

Modulhandbuch
Bachelorstudiengang Medienmanagement
(Entwurf vom 27.02.13)

Universität Siegen
Philosophische Fakultät

Inhalt

MM-M 1	Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen.....	3
MM-M 2	Medienmanagement.....	5
MM-M 3	Besondere Themenfelder des Medienmanagements	7
MM-M 4	Medienrecht.....	9
MM-M 5	Seminar zum Medienmanagement	11

Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen					
Kennnummer MM-M 1	Workload 270 h	Credits 9 LP	Studien- semester 1.1: 1. Sem. 1.2: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots 1.1: WiSe 1.2: SoSe	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1.1 Einführung in die Volkswirtschaftslehre 1.2 Medienbetriebslehre	Kontaktzeit 22,5 h / 2 SWS 22,5 h / 2 SWS	Selbststudium 225 h	geplante Grup- pengröße k.A.	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>1.1 Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</u> Die Studierenden können grundlegende Konzepte der Volkswirtschaftslehre auf einfache Fragestellungen anwenden und mit volkswirtschaftlicher Terminologie arbeiten, Basismethoden der Volkswirtschaftslehre wie Ceteris-paribus-Klausel u.ä. bei der Erörterung einfacher volkswirtschaftlicher Modelle anwenden. Zudem können sie grundlegende Probleme einzelwirtschaftlichen Handelns mit dem Instrumentarium der Mikroökonomie behandeln, die Konsumentscheidungen privater Haushalte erklären, wohlfahrtstheoretische Analysen erstellen, intertemporale Entscheidungen analysieren und modellieren und die wichtigsten Begriffe der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung zur Beschreibung von Volkswirtschaften verwenden, grundlegende Fragen der Stabilisierungspolitik mit Hilfe makroökonomischer Modelle bearbeiten, Wirtschaftspolitische Zielkonflikte aufzeigen und analysieren. <u>1.2 Medienbetriebslehre:</u> Die Studierenden sollen einen Überblick über die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Grundlagen für unternehmerische Entscheidungen im Medienbereich erhalten. Übergeordnetes Ziel ist die Vermittlung der Fähigkeit zu ökonomischem, an Wirtschaftlichkeitskriterien ausgerichtetem Denken. Sie werden mit den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Funktionsfeldern vertraut gemacht und in die Lage versetzt, Ansätze und Modelle, die in der Regel für Industriebetriebe entwickelt wurden, auf Medienunternehmungen zu übertragen und gegebenenfalls anzupassen. Die Studierenden sollen verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Problemstellungen in Zusammenhang mit den Besonderheiten der Erstellung und des Vertriebs von Medienprodukten und -dienstleistungen entstehen können und welche Lösungsansätze dafür in Frage kommen.				
3	Inhalte <u>1.1 Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</u> - Opportunitätskosten - Marginalanalyse - Kreislaufanalyse - Angebot und Nachfrage - Preisbildung - Außenhandel - Beschäftigung - Inflation - Wirtschaftspolitik <u>1.2 Medienbetriebslehre</u> Gegenstand dieses Modulelements ist die Vermittlung von Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, wobei betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Lösungen auf die Bedingungen des Erfahrungsobjektes der Unternehmungen in der Medienbranche übertragen werden. Folgende Themen werden behandelt: Medienbetriebslehre als betriebswirtschaftliche Disziplin; Grundlagen wirtschaftlichen Handelns; besondere Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen; Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln; betriebliche Leistungserstellung; Absatz von Gütern und Dienstleistungen (Marketing); Organisation der Unternehmung; Personalwirtschaft der Unternehmung.				
4	Lehrformen Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen formal: keine inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen				

