

# **Vorlesungsverzeichnis**

M.A. Medienmanagement

Sommer 2021

Stand 16.09.2021

<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	7
Medienmanagement	10
Medienökonomie	11
<b>Kolloquien</b>	<b>11</b>
<b>Wahlmodule</b>	<b>13</b>

## M.A. Medienmanagement

### Projektbörse Fachbereich Medienmanagement

Donnerstag, 8. April 2021, ab 15.00 Uhr, Digital via Moodle:

<https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30096>

## 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

#### 421150024 Investition und Finanzierung von Medienunternehmen

#### M. Maier

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, wöch., 09:15 - 10:45, digital über Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30711> , ab 16.04.2021

#### Beschreibung

Das Seminar vertieft die in der Vorlesung dargelegten Theorien, Methoden und Konzepte aus dem Bereich der Investition und Finanzierung. Zudem werden Fragen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen näher in den Blick genommen. Im Seminar werden insbesondere folgende Themen vertieft behandelt: Stakeholdermanagement und das Unternehmen als Gesellschaft, Analyse von Finanzberichten, Arbitrage und finanzielle Entