

Amtliche Mitteilungen

Datum 27. April 2023

Nr. 17/2023

Inhalt:

**Vierte Ordnung zur Änderung
der Fachprüfungsordnung (FPO-M)
für das Fach**

Management und Märkte (MM)

im Masterstudium

**an der
Universität Siegen**

Vom 27. April 2023

**Vierte Ordnung zur Änderung
der Fachprüfungsordnung (FPO-M)
für das Fach**

Management und Märkte (MM)

im Masterstudium

**an der
Universität Siegen**

Vom 27. April 2023

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz –HG) vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547), zuletzt geändert durch Gesetz vom 30. Juni 2022 (GV. NRW. S. 780b), hat die Universität Siegen die folgende Änderungsordnung erlassen:

Die Änderungen in der Ordnung betreffen

- Artikel 2 „Regelungen für den 1-Fach-Studiengang Management und Märkte“
- Artikel 5 „Fachübergreifend angebotene Exportmodule“,
- Anlage 2: „Liste der Wahlpflichtmodule gemäß Artikel 2 § 8“,
- Anlage 3: „Modulbeschreibungen zu Artikel 2“ und
- Anlage 4: „Modulbeschreibungen der Module, die nur zum Export angeboten werden gemäß Artikel 5“.

Artikel 1

Die Fachprüfungsordnung (FPO-M) für das Fach Management und Märkte (MM) im Masterstudium an der Universität Siegen vom 30. August 2019 (Amtliche Mitteilung 28/2019), zuletzt geändert durch die Dritte Ordnung zur Änderung der Fachprüfungsordnung (FPO-M) für das Fach Management und Märkte (MM) im Masterstudium an der Universität Siegen vom 20. Dezember 2021 (Amtliche Mitteilung 85/2021), wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 wird wie folgt geändert:

a) § 8 Absatz 7 Satz 3 wird wie folgt gefasst:

„Im Rahmen der Wahlpflichtmodule 3MMMA010 „Spezielle Aspekte des MM“, 3MMMA013 „Selected Topics in Economic Policy“ und 3MMMA014 „Current Topics in Economic Policy for MM“ können über die o.g. Lehrformen hinausgehende Lehrformen zur Anwendung kommen.“

b) § 9 Absatz 1 Satz 2 wird wie folgt gefasst:

„Im Rahmen der Wahlpflichtmodule 3MMMA010 „Spezielle Aspekte des MM“, 3MMMA013 „Selected Topics in Economic Policy“ und 3MMMA014 „Current Topics in Economic Policy for MM“ können über die o.g. Prüfungsformen hinausgehende Prüfungsformen zur Anwendung kommen.“

2. Artikel 5 wird wie folgt geändert:

a) Satz 1 wird wie folgt gefasst:

„Das Fach Management und Märkte (MM) bietet fachübergreifend die folgenden Module nur zum Export an (s. Anlage 4):“

b) Der Tabelle werden folgende Zeilen angefügt:

Nr.	Modultitel
3MMMAEX002	Unternehmensführung und Medienmanagement (9 LP)
3MMMAEX003	Management neuer Medien (9 LP)
3MMMAEX004	Besondere Themenfelder des Medienmanagement (9 LP)

3. Anlage 2 wird wie folgt geändert:

a) Die Tabellenzeile zu Modul 3CRMMA012 „Leistungswirtschaftliche Unternehmensführung“ wird gestrichen.

b) Nach der Tabellenzeile zu Modul 3EPMA020 „International Economic Policy“ wird die folgende Tabellenzeile eingefügt:

Nr.	Modultitel	SL	PL	LP	Verweis auf Modulbeschreibung
3EPMA032	Markets and Strategies I	0	1	9	FPO-MEP

c) Nach der Tabellenzeile zu Modul 3VWLBA005 „Mikroökonomik II“ wird die folgende Tabellenzeile eingefügt:

Nr.	Modultitel	SL	PL	LP	Verweis auf Modulbeschreibung
3EPMA006	Social Policy	0	1	6	FPO-MEP

d) Der Tabelle werden folgende Tabellenzeilen angefügt:

Nr.	Modultitel	SL	PL	LP	Verweis auf Modulbeschreibung
3MMMA014	Current Topics in Economic Policy for MM	0-2	1	6	Anlage 3
3EPMA032	Markets and Strategies I	0	1	9	FPO-MEP

4. Anlage 3 wird wie folgt geändert:

- a) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA001 „Personalmanagement“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte MA Entrepreneurship and SME Management MA Accounting, Auditing and Taxation MA Deutsches und Europäisches Wirtschaftsrecht MA Psychologie MA Medien und Gesellschaft
--	--

- b) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA002 „New Media Management“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte MA Entrepreneurship and SME Management MA Deutsches und Europäisches Wirtschaftsrecht MA Wirtschaftsingenieurwesen
--	--

- c) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA003 „Marketing und Handel“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte MA Deutsches und Europäisches Wirtschaftsrecht MA Wirtschaftsingenieurwesen MA Medien und Gesellschaft
--	--

- d) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA004 „Innovation und Kommunikation“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte MA Wirtschaftsingenieurwesen
--	--

- e) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA005 „Management und Märkte“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

- f) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA005 „Management und Märkte“ wird aufgehoben.

- g) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA007 „Seminar MM“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

- h) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA007 „Seminar MM“ wird aufgehoben.

- i) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA009 „MM Forschungsprojekt“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

- j) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA009 „MM Forschungsprojekt“ wird aufgehoben.

k) Die Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA010 „Spezielle Aspekte des MM“ wird wie folgt geändert:

aa) In der Zeile „Qualifikationsziele“ Satz 1 wird das Wort „Module“ durch das Wort „Modul“ ersetzt.

bb) Die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

cc) Die Zeile „Voraussetzungen für die Teilnahme“ wird wie folgt gefasst:

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: Keine Inhaltlich: Keine
--	------------------------------------

l) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA010 „Spezielle Aspekte des MM“ wird aufgehoben.

m) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA012 „Mitbestimmung und Betriebsratsarbeit“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

n) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA012 „Mitbestimmung und Betriebsratsarbeit“ wird aufgehoben.

o) Die Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA013 „Selected Topics in Economic Policy for MM“ wird wie folgt geändert:

aa) In der Zeile „Studienleistungen“ wird Satz 2 wie folgt gefasst:

„Sofern eine Studienleistung vorgesehen ist, geben die Lehrenden Form und Umfang der Studienleistung zu Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt.“

bb) Die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

cc) Die Zeile „Voraussetzungen für die Teilnahme“ wird wie folgt gefasst:

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: Keine Inhaltlich: Keine
--	------------------------------------

p) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA013 „Selected Topics in Economic Policy for MM“ wird aufgehoben.

q) Nach der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA013 „Selected Topics in Economic Policy for MM“ wird folgende Modulbeschreibung eingefügt:

Nr.	3MMMA014
Modultitel	Current Topics in Economic Policy for MM
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Moduldauer	1-2
Angebotshäufigkeit	unregelmäßig
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
LP	6
SWS	
Präsenzstudium	

Selbststudium			
Workload	180		
Lehr- und Lernform	ggf. Veranstaltungen/Modulelemente	Gruppengröße	SSWS
Die Lehrformen entsprechen denen des gewählten Moduls.		54	
Leistungen	Form	Dauer/Umfang	
Prüfungsleistungen	Eine Prüfungsleistung. Form und Umfang der Prüfungsleistung werden spätestens vier Wochen nach Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt gegeben. Welche Prüfungsleistung konkret zu erbringen ist, hängt von den jeweils zu prüfenden Kompetenzen ab.		
Studienleistungen	Bis zu zwei Studienleistungen. Sofern eine Studienleistung vorgesehen ist, geben die Lehrenden Form und Umfang der Studienleistung zu Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt.		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können ein volkswirtschaftswissenschaftliches Modul entsprechend ihren individuellen Schwerpunkten auswählen. Das Modul bietet die Möglichkeit, Kenntnisse aus anderen Disziplinen zu erlernen, die in einem interdisziplinären Forschungs- oder Praxiskontext mit VWL-Studienelementen kombinierbar sind und zur Vertiefung bzw. Spezialisierung im Bereich VWL beitragen.		
Inhalte	Als Modul „Current Topics in Economic Policy for MM“ kann einmalig ein Modul aus dem Modulkatalog „Current Topics in Economic Policy for MM“ gewählt werden. Der Inhalt richtet sich nach den belegbaren Modulen. Es werden Module im Umfang von 6 Leistungspunkten aus dem Master Economic Policy angeboten, die volkswirtschaftliche Studienelemente beinhalten, die in einem VWL-Kontext Anwendung finden. Der Modulkatalog wird jedes Semester spätestens 1 Semester vor Vorlesungsbeginn online im Vorlesungsverzeichnis veröffentlicht.		
Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: Keine Inhaltlich: Keine		
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Bestandene Prüfungsleistung Sofern eine Studienleistung verlangt wird, ist das Bestehen der Studienleistung Voraussetzung für die Vergabe der LP.		

- r) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMA008 „Masterarbeit MM“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Management und Märkte
--	--------------------------

- s) Die Tabelle „Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen“ zu Modul 3MMMA008 „Masterarbeit MM“ wird aufgehoben.

5. Anlage 4 wird wie folgt geändert:

- a) In der Modulbeschreibung zu Modul 3MMMAEX001 „Marketing und Handel im Lehramt“ wird die Zeile „Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen“ wie folgt gefasst:

Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MEd Wirtschaftswissenschaft im Lehramt für Berufskollegs Modell B (BK-B) in Verbindung mit einer zugeordneten Kleinen beruflichen Fachrichtung
--	--

b) Der Anlage 4 werden folgende Modulbeschreibungen angefügt:

„

Nr.	3MMAEX002		
Modultitel	Unternehmensführung und Medienmanagement		
Pflicht/Wahlpflicht	P		
Moduldauer	1		
Angebotshäufigkeit	WiSe		
Lehrsprache	Deutsch/Englisch		
LP	9		
SWS	4		
Präsenzstudium	60		
Selbststudium	210		
Workload	270		
Lehr- und Lernform	ggf. Veranstaltungen/Modulelemente	Gruppen- größe	SWS
Vorlesung mit integrierter Übung	Gründungsmanagement Medien- Methoden und Konzepte	20	2
Seminar	Unternehmensführung und Medienmanagement	20	2
Leistungen	Form		Dauer/U- mfang
Prüfungsleistungen	Gesamtprüfungsleistung bestehend aus den Prüfungselementen: Hausarbeit (Gewichtung 60-100%) und Präsentation (Gewichtung 40-100%). Der konkrete Umfang der Prüfungsleistung und die Gewichtung der Prüfungselemente werden spätestens vier Wochen nach Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt gegeben.		20 Seiten, 30 Minuten
Studienleistungen	Klausur		60 Minuten
Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen anhand ausgewählter aktueller Themenstellungen zum Marketing, zur Unternehmensführung und zum Medienmanagement lernen, diese anhand der relevanten Literaturbeiträge selbstständig zu erfassen, kritisch zu würdigen und Problemlösungen zu erarbeiten. Ein Thema soll vertieft für die Anfertigung einer Hausarbeit und einen darauf aufbauenden Vortrag mit anschließender Diskussion bearbeitet werden. Ferner lernen die Studierenden Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens kennen.		
Inhalte	Gründungsmanagement Medien – Methoden und Konzepte: Ziel ist das Angebot eines Qualifizierungsmoduls zur Förderung von Existenzgründungen aus dem Masterstudiengang heraus. Die Behandlung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen im Zuge der Unternehmensgründung und die Übertragung von Ansätzen, Methoden und Erkenntnissen der Gründungsforschung auf den Bereich der Medienwirtschaft stehen im Vordergrund. Die Studierenden sollen erkennen, 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		

	<p>Gründungsmanagement zu bewerten ist. Insgesamt zielt die Veranstaltung darauf ab, die Studierenden von der Attraktivität der Selbständigkeit im Medienbereich als berufliche Alternative zu überzeugen und ihnen hierfür das betriebswirtschaftliche Know-how zu vermitteln. Relevante Inhalte sind: 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; Medienrecht; Gründungsformalitäten und Steuern.</p> <p>Unternehmensführung und Medienmanagement: Es werden aktuelle Problemstellungen der Themenmodule Marketing, Unternehmensführung und Medienmanagement thematisiert und diskutiert. Das Seminar trägt somit neuen Entwicklungen in der Medienbranche jederzeit Rechnung.</p>
Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Medien und Gesellschaft
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Bestandene Prüfungsleistung und bestandene Studienleistung

Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen

Wiederholbarkeit der Prüfungsleistung(en) (Anzahl / Terminierung)	Es gelten die Regelungen in Artikel 2 § 10 Absatz 1 der FPO-MMM in der jeweils geltenden Fassung.		
Mündliche Ergänzungsprüfung möglich	Ja: <input type="checkbox"/>	Nach jedem Versuch: <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Nach dem letzten Versuch: <input type="checkbox"/>	
	Nein: <input checked="" type="checkbox"/>		
Wiederholungsprüfung zur Notenverbesserung möglich	Ja: <input type="checkbox"/>		
	Nein: <input checked="" type="checkbox"/>		
Besonderheiten			

Nr.	3MMAEX003		
Modultitel	Management neuer Medien		
Pflicht/Wahlpflicht	WP		
Moduldauer	1		
Angebotshäufigkeit	WiSe und SoSe		
Lehrsprache	Deutsch/Englisch		
LP	9		
SWS	4		
Präsenzstudium	60		
Selbststudium	210		
Workload	270		
Lehr- und Lernform	ggf. Veranstaltungen/Modulelemente	Gruppen- größe	SWS
Vorlesung	Introduction to Electronic Business	20	2

Vorlesung	Computerunterstützte Gruppenarbeit (CSCW)	20	2
Leistungen	Form	Dauer/Umfang	
Prüfungsleistungen			
Studienleistungen	Eine benotete Studienleistung je Veranstaltung in Form einer Klausur. Der konkrete Umfang der Studienleistungen wird spätestens vier Wochen nach Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt gegeben.	60-120 Minuten	
Qualifikationsziele	Studierende erhalten wissenschaftliche Kenntnisse über die Besonderheiten der Internetökonomie. Daran anknüpfend erfolgt eine intensive Auseinandersetzung mit Zielen, Gegenständen und Problemen des E-Business. Die Studierende sollen in die Lage versetzt werden, die Vielzahl und Vielfalt von Ansätzen und Problemen von Geschäftsmodellen im Bereich der Online-Medien aus theoretischer Sicht zu analysieren und zu bewerten, um daraus Handlungsempfehlungen für die Erzielung von Erfolgen ableiten zu können.		
Inhalte	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Vielfalt von Geschäftsmodellen im Internet voneinander abzugrenzen und den diskutierten Geschäftsmodelltypologien zuordnen zu können. Sie sollen eine theoretisch fundierte Diskussion über Erfolg und Misserfolg von Geschäftsmodellen führen zu können. Ferner geht darum Formen und Funktionen computerunterstützter Gruppenarbeit kennen zu lernen. Den Studierenden soll Grundlagenwissen über das Forschungs- und Anwendungsfeld der computerunterstützten Gruppenarbeit (Computer Supported Cooperative Work, CSCW) vermittelt werden. Die Studierenden werden dabei in die Lage versetzt, kooperative Arbeitsprozesse innerhalb von sozio-technischen Systemen zu verstehen und softwaretechnisch zu unterstützen. Sie sollen zudem die Grundlagen von Software-Architekturen für synchrone und asynchrone Gruppenarbeit verstehen und Anwendungssysteme für verteiltes, kooperatives Arbeiten bewerten können. Relevante Inhalte sind: Sozialwissenschaftliche Grundlagen (Ethnographie, Kleingruppenforschung, Organisationstheorie); Anwendungen zur Unterstützung synchroner und asynchroner Kooperation; Workflow Management Systeme; Media Spaces und Cooperative Virtual Environments (CVE); Funktionalität zur Förderung der Gruppenwahrnehmung (Awareness); Anpassbare Groupwaresysteme; Entwicklungsmethoden kooperativer Systeme; Integrierte Organisations- und Technikgestaltung.		
Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	Studium Generale der Fakultät I: Im Studiengang MA Medien und Gesellschaft		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: Das Modul kann nur von Studierenden des Studiengangs MA Medien und Gesellschaft (IMUG) studiert werden, wobei das Modul nicht zugleich im Wahlpflichtbereich der fachlichen Vertiefungen belegt werden darf. Inhaltlich: keine		
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Bestandene Studienleistungen		

Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen

Wiederholbarkeit der Prüfungsleistung(en) (Anzahl / Terminierung)	Es gelten die Regelungen in Artikel 2 § 10 Absatz 1 der FPO-M MM in der jeweils geltenden Fassung.		
Mündliche Ergänzungsprüfung möglich	Ja:	<input type="checkbox"/>	Nach jedem Versuch: <input type="checkbox"/>
			Nach dem letzten Versuch: <input type="checkbox"/>
Wiederholungsprüfung zur Notenverbesserung möglich	Ja:	<input type="checkbox"/>	
	Nein:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Besonderheiten			

Nr.	3MMMAEX004		
Modultitel	Besondere Themenfelder des Medienmanagement		
Pflicht/Wahlpflicht	P		
Moduldauer	1		
Angebotshäufigkeit	SoSe		
Lehrsprache	Deutsch/Englisch		
LP	9		
SWS	4		
Präsenzstudium	60		
Selbststudium	210		
Workload	270		
Lehr- und Lernform	ggf. Veranstaltungen/Modulelemente	Gruppengröße	SWS
Vorlesung	Electronic Commerce	20	2
Vorlesung	Führung von Medienunternehmen	20	2
Leistungen	Form		Dauer/Umfang
Prüfungsleistungen	Klausur Der konkrete Umfang der Prüfungsleistung wird spätestens vier Wochen nach Beginn der Veranstaltung bzw. der Veranstaltungen bekannt gegeben.		90-120 Minuten
Studienleistungen	---		
Qualifikationsziele	Studierende erhalten wissenschaftliche Kenntnisse über die Besonderheiten der Internetökonomie. Daran anknüpfend erfolgt eine intensive Auseinandersetzung mit Zielen, Gegenständen und Problemen des Electronic Commerce. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Vielzahl und Vielfalt von Ansätzen und Problemen von Geschäftsmodellen im Bereich der Online-Medien aus theoretischer Sicht zu analysieren und zu bewerten, um daraus Handlungsempfehlungen für die Erzielung von Erfolgen im Electronic Commerce ableiten zu können. Den Studierenden sollen die Rahmenbedingungen der wichtigsten Medienmärkte kennen lernen. Darauf aufbauend sollen sie in die Lage versetzt werden, Wertschöpfungsprozesse in Medienunternehmungen zu analysieren und mit denen anderer Branchen vergleichen zu können. Sie sollen darüber hinaus Kenntnisse auf den Gebieten des Mediencontrolling, der Organisation und des Personalmanagement von Medienunternehmungen erwerben.		
Inhalte	Das Modul befasst sich mit Fragestellung und Problemen des Managements „neuer Medien“ und Medienunternehmungen. Unter Electronic Commerce wird der elektronisch unterstützte Kauf und Verkauf von Gütern und Dienstleistungen verstanden. Im Vordergrund der Überlegungen stehen dabei der Einsatz der Internettechnologie sowie Geschäftsmodelle, für deren Umsetzung die Internettechnologie konstitutiv ist. Ein		

