

Modulbezeichnung	Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik
Modulbezeichnung (eng.)	Media Economics and Communication Policies
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Digitale Medien
Studentische Arbeitsbelastung	37 h Kontaktzeit + 113 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BOMI, BOWI
Prüfungsart und -dauer	Zweistündige Klausur (120 Minuten)
Lehr- und Lernmethoden	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung und regelmäßigen virtuellen Lehrveranstaltungen
Modulverantwortliche(r) (HSEL/VFH)	M. Krüger-Basener / D. Gumm (THL)
Qualifikationsziele Nach der Bearbeitung des kompletten Studienmoduls sind die Studierenden in der Lage: • 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.	
Lehrinhalte 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. Themengebiete • 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	

Literatur

Beck, Klaus (2018): Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Springer VS

Beyer, Andrea; Carl, Petra (2012): Einführung in die Medienökonomie. 3., überarb. Aufl. Konstanz: UVK (UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft, 2574).

Kappes, Christoph; Krone, Jan; Novy, Leonard (Hg.) (2017): Medienwandel kompakt 2014-2016. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.

Schumann, Matthias; Hess, Thomas; Hagenhoff, Svenja (2014): Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung. 5., überarb. Aufl. Berlin: Springer Gabler (Springer-Lehrbuch).

Lehrveranstaltungen**Dozenten/-innen****Titel der Lehrveranstaltung**

M. Krüger-Basener

Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik