

<b>Modultitel:</b>	<b>Medienmanagement (BA-MARKET 1(B))</b>
<b>Modultyp:</b>	<b>Wahlpflichtmodul im 5. oder 6. Fachsemester der zweiten Studienphase</b>
<b>Modulart:</b>	<b>Vertiefungsmodul</b>
<b>Englische Übersetzung:</b>	<b>Media Management</b>
<b>Qualifikationsziele</b>	Ziel dieses Moduls ist die Vermittlung der zentralen Management-Tools im Medienbereich. Zudem werden methodische Lösungsansätze für Probleme der Vermarktung von Medienprodukten gelehrt. Den Studierenden werden die statistischen Grundlagen zur Schätzung der Modelle in SPSS/Excel aufgezeigt.
<b>Inhalte</b>	Die Vorlesung basiert auf sechs Abschnitten. (1) Zunächst werden Besonderheiten des Managements von Medien aufgezeigt. Zudem werden die Medienmärkte analysiert, die dann in den Folgemodulen im Detail betrachtet werden. (2) Ziel dieses zweiten Abschnitts ist das Verständnis des Filmgeschäfts und der methodischen Möglichkeiten der Planung und Prognose der Marktreaktion von neuen Filmen. Es werden eine Reihe von statistischen Besonderheiten (Endogenität, Selektionseffekte und nichtlineare Regressionen) betrachtet und Absatzprognosen in Excel durchgeführt. (3) Ziel dieses dritten Abschnitts ist das Verständnis des Musikgeschäfts. Hier wird insbesondere auch auf die Online-Distribution und Piraterie eingegangen. (4) Im vierten Abschnitt werden die Besonderheiten des Verlagsgeschäfts betrachtet. Hier wird das zentrale empirische Rüstzeug der Erfolgsfaktorenforschung vermittelt und auf das Marketing-Controlling im Abonnements-Geschäft abgestellt. (5) Im fünften Abschnitt wird auf den Gaming-Markt und das Lizenzgeschäft abgestellt. Hierbei werden auch Grundlagen der Ökonomie von Netzwerken gelehrt. (6) Die Vorlesung schließt mit einem Überblick zu den Methoden der Content-Analyse. In der Übung wird der Vorlesungsstoff durch Vorträge aus der Unternehmenspraxis und anhand von Übungsaufgaben in Excel und SPSS vertieft.
<b>Lehrformen</b>	Vorlesung (2 SWS), Übung (2 SWS)
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch oder Englisch nach Ankündigung
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	Die Studienphase 1 im Bachelorstudiengang BWL sollte abgeschlossen sein.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Das Modul ist Wahlpflichtbestandteil des betriebswirtschaftlichen Schwerpunktfaches „Marketing“ der Studienphase 2 (= 3. Studienjahr). Das Modul kann in der Studienphase 2 des Bachelorstudiengangs BWL auch für Queranrechnungen in anderen Schwerpunkten und den freien Wahlbereich unter Kapazitätsvorbehalt verwendet werden. Das Modul kann als Pflicht- oder Wahlpflichtmodul in anderen Bachelor-Studiengängen verwendet werden, sofern hierfür eine

	Kapazitätsvereinbarung mit der Fakultät für Betriebswirtschaft getroffen wurde.
<b>Art, Voraussetzungen und Sprache der Modulprüfung</b>	Die Modulprüfung findet in der Unterrichtssprache in Form einer Klausur statt. Die Teilnahme an der Modulprüfung setzt voraus, dass die in der Veranstaltung geforderten Studienleistungen erfolgreich erbracht wurden. Die genaue Art und Anzahl der Studienleistungen werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben
<b>Gesamtarbeitsaufwand</b>	6 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	in der Regel jedes Wintersemester
<b>Dauer</b>	Ein Semester