	Studienleistung in Modulelement MM-M 1.1: Klausur (60 Minuten) Prüfungsleistung in Modulelement MM-M 1.2: Klausur (90 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen, mindestens mit ausreichend bewertete Klausuren in den beiden Modulelementen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote Modulnoten gehen nach den jeweils zu Grunde liegenden LP gewichtet in die Gesamtnote ein und haben zusammen eine Gewichtung von 80 %.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Schlösser/Eigler
11	Sonstige Informationen Pflichtmodul Für die regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie die mit mindestens ausreichend bestandene Klausur in dem Modul MM-M 1.1 werden jeweils 3 LP vergeben (Studienleistungen). Weitere 3 LP werden für die erfolgreich bestandene Klausur in dem Modul MM-M 1.2 vergeben (Prüfungsleistung). Maßgebend für die Modulnote ist die Note der Prüfungsklausur in dem Modul MM-M 1.2 (s. „Prüfungsformen“)

Medienmanagement					
Kennnummer MM-M 2	Workload 270 h	Credits 9 LP	Studien- semester 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2.1 Strategien von Medienunternehmungen 2.2 Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung von Spielfilmen	Kontaktzeit 22,5 h / 2 SWS 22,5 h / 2 SWS	Selbststudium 225 h	geplante Gruppengröße k.A.	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>2.1: Strategien von Medienunternehmungen</u> Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Grundlagenwissen über das strategische Management auf die Besonderheiten von Unternehmungen, die in der Medienbranche tätig sind, zu übertragen. Ziel ist es, vor dem Hintergrund der Entwicklungen in der Medienbranche (Interneteinfluss, Konvergenz der TIME-Sektoren) und in Abhängigkeit von den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen Strategieoptionen für Medienunternehmungen (Gesamtunternehmensstrategien, Bereichsstrategien, funktionale Strategien) kritisch beurteilen zu können. <u>2.2: Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung von Spielfilmen</u> Den Studierenden sollen Grundkenntnisse auf dem Gebiet der Filmwirtschaft vermittelt werden, um darauf aufbauend mit den Besonderheiten der Finanzierung von Spielfilmprojekten vertraut zu werden. Dazu wird Grundlagenwissen auf dem Gebiet der Finanzierung (Formen und Methoden) vermittelt und deren Eignung für die besonderen Anforderungen der privaten Filmprojektfinanzierung untersucht. Darüber hinaus sollen die Studierenden einen Überblick über die Struktur und die Formen der staatlichen Filmförderung erlangen.				
3	Inhalte <u>2.1 Strategien von Medienunternehmungen</u> - Besondere Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen; - Ziele von Unternehmungen der Medienbranche; - Grundlagen des strategischen Management (Marktorientierter Ansatz, Ressourcenorientierte Strategielehre); - Überblick über Rahmenbedingungen, Wertschöpfungsketten und Entwicklungen in den wichtigsten Medienbereichen (Print, Rundfunk, Film und Video/DVD, Musik, Online-medien); - Strategieoptionen von Unternehmungen der Medienbranche. <u>2.2 Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung von Spielfilmen</u> - Grundlagen der Filmwirtschaft, der Filmproduktion und des Filmvertriebs; - Grundlagen der Finanzierung: Begriff, Ziele, Innen- und Außenfinanzierungsformen, Chancen und Risiken, Finanzplan; - Formen und Instrumente der privaten Filmfinanzierung als Projektfinanzierung; - Filmfonds als Finanzierungsinstrument für Spielfilmproduktionen; - staatliche Filmfinanzierung durch Filmförderung des Bundes und der Länder sowie der EU.				
4	Lehrformen Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen formal: keine inhaltlich: M 1.2 Medienbetriebslehre				
6	Prüfungsformen Klausur (90 Minuten) über die Inhalte des gesamten Moduls.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Die Klausur zu den oben genannten Lehrveranstaltungen muss mindestens ausreichend sein.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BSc. BWL				
9	Stellenwert der Note für die Endnote Modulnoten gehen nach den jeweils zu Grunde liegenden LP gewichtet in die Gesamtnote ein				

	und haben zusammen eine Gewichtung von 80 %.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Eigler
11	Sonstige Informationen Pflichtmodul Für die regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen werden jeweils 3 LP vergeben (Studienleistungen). Weitere 3 LP werden für die erfolgreich bestandene Modulklausur vergeben (Prüfungsleistung). (s. „Prüfungsformen“)

Besondere Themenfelder des Medienmanagements					
Kennnummer MM-M 3	Workload 270 h	Credits 9 LP	Studiensemester 3.1.: 4. Sem. 3.2.: 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots 3.1.: SoSe 3.2.: WiSe	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 3.1 Gründungsmanagement Medien – Die Medien als Chance für Existenzgründer 3.2 Marketing		Kontaktzeit 22,5 h / 2 SWS 22,5 h / 2 SWS	Selbststudium 225 h	geplante Gruppengröße k.A.
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>3.1 Gründungsmanagement Medien – Die Medien als Chance:</u> Die Studierenden sollen ermutigt werden, aus dem Bachelorstudiengang heraus eine berufliche Existenz zu gründen. <u>3.2 Marketing</u> Die Studierenden lernen das moderne Marketing als eine marktorientierte Unternehmensführung kennen. Sie können auf der Grundlage des entscheidungsorientierten Ansatzes unter Berücksichtigung der Marketing-Ziele und der Marketing-Situation Marketing-Entscheidungen treffen. Sie kennen die Grundprobleme und ausgewählte methodische Ansätze im Bereich der Marktforschung und Prognose, des Einsatzes der Leistungs-, Preis- und Konditionen-, Kommunikations- und der Distributionspolitik sowie der Koordination der Marketing-Entscheidungen. Durch die Anwendung ausgewählter Entscheidungsmodelle trainieren sie sowohl ihre Problemlösungsfähigkeit als auch ihre Methodenkompetenz.				
3	Inhalte <u>3.1 Gründungsmanagement Medien – Die Medien als Chance für Existenzgründer</u> Das Modul befasst sich mit Fragestellungen und Problemen des Managements von Unternehmen, die in der Medienbranche tätig sind. Dabei werden Grundlagen des strategischen Managements vermittelt und auf die Besonderheiten von Medienunternehmen übertragen. Die Studierenden lernen dabei, welche betriebswirtschaftlichen Problemstellungen sich aus den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen ergeben und welches für Medienunternehmen typische, innovative Problemlösungen sind. Ziel ist das Angebot eines Qualifizierungsmoduls zur Förderung von Existenzgründungen aus dem Bachelorstudiengang heraus. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Behandlung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen der Unternehmensgründung. Inhaltlich steht dabei die Übertragung von Ansätzen, Methoden und Erkenntnissen der Gründungsforschung auf den Bereich der Medienwirtschaft im Vordergrund. Die Studierenden sollen erkennen können, welche besonderen Gründungsprobleme die erfolgreiche Erstellung und Vermarktung von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen aufwirft und wie vor diesem Hintergrund die Eignung gängiger Methoden und Konzepte des Gründungsmanagement zu bewerten ist. Insgesamt zielt die Veranstaltung darauf ab, die Studierenden von der Attraktivität der Selbstständigkeit im Medienbereich als berufliche Alternative zu überzeugen und ihnen hierfür das betriebswirtschaftliche Know-how zu vermitteln, das ihnen als potenzielle Gründer hilft, eine Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen. Relevant sind folgende Themen: Chance für Existenzgründer in der Medienbranche; Gründungsarten und Gründungsprozess; Erfolgsfaktoren einer Unternehmensgründung im Medienbereich; betriebswirtschaftliches Gründungs-Know-how (Grundbegriffe und Kennzahlen, Marketing); Finanzierung (Venture Capital, Förderprogramme sowie Risikomanagement); Organisation und Personal für Gründer im Medienbereich; Wachstumsstrategien und Fehler bei der Wachstumsbewältigung; Businessplan „Medien“; Marketing-Mix und Medieneinsatz; Gründungsprozess an einem Beispiel aus der Praxis. <u>3.2 Marketing</u> Beschreibung, Erklärung und Gestaltung von Absatzprozessen: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Absatzpolitik; - Leistungspolitik; - Distributionspolitik; - Kommunikationspolitik; - Preis- und Konditionenpolitik; - Koordination der Marketing-Entscheidungen 				
4	Lehrformen Das Modul besteht aus zwei Vorlesungen, von denen das Modulelement 3.2 mit einer Übung				

