauer (Semester)	einsemestrig
Credit Points	5
Pflicht/ Wahlpflicht	Wahlpflicht
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	Jedes Semester nach Bedarf der VFH-Hochschulen
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dorina Gumm, Technische Hochschule Lübeck
Lerngebiet	Vertiefung klassische und digitale Medien
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	<p>Nach der Bearbeitung des kompletten Studienmoduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die einzelnen Medienmärkte zu charakterisieren; • die Grundzüge der Kommunikationspolitik zu benennen; • wesentliche betriebswirtschaftliche Grundlagen zu erklären; • Marktentwicklungen in einzelnen Branchenzweigen zu analysieren; • das Nutzungsverhalten für verschiedene Medienprodukte einzuschätzen; • anhand des erworbenen Wissens, Rückschlüsse auf aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen ziehen - in der Medienbranche einerseits und auf medienpolitische Änderungen andererseits.
Prüfungsvorleistung	Pflicht-Präsenzteilnahme (4 x 45 Minuten)
Medien-/ Lernform	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Chat, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphasen
Arbeitsaufwand	<p>Präsenzteilnahme: ca. 3 h Prüfung: 120 Minuten Selbststudium: 101 h Betreutes Lernen: 37 h Vorbereitung PVL: 12 h</p>
Präsenzart	erfordert physische Anwesenheit
Präsenzinhalte	Klären von inhaltlichen Fragen
Prüfungsform	Klausur (120 min.) oder ggf. mündliche Prüfung

Literatur	<p>Beck, Klaus (2018): Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Springer VS</p> <p>Beyer, Andrea; Carl, Petra (2012): Einführung in die Medienökonomie. 3., überarb. Aufl. Konstanz: UVK (UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft, 2574).</p> <p>Kappes, Christoph; Krone, Jan; Novy, Leonard (Hg.) (2017): Medienwandel kompakt 2014-2016. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Schumann, Matthias; Hess, Thomas; Hagenhoff, Svenja (2014): Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung. 5., überarb. Aufl. Berlin: Springer Gabler (Springer-Lehrbuch).</p>
Vertiefungsrichtung	Digitale Medien
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch angeboten

Studieninhalte
<p>Das Modul bietet einen umfassenden Überblick über die Medienbranche und deren politisches Spannungsfeld. Vermittelt werden zunächst einzelne Schwerpunkte der Kommunikationspolitik und der Betriebswirtschaftslehre. Diese werden in den darauffolgenden Kapiteln jeweils anhand einzelner Medienprodukte (Print, Rundfunk und Internet) vertieft.</p> <p>Themengebiete</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Einführung • Einführung in die Kommunikationspolitik • Einführung in die BWL der Medienmärkte • Print: Das Buch • Print: Bibliothekswesen • Print: Zeitungen und Zeitschriften • Der Rundfunk • Musik- und Filmwirtschaft • Internet und E-Commerce