	<p>Schwerpunkt liegt auf der Analyse der Erfolgsfaktoren solcher Geschäftsmodelle, wobei stets auch das Verhältnis zwischen „Online-Strategie“ und Unternehmungsstrategien betrachtet wird.</p> <p>Das Modul befasst sich zudem mit Fragestellungen und Problemen des Managements von Unternehmen, die in der Medienbranche tätig sind. Besondere Schwerpunkte im Rahmen der Führung von Medienunternehmen liegen auf den Gebieten „Organisation“, „Personalmanagement“ sowie „Medien-Controlling“ für Medienunternehmen. Die Studierenden lernen, welche betriebswirtschaftlichen Problemstellungen sich aus den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen ergeben und welches für Medienunternehmen typische, innovative Problemlösungen sind.</p> <p>Electronic Commerce: Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Vielfalt von Geschäftsmodellen im Internet voneinander abzugrenzen und den diskutierten Geschäftsmodelltypologien zuordnen zu können. Sie sollen darauf aufbauend die in dem Modulelement erworbenen transaktionskostentheoretischen Grundkenntnisse nutzen, um eine theoretisch fundierte Diskussion über Erfolg und Misserfolg von Geschäftsmodellen führen zu können. Im Ergebnis sollen fundierte Handlungsempfehlungen für E-Commerce-Aktivitäten abgeleitet werden können. Folgende Inhalte sind relevant: Geschäftsmodelle im E-Commerce (Begriff und Merkmale von E-Commerce-Geschäftsmodellen, Aussagegehalt und Bewertung von E-Commerce-Geschäftsmodellen); Internetgeschäftsmodelle im Segment Business-to-Consumer (ausgewählte Geschäftsmodelltypologien, Beispiele für Geschäftsmodelle im Internet); E-Procurement-Geschäftsmodelle (Grundlagen, Beispiele für Business-to-business-Marktplätze); Internetgeschäftsmodelle im Segment Consumer-to-Consumer: Internetauktionen; Übersicht über Bezahlssysteme im Internet.</p> <p>Führung von Medienunternehmen: Die Studierenden sollen vertiefte Kenntnisse in den Managementfunktionen „Organisation“, „Personalmanagement“ und „Controlling“ erwerben und in die Lage versetzt werden, diese auf die besonderen Bedingungen von Medienunternehmen anzuwenden. Folgende Inhalte sind relevant: Ansätze und Besonderheiten des Controlling in Medienunternehmen (Mediencontrolling); Organisationsstrukturen von Unternehmen der Medienbranche: Wertschöpfungsorganisation, Grundgliederung, Netzwerkorganisation, Projekt- und Teamarbeit; Personalmanagement in Medienunternehmen: Rahmenbedingungen, atypische Beschäftigungsformen, Besonderheiten auf personalwirtschaftlichen Funktionsfeldern.</p>
Verwendbarkeit in den folgenden Studiengängen	MA Medien und Gesellschaft
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Bestandene Prüfungsleistung

Prüfungsrechtliche Besonderheiten zur o.g. Modulbeschreibung bei Verwendung in mehreren Studiengängen

Wiederholbarkeit der Prüfungsleistung(en) (Anzahl / Terminierung)	Es gelten die Regelungen in Artikel 2 § 10 Absatz 1 der FPO-M MM in der jeweils geltenden Fassung.		
Mündliche Ergänzungsprüfung möglich	Ja:	<input type="checkbox"/>	Nach jedem Versuch: <input type="checkbox"/>
			Nach dem letzten Versuch: <input type="checkbox"/>
	Nein:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Wiederholungsprüfung zur Notenverbesserung möglich	Ja:	<input type="checkbox"/>	
	Nein:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Besonderheiten			

“

Artikel 2

Diese Änderungsordnung tritt mit Wirkung vom 1. April 2023 in Kraft. Sie wird im Verkündungsblatt „Amtliche Mitteilungen der Universität Siegen“ veröffentlicht.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät III – Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht vom 12. April 2023.

Es wird darauf hingewiesen, dass gemäß § 12 Absatz 5 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG NRW) eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften des Hochschulgesetzes oder des Ordnungs- oder des sonstigen autonomen Rechts der Hochschule nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden kann, es sei denn

1. die Ordnung ist nicht ordnungsgemäß bekannt gemacht worden,
2. das Rektorat hat den Beschluss des die Ordnung beschließenden Gremiums vorher beanstandet,
3. der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Hochschule vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt, oder
4. bei der öffentlichen Bekanntmachung der Ordnung ist auf die Rechtsfolge des Rügeausschlusses nicht hingewiesen worden.

Siegen, den 27. April 2023

Der Rektor

gez.

(Universitätsprofessor Dr. Holger Burckhart)