	begleitet wird.
5	Teilnahmevoraussetzungen formal: keine inhaltlich: M 1.2. Medienbetriebslehre
6	Prüfungsformen Studienleistung in Modulelement MM-M 3.1: Klausur (60 Minuten) Prüfungsleistung in Modulelement MM-M 3.2: Klausur (90 Minuten) sowie eine Projektarbeit und eine Synopse
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfungs- und Studienleistungen und regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) M 3.2 und M 3.3.: BSc. BWL
9	Stellenwert der Note für die Endnote Modulnoten gehen nach den jeweils zu Grunde liegenden LP gewichtet in die Gesamtnote ein und haben zusammen eine Gewichtung von 80 %.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Eigler/Schramm-Klein
11	Sonstige Informationen Pflichtmodul Für die regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie die mit mindestens ausreichend bestandene Klausur in dem Modul MM-M 3.1 werden jeweils 3 LP vergeben (Studienleistungen). Weitere 3 LP werden für die erfolgreich bestandene Klausur in dem Modul MM-M 3.2 vergeben (Prüfungsleistung). Maßgebend für die Modulnote ist die Note der Prüfungsklausur in dem Modul MM-M 3.2 (s. „Prüfungsformen“)

Medienrecht					
Kennnummer MM-M 4	Workload 270 h	Credits 9 LP	Studien- semester 4.1.: 4. Sem. 4.2.: 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots 4.1.: SoSe 4.2.: WiSe	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4.1 Medienverfassungsrecht I: Medienverfassungsrecht 4.2 Medienrecht II: Recht der Wort- und Bildberichterstattung sowie Grundzüge des Urheberrechts		Kontaktzeit 22,5 h / 2 SWS 22,5 h / 2 SWS	Selbststudium 225 h	geplante Grup- pengröße k.A.
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>4.1 Medienverfassungsrecht I: Medienverfassungsrecht</u> Die Studierenden sollen Grundkenntnisse in zentralen Fragen des Medienverfassungsrechts erwerben, die wichtigsten aktuellen Herausforderungen dieses Rechtsgebiets sowie die inzwischen vorhandenen rechtlichen Instrumente verstehen und das Lösen einfacher medienrechtlicher Fälle erlernen. <u>4.2 Medienrecht II: Recht der Wort- und Bildberichterstattung sowie Grundzüge des Urheberrechts</u> Die Studierenden sollen Grundkenntnisse in zentralen Fragen des privaten Medienrechts, insbesondere im Recht der Wort- und Bildberichterstattung erwerben, die wichtigsten aktuellen Herausforderungen dieses sich rasch entwickelnden Rechtsgebiets sowie die inzwischen vorhandenen rechtlichen Instrumente verstehen und das Lösen einfacher medienrechtlicher Fälle erlernen.				
3	Inhalte <u>4.1 Medienverfassungsrecht I: Medienverfassungsrecht</u> <ul style="list-style-type: none"> - Begriff, Reichweite und geschichtliche Entwicklung des Medienrechts als Rechtsgebiet - Bedeutung der Medien im Kommunikationsprozess - Die Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 GG als „Verfassung“ des Medienrechts (Meinungsfreiheit, Pressefreiheit, Rundfunkfreiheit, Filmfreiheit) - Zensurverbot - Rahmenbedingungen für Kunstschaffende (Kunsthfreiheit) - Gegenrechte: Verfassungsrechtlicher Schutz der Betroffenen (Menschenwürde, Allgemeines Persönlichkeitsrecht) - Bedeutung der Verfassung für den Schutz privatrechtlich agierender Medienakteure (Drittwirkung der Grundrechte) - Jugendmedienschutz - Einfluss des Europarechts - Bedeutung der EMRK und der Entscheidungen des EGMR <u>4.2 Medienrecht II: Recht der Wort- und Bildberichterstattung sowie Grundzüge des Urheberrechts</u> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kommunikationsfreiheiten und ihr Einfluss auf das zivilrechtliche Medienrecht - Äußerungsrecht i.w.S. - Das Recht am eigenen Bild - Die Einwilligung Betroffener in die Berichterstattung - Schutz der Betroffenen durch das allgemeine Persönlichkeitsrecht, insb. Recht der persönlichen Ehre, Schutz der Privat- und Intimsphäre, Schutz der Anonymität etc. - Das zivilrechtliche Schutzsystem (Unterlassungsanspruch, Gegendarstellungsanspruch, Widerrufsanspruch, Schadensersatzanspruch, Anspruch auf Geldentschädigung) - Urheberrecht und Medien – Schutz von Medieninhalten; Urheberrecht und Filmschaffen; Schranken des Urheberrechts zugunsten von Medienschaffenden 				
4	Lehrformen Vorlesung				

5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Modulabschlusslausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Studien- und Prüfungsleistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote Modulnoten gehen nach den jeweils zu Grunde liegenden LP gewichtet in die Gesamtnote ein und haben zusammen eine Gewichtung von 80 %.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Klass
11	Sonstige Informationen Pflichtmodul Für die regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen werden jeweils 3 LP vergeben (Studienleistungen). Weitere 3 LP werden für die erfolgreich bestandene Modulklausur vergeben (Prüfungsleistung). (s. „Prüfungsformen“)

Seminar zum Medienmanagement					
Kennnummer MM-M 5	Workload 270 h	Credits 9 LP	Studien- semester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 5.1 Seminar zum Medien- management 5.2 Kolloquium	Kontaktzeit 22,5 h / 2 SWS 22,5 h / 2 SWS	Selbststudium 225 h	geplante Grup- pengröße k.A.	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen in dem Seminar dazu angehalten werden, sich sowohl schriftlich in Form einer wissenschaftlichen Ansprüchen genügenden Seminararbeit sowie mündlich in Form einer Präsentation mit anschließender Diskussion mit einem aktuellen Thema des Medienmanagements auseinanderzusetzen. Der besondere Schwerpunkt liegt je Sitzung in der kritischen Reflektion von Problemstellungen und -lösungen auf den Gebieten des Medienmanagements. Nebenziele sind die Vermittlung von Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens, der Präsentation der Ergebnisse und deren Diskussion.				
3	Inhalte In jeder Seminarsitzung wird ein aktuelles Thema auf dem Gebiet des Medienmanagements behandelt. Der Seminarplan sowie die Anmelde- und Teilnahmemodalitäten werden zum Ende des vorangehenden Semesters bekannt gegeben. Ebenfalls zum Ende des vorangehenden Semesters findet eine obligatorische Einführungsveranstaltung statt. Im Kolloquium haben die Studierenden die Gelegenheit, sich in Arbeitsgruppen einem Thema anzunähern und eine Präsentation auszuarbeiten, die am Ende des Kolloquiums präsentiert wird.				
4	Lehrformen Seminar, Kolloquium, Arbeitsgruppen				
5	Teilnahmevoraussetzungen formal: keine inhaltlich: M 1, M 2, M 3				
6	Prüfungsformen Prüfungsleistung: Hausarbeit über die Inhalte des Modulelements 5.1. Studienleistung: Diskussion im Kolloquium				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Studien- und Prüfungsleistung mit mindestens ausreichend sowie regelmäßige, erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein				
9	Stellenwert der Note für die Endnote Modulnoten gehen nach den jeweils zu Grunde liegenden LP gewichtet in die Gesamtnote ein und haben zusammen eine Gewichtung von 80 %.				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Eigler				
11	Sonstige Informationen Pflichtmodul Für die regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie eine mindestens ausreichende Leistung in der Diskussion (Modul MM-M 5.2) werden jeweils 3 LP vergeben (Studienleistungen). Weitere 3 LP werden für die Hausarbeit vergeben (Prüfungsleistung). In den Veranstaltungen herrscht Anwesenheitspflicht. (s. „Prüfungsformen“)				