

# **Vorlesungsverzeichnis**

M.A. Medienmanagement

Sommer 2020

Stand 12.11.2020

<b>M.A. Medienmanagement</b>	<b>3</b>
<b>Studienmodule</b>	<b>3</b>
Diskurse und Praktiken im Medienmanagement	3
Grundlagen Medienmanagement	3
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen	3
Marketing und Medien	4
Medienmanagement	4
Medienökonomie	4
Medienrecht I	5
Medienrecht II	5
Ökonomische Theorien	6
Organisation und vernetzte Medien	6
<b>Projektmodule</b>	<b>7</b>
Angewandte empirische Marktforschung	7
Marketing und Medien	8
Medienmanagement	10
Medienökonomie	11
<b>Kolloquien</b>	<b>11</b>
<b>Wahlmodule</b>	<b>13</b>

## M.A. Medienmanagement

### Studienmodule

#### Diskurse und Praktiken im Medienmanagement

##### Discourses and Practices in Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

#### Grundlagen Medienmanagement

##### Basics Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

#### Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

##### Investment and Financing of Media Companies

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

#### 4446629 Investition und Finanzierung

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 24.04.2020 - 24.04.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.05.2020 - 08.05.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 15.05.2020 - 15.05.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 05.06.2020 - 05.06.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 19.06.2020 - 19.06.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 10.07.2020 - 10.07.2020

#### Beschreibung

In dieser Veranstaltung lernen die Studierenden grundsätzliche Verfahren der Investitions- und Finanzierungsrechnung kennen. Es werden die theoretischen Grundlagen der Investition und Finanzierung sowie Möglichkeiten, in (Medien-)Produkte zu investieren und diese zu finanzieren, werden aufgezeigt.

#### Leistungsnachweis

Klausur (22,5 Minuten, 22,5 Punkte) oder eine digitale Prüfung

#### 4448512 Praxisseminar zur „Investition und Finanzierung von Medienunternehmen“

**N.N.**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 22.05.2020 - 22.05.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 23.05.2020 - 23.05.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 29.05.2020 - 29.05.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 30.05.2020 - 30.05.2020

#### Beschreibung

Das Seminar beschäftigt sich mit Fragen zur Struktur von Medienunternehmen in den Bereichen Film/ TV/ Streaming mit besonderem Blick auf die Finanzierung, den Vertrieb und die Vermarktung der dort hergestellten Projekte . Die Veranstaltung gibt den TeilnehmerInnen praxisorientierte Einblicke in diese Branche und behandelt aktuelle Fallbeispiele (USA, Europa, Asien).

#### **engl. Beschreibung/ Kurzkomentar**

Investment and finance of media ventures in practice

#### **Bemerkung**

Lehrbeauftragter: Bernhard Stampfer

#### **Leistungsnachweis**

Klausur (22,5 Minuten, 22,5 Punkte) oder eine digitale Prüfung

### **Marketing und Medien**

#### **Marketing and Media**

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

### **Medienmanagement**

#### **Media Management**

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

### **Medienökonomie**

#### **Media Economics**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke

### **419140042 Begleitkurs „Regulierungs- und Datenökonomik“**

#### **T. Schäfer**

Seminar

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 16.04.2020

Veranst. SWS: 2

#### **Beschreibung**

In dem Begleitkurs werden die Inhalte der Vorlesung nochmal aufgegriffen und weiterführend diskutiert. Mit Hilfe der in der Vorlesung erlernten Theorien sollen regulatorische Fragestellungen in der Praxis untersucht werden. Anhand von Aufgaben wird Vorlesungsstoff vertieft und geübt. Die Studierenden werden somit zielführend auf die Klausur vorbereitet.

#### **Bemerkung**

Der Begleitkurs wird digital über moodle angeboten. Die erste Veranstaltung findet am Donnerstag, den 7.5.2020 um 09:15 Uhr statt.

**Leistungsnachweis**

Klausur (45 Minuten, 45 Punkte; zusammen mit Klausur der Vorlesung) oder eine digitale Prüfung

**419140043 Einführung in die Regulierungs- und Datenökonomik**
**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Fr, Einzel, 10:00 - 11:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, Klausur, 31.07.2020 - 31.07.2020

Di, wöch., 13:30 - 15:00

**Beschreibung**

Die Vorlesung richtet sich an Masterstudierende aus dem Masterprogramm Medienmanagement und behandelt einen weiterführenden Bereich der Medienökonomik. Ziel der Veranstaltung ist es zunächst die Grundlagen zur Regulierung zu vermitteln. Hierbei werden notwendige Begriffsdefinitionen, wie Re-Regulierung oder De-Regulierung, genauso vorgenommen, wie verschiedene Konzepte zur Regulierung von Preisen, des Zugangs zu Infrastruktureinrichtungen und zu weiteren Aspekten, wie Qualität oder Mengen vorgenommen. Daneben werden auch die institutionellen Arrangements in Deutschland und Europa vorgestellt. Anschließend werden Grundlagen der modernen Datenökonomik erläutert und die aktuellen Regulierungsprobleme analysiert. Hierbei werden auch unternehmensspezifische und wettbewerbspolitische Implikationen erarbeitet.

**Bemerkung**

Die Vorlesung wird digital über den moodle-Raum des Begleitkurses „Regulierungs- und Datenökonomik“ angeboten. Die erste Veranstaltung findet am Dienstag, den 5.5.2020 um 13:30 Uhr statt.

**Leistungsnachweis**

Klausur (45 Minuten, 45 Punkte; zusammen mit Klausur des Begleitkurses) oder eine digitale Prüfung

**Medienrecht I****Media Law I**

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

**Medienrecht II****Media Law II**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

**447546 Medienrecht II**
**H. Vinke**

Veranst. SWS: 4

Seminar

Fr, Einzel, 13:30 - 18:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.05.2020 - 08.05.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Bauhausstraße 11 - Seminarraum 015, 09.05.2020 - 09.05.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Bauhausstraße 11 - Seminarraum 015, 06.06.2020 - 06.06.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Bauhausstraße 11 - Seminarraum 015, 20.06.2020 - 20.06.2020

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 03.07.2020 - 03.07.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Bauhausstraße 11 - Seminarraum 015, 04.07.2020 - 04.07.2020

**Beschreibung**

In der Lehrveranstaltung Medienrecht II werden verschiedene medienrechtliche Gebiete behandelt (u.a. Presserecht, Rundfunkrecht, Jugendschutz, Datenschutz, Gewerblicher Rechtsschutz).

**Leistungsnachweis**

Seminarvortrag

**Ökonomische Theorien****Economic Theories**

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn Kuchinke

**Organisation und vernetzte Medien****Organisation and Network Media**

Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow

**420150000 Datafizierung und Künstliche Intelligenz in der Medienwirtschaft: Analyse und Kritik****C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Seminar

wöch., Termine Dauer: von 06.05.2020 Raum: digital via Moodle

**Beschreibung**

Kann künstlerische Leistung durch Algorithmen erbracht werden? Schreiben bald Roboter Musikstücke, Drehbücher und journalistische Reportagen? Alles Science Fiction?

Empfehlungsalgorithmen, Inhaltpersonalisierung, Roboterjournalismus: Mit Datafizierung und Verfahren der sog. „Künstlichen Intelligenz“ verbinden sich gegenwärtig große Hoffnungen auf neue Wertschöpfungspotenziale in der Medienwirtschaft. Sowohl Start-ups als auch etablierte Konzerne formulieren hohe Erwartungen an diese technologische Neuerungen: Sie sollen helfen, Prozesse in Medienunternehmen zu automatisieren und Entscheidungen auf fundierter Datengrundlage zu treffen, in der Entwicklung von Produkten und Services unterstützen oder gänzlich neue Geschäftsmodelle ermöglichen.

Im Seminar setzen wir an der Beobachtung dieses Hypes um Datafizierung und Künstliche Intelligenz in der Medienwirtschaft an. Auf Grundlage von im Plenum gemeinsam erschlossenen Ansätzen der Organisationsforschung, des (Medien-)Managements und der Datenethik werden diese populären Erzählungen auf ihre Tragfähigkeit hin überprüft und kritisch hinterfragt. Hierzu befassen sich die Teilnehmer\*innen im Laufe des Semesters tief gehend mit der Datafizierung einer selbstgewählten Medienbranche (z.B. Verlagswesen, Buchmarkt, Musikbranche, Filmindustrie, Gaming). Die erarbeiteten Branchenfallstudien werden in Referaten präsentiert und mit den Kommiliton\*innen im Plenum diskutiert.

In Anbetracht der aktuellen Situation wird das Seminar vollständig digital abgehalten. Alle benötigten Informationen zu Veranstaltungsablauf und -struktur werden im Moodle-Raum bekanntgegeben.

**Leistungsnachweis**

digitale Präsentation/Referat, Hausarbeit

## 420160002 Die digitale Reorganisation von Medienkonzernen

**C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, Einzel, 09:00 - 18:00, 9h-Essay-Klausur: 05.08.2020, 9:00 - 18:00 Uhr Termine Dauer: von 06.05.2020 Raum: digital via Moodle, 29.07.2020 - 29.07.2020

### Beschreibung

„Wer beherrscht die Medien?“ fragten Lutz Hachmeister und Günther Rager erstmals im Jahr 1997. Seinerzeit fiel ihre Analyse eindeutig aus: multinationale Medienkonzerne wie Bertelsmann, Time Warner, Walt Disney, Vivendi oder Axel Springer. Diese Großunternehmen waren Gegenstand gesellschaftlicher Kontroversen um Medien- und Meinungsmacht -- und zugleich schillernde Anziehungspunkte für zahlreiche Berufseinsteiger\*innen. Mit der Digitalisierung hat sich dies verändert: Welche marktliche und gesellschaftliche Bedeutung kommt etablierten Medienkonzernen heute überhaupt noch zu? Wie positionieren sie sich unter veränderten Wettbewerbsbedingungen? Ist diesen Unternehmen die „digitale Transformation“ gelungen?

Die Vorlesung betrachtet gegenwärtige Reorganisationsprozesse von Medienkonzernen. Analysiert, fallstudienartig vertieft und kritisch eingeordnet werden ihr Verhältnis zu und ihre Rolle in der Plattformökonomie, ihre veränderten Strategien auf Produkt- und Geschäftsmodellebene sowie der damit einhergehende Umbau von Organisationsstrukturen und -prozessen. Hierbei werden unterschiedliche theoretische Ansätze der Organisations- und Managementforschung herangezogen.

Die Studierenden lernen am Beispiel traditionsreicher Medienunternehmen zentrale Herausforderungen im Management der digitalen Transformation zu verstehen und zu beschreiben sowie vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theorien zu erklären und kritisch zu reflektieren.

Die Veranstaltung greift die gegenwärtige Coronakrise auf und will analysieren, wie sie den grundsätzlichen Strukturwandel der Medienbranche beschleunigt. Unter anderem wird diskutiert:

- ## Wie kommt es zu der scheinbar paradoxen Situation, dass traditionelle Medien aktuell zwar einen beträchtlichen Nutzungsanstieg verzeichnen, davon aber wirtschaftlich kaum profitieren können?
- ## Was bedeutet es, wenn die Werbeeinnahmen im (lokalen) Zeitungsmarkt tatsächlich um 80 Prozent einbrechen?
- ## Wie steht es um Bezahlabsicht und Zahlungsbereitschaft für (digitale) Medien, wenn Menschen verstärkt zu Hause bleiben?
- ## Woher kommen jetzt Innovationen im Medienmarkt?

In Anbetracht der aktuellen Situation wird die Vorlesung vollständig digital abgehalten. Alle benötigten Informationen zu Veranstaltungsablauf und -struktur werden im Moodle-Raum bekanntgegeben.

### Leistungsnachweis

Klausur, Mitarbeit

## Projektmodule

### Angewandte empirische Marktforschung

#### Applied Empirical Market Research

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

## Marketing und Medien

### Marketing and Media

Modulverantwortliche: Prof. Dr. Jutta Emes

#### 418140001 Markenführung und Medienmarken

**J. Emes**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Do, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2020

#### Beschreibung

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen Theorien sowie Ziele, Strategien und Maßnahmen einer erfolgreichen Markenführung und Kommunikation für Medienprodukte. Anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien erhalten die Studierenden einen Überblick über die strategische Entwicklung und Führung von Marken in verschiedenen Medienindustrien, wie beispielsweise der Musik-, Film- oder Games-Industrie.

#### Leistungsnachweis

30% aktive Teilnahme im Rahmen der Lehrveranstaltung, 70% Klausur

#### 419140047 Internationales Planspielseminar (Anney

**T. Janson, J. Steffl**

Veranst. SWS: 2

Seminar

#### Beschreibung

Die Erprobung unternehmerischen Handelns unter Unsicherheit steht im Mittelpunkt dieser Veranstaltung. Im Rahmen des Blockseminars sollen die Studierenden ihr erworbenes Wissen aus dem Bereich Marketing und Strategie, unter simulierten Marktbedingungen realitätsnah erproben. Zum Einsatz kommt dabei das Planspiel Markstrat.

Der Seminarort ist Anney (Frankreich). Studierende aus verschiedenen Ländern werden dort in internationalen Teams Strategien entwickeln und unternehmerische Entscheidungen treffen, wie z.B. zur Ausgestaltung des Marketing-Mix. Gespielt werden mehrere Runden unter simulierten Wettbewerbsbedingungen.

Das Seminar ist voraussichtlich kostenfrei und wird von der IAE Savoie Mont Blanc organisiert, Unterkunft- und Reisekosten können jedoch nicht übernommen werden und sind von den Teilnehmenden selbst zu tragen. Eine verbindliche Anmeldung seitens der teilnehmenden Studierenden ist Voraussetzung. Die Teilnahme am Planspiel erfolgt bei mindestens zehn verbindlichen Anmeldungen. Wird diese nicht erreicht, findet das Seminar im Rahmen des Projektmoduls ersatzlos nicht statt.

Die Veranstaltung kann alternativ zum Seminar "Movie Branding" besucht werden.

#### Bemerkung

Termin: 26.05.-29.05.2020

Die Anmeldung ist bereits gelaufen, exklusiv im Master Medienmanagement. Eine Teilnahme bei noch nicht erfolgter Anmeldung ist folglich nicht mehr möglich.

#### Leistungsnachweis

Die Veranstaltungsnote wird über eine Mitarbeitsnote im Rahmen des Planspiels (30%) und ein Strategiepapier (70%) ermittelt.

#### 420150001 Forschungskolloquium: Markenführung

**T. Janson, J. Steffl**

Veranst. SWS: 4

Seminar

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 09.04.2020

Do, wöch., 13:30 - 16:45, Bauhausstraße 11 - Pool-Raum 128, ab 09.04.2020

#### Beschreibung

Das Forschungskolloquium dient dazu, die Inhalte der Veranstaltungen des Projektmoduls „Medien.Marken.Kommunikation“ zusammen zu führen, kritisch zu reflektieren und in einer wissenschaftlichen (empirischen) Projektarbeit aufzuarbeiten.

Hierbei werden die Studierenden in zwei Gruppen aufgeteilt und forschen an den folgenden Themen:

- Die Wirkung von Social Media auf die Markenwahrnehmung von Personenmarken (Musikkünstler)
- Markenführung und Business Development

#### Leistungsnachweis

20% aktive Teilnahme im Rahmen der Lehrveranstaltung, 80% Projektarbeit

#### 448504 Movie Branding

**D. Zakoth, N.N.**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 15.05.2020 - 15.05.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 16.05.2020 - 16.05.2020

Fr, Einzel, 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 19.06.2020 - 19.06.2020

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 27.06.2020 - 27.06.2020

So, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 28.06.2020 - 28.06.2020

#### Beschreibung

Die Produktion von Filmen/Serien ist ein kostspieliges sowie riskantes Unterfangen. Der ökonomische Erfolg bleibt für Investoren und Produzenten ungewiss und schwer kalkulierbar. Ziel der Veranstaltung ist es zunächst herauszuarbeiten in wie fern Marken den ökonomischen Erfolg von Filmen positiv beeinflussen können. Die theoretischen Erkenntnisse dienen den Studierenden als Grundlage für eine Analyse eines selbst gewählten Films. Die Ergebnisse werden dann von den Studierenden im Rahmen des Seminars präsentiert. Im zweiten Teil des Seminars diskutieren die Studierenden unter dem Titel „How to turn a bestseller into a successful movie/series“ mit dem Filmproduzenten Andreas Bareiss über Filme als Brand Extensions von Literaturvorlagen und die Bedeutung von Bestsellern als Marke für die Spielfilmproduktion. Ziel ist es, die wissenschaftlichen Forschungserkenntnisse mit den Erfahrungen der Praxis abzugleichen. Die Blockveranstaltung analysiert die Erfolgsfaktoren von Bestsellerverfilmungen an einem Beispiel und wirft u.a. folgende Fragen auf:

- Sind derartige filmische Umsetzungen eine sichere Sache im ökonomischen
- Sinn oder eine filmische Routineangelegenheit?
- Was unterscheidet sie von „normalen Filmen“?
- Was sichert die öffentliche Aufmerksamkeit und den ökonomischen Erfolg einer Bestsellerverfilmung?

Zur Vorbereitung des zweiten Teils des Seminars müssen die Teilnehmer einen Roman/ein Skript lesen, darüber recherchieren und eine Kurzzusammenfassung erstellen. Die Veranstaltung kann alternativ zum Internationalen Planspielseminar (Markstrat-Seminar in Annecy) besucht werden.

#### Bemerkung

Lehrbeauftragter: Andreas Bareiss

### Leistungsnachweis

Referat (70%) und Pitch (30%)

## Medienmanagement

### Media Management

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Matthias Maier

#### 417140048 Innovationsmanagement und heterogene Regime des Neuen

##### M. Maier

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 07.04.2020

##### Beschreibung

Die Veranstaltung setzt sich zunächst mit gesellschaftlichen Entwicklungen der Kulturalisierung des Ökonomischen und einer damit verbundenen Innovationpermanenz auseinander. Daran anschließend geht es um die Frage, nach den besonderen Herausforderungen für das Innovationsmanagement durch das Zusammentreffen von heterogenen Regimen des Neuen. Dabei wird deutlich, wie Innovationen aus Bereich der Technologien mit Prozessen der Ästhetisierung und mit neuen sozialen und medialen Praktiken zusammentreffen. Während die technologischen Innovationsprozesse unter den Bedingungen der Zweckrationalität stehen, sind ästhetische Prozesse auf eigendynamische und zuweilen schwer kalkulierbare sinnliche Wahrnehmung und Affektivität gerichtet. Die technologischen und ästhetischen Momente sind wiederum eingebunden in heterogene Praktiken der Mediennutzung. Ziel der Veranstaltung ist es, unter Bezugnahme auf die heterogenen Regime des Neuen einen konzeptionellen Rahmen für das Innovationsmanagement zu erstellen und passende Organisations- und Managementkonzepte zu identifizieren.

##### Leistungsnachweis

Erstellung von einem Essay im Umfang von ein bis zwei Seiten pro Woche. Die Gesamtbewertung setzt sich aus den Bewertungen dieser wöchentlichen Arbeiten zusammen.

#### 420150002 Strategische Entscheidungsfindung für Startups und etablierte Konzerne

##### M. Köble

Veranst. SWS: 4

Plenum

Mo, wöch., 13:30 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 06.04.2020

##### Beschreibung

Startups sind Gründungsunternehmen, die per Definition (hoch) innovative Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die ein enormes Umsatz- und Mitarbeiterwachstum anstreben und seit maximal zehn Jahren existieren. Dabei agieren sie unter extrem unsicheren Gegebenheiten. Im Gegensatz zu etablierten Unternehmen sind viele Fragen offen, wie z.B.:

- Wie kann ich strategisch vorgehen, um in den Markt einzutreten?
- Wer ist meine Zielgruppe?
- Wie identifiziere ich meine Konkurrenz und wie finde ich meine Marktnische?
- Wie kann ich meine Zielgruppe durch kostengünstige Marketing-Maßnahmen erreichen?

...

In der Projektwerkstatt lernen Sie Werkzeuge und Strategien kennen, die Sie dazu befähigen strategisch-fundierte Entscheidungen für innovative Produkt- und Geschäftsideen zu treffen. Diese Kenntnisse können Sie sowohl zur

Gründung eines eigenen Unternehmens, als auch zum Treffen strategischer Management-Entscheidungen in etablierten Unternehmen nutzen.

Die benannten Fragestellungen werden Sie eigenständig aufarbeiten und in Form von interaktiven Vorträgen für das Plenum aufbereiten. Im Zuge dessen werden Sie die erarbeiteten Werkzeuge und Strategien als Methodenkarten visualisieren, sodass am Semesterende eine Art „Workbook“ aus allen Themen entsteht.

### Leistungsnachweis

Präsentation mit interaktivem Part; Erstellen einer Methodenkarte

## 432121 Innovationsmanagement

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 07.04.2020

### Beschreibung

Begleitend zur Vorlesung setzt sich das Seminar mit ausgewählten Aspekten aus dem Innovationsmanagement auseinander. Nach der Betrachtung von ökonomischen, kulturellen und sozialen Belangen von Innovationen geht es unter anderem um Prozessmodelle, Technologie-Roadmaps und Plattform-Strategien sowie um administrative, diskursive und episodische Praktiken im Innovationsmanagement. Das herausragende Interesse im Seminar ist es, nach den besonderen Bedingungen und den spezifischen Anforderungen von einem Innovationsmanagement im Bereich der vernetzten Medien zu fragen und entsprechende Forschungsarbeiten vorzubereiten.

### Leistungsnachweis

Moderation von einem Seminarthema und wöchentliche Bearbeitung von Aufgabenstellungen in Seminargruppen

## Medienökonomie

### Media Economy

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## Kolloquien

### Master-Kolloquium Marketing und Medien

**J. Emes**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 09:15 - 12:00, Albrecht-Dürer-Str. 2, Gelber Saal, 02.04.2020 - 02.04.2020

### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 02.04.2020, 9:15 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 27.03.2020 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

### Master-Kolloquium Medienmanagement

**M. Maier**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 09:15 - 12:00, Albrecht-Dürer-Str. 2, Gelber Saal, 02.04.2020 - 02.04.2020

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 02.04.2020, 9:15 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 27.03.2020 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

### Master-Kolloquium Medienökonomik

**B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 09:15 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 02.04.2020 - 02.04.2020

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 02.04.2020, 9:15 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 27.03.2020 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

### Master-Kolloquium Organisation und vernetzte Medien

**C. Buschow**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Do, Einzel, 09:15 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2, Gelber Saal, 02.04.2020 - 02.04.2020

#### Beschreibung

Im Rahmen dieser Veranstaltung soll das Wissen der Studierenden im Bereich der für das Verfassen einer Masterarbeit relevanten Verfahren erweitert werden (Entwicklung einer Fragestellung, Recherche, Themeneingrenzung, Wahl einer Vorgehensweise etc.). Es gibt Hilfestellung bei der Übertragung von Wissensbestandteilen auf die konkrete Fragestellung der Masterarbeit.

Das erste Kolloquium findet am 02.04.2020, 9:15 Uhr im Gelben Saal der Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 27.03.2020 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

## Wahlmodule

### 2911003 Future Workspace

**H. Bargstädt, T. Vogl, B. Bode**

Integrierte Vorlesung

Veranst. SWS: 2

#### Beschreibung

Introduction:

The changing working world has many implications for all areas of life. Resulting from challenges like "demographic change", "war of talent", "Gen Y" or "aging force", companies have slowly recognized the necessity of adapting their office work places to the changing needs of their workforce. Regarding office work and office design, mobility, flexibility and work-life integration are relevant demands. For corporate real estate managers, workplace managers and workplace project leaders, the question arises which dimensions, parameters and success factors have to be taken into account when designing and implementing new working environments.

Learning Outcomes:

The students:

- acquire understanding of goals, trends, methods and processes of future workspace concepts
- experience the dimensions that must be taken into consideration when designing new workspace concepts
- learn to plan a standard office property for different future workspace concepts - theory and design of rooms and furniture that enable new types of work
- get to know the practical value of theory and models in applying them on problems of future workspace
- achieve understanding of the relationship between office environment, motivation and performance
- gain knowledge about the significance of leadership and learn methods how to steer through change management processes
- obtain the ability to apply gained theoretical knowledge and skills on interdisciplinary team work, formulate concepts and strategies to prepare and present well-founded decisions

Termine (Online-Seminare):

29.05.2020 (13:30 – 15:00)

05.06.2020 (13:30 – 15:00)

16.06.2020 (13:30 – 15:00)

23.06.2020 (13:30 – 15:00)

30.06.2020 (13:30 – 15:00)

07.07.2020 (13:30 – 15:00)

14.07.2020 (13:30 – 15:00)

### Bemerkung

- 29.05.2020 Introduction (with all further details concerning the course; attendance is mandatory for taking part in the course)

- Flipped Classroom: Interactive lectures in which multiple external experts will present different topics with high practical relevance. Topics are:

29.05.2020 - Introduction & the history and changes of workplaces

05.06.2020 - Different office types and existing rules in Germany

16.06.2020 - Health and occupational psychology

23.06.2020 - Leadership and change management for workspaces

30.06.2020 - Technologies for a future workspace

07.07.2020 - Planning and development of workplace concepts

14.07.2020 - Presentation, evaluation and discussion

### Leistungsnachweis

Total: max. 21 students

Group size: 3 students

Grading: Essay (2000 Words for single students; 6000 Words for groups). The grading will consist of your submitted essay (75%) and the presentation of your results (25%)

## 320110044 Die Kunst guter Planung - Einführung in die Film- und Medienproduktion

**L. Liberta**

Veranst. SWS: 4

Fachmodul

Mo, wöch., 10:00 - 11:30, ab 11.05.2020

### Beschreibung

Wie detailliert muss eine Film – oder Medienproduktion vorbereitet werden und was kostet eigentlich ein Kurzfilm unter realen Bedingungen? Was gehört auf eine Dispo? Und wie kann ich mit knapper Zeit am besten einen Dreh planen?

Diese Lehrveranstaltung richtet sich an Studierende, die sich für den Bereich der Film- und Medienproduktion interessieren und behandelt die Grundlagenvermittlung der detaillierten Projektplanung.

Neben dem Strukturieren einer Produktion werden Personal-, Zeit- und Budgetpläne erstellt, wie sie von Förderinstitutionen oder Sendern bei Auftragsproduktionen gefordert werden.

Der Kurs beinhaltet die vollumfängliche Kalkulation von Sach- und Personalkosten, wobei auch Sozialabgaben und Beiträge für die Künstlersozialkasse, Handlungskosten, Buyouts und Gewinn berücksichtigt werden. Es bleibt den Studierenden überlassen, ob sie einen real geplanten Kurzfilm oder eine fiktive Medienproduktion planen und berechnen. Der Kurs findet voraussichtlich als Online-Seminar mit zusätzlichen individuellen Einzelterminen statt.

Voraussetzungen für die Teilnahme:

Es sind keine Vorkenntnisse nötig. Bitte schickt mir ein kurzes Motivationsschreiben und begründet, weshalb Euch der Kurs interessiert und ob Ihr ein eigenes Projekt mit einbringen wollt. Bitte erläutert Euer Projekt mit einer kurzen Inhaltsangabe und der Einschätzung des Umfangs näher. Es sind Teamarbeiten von 2 Studierenden pro Einzelprojekt möglich.

E-mails bitte bis Samstag, 6. Mai 2020 an Kai Roman Schöttle: [kai@bigchild.de](mailto:kai@bigchild.de)

:

**Bemerkung**

Dozenten: Kai Roman Schöttle, Jan Filkorn

Termin: Mo. wö. 11.5.2020, 10.00 Uhr - online

**Leistungsnachweis**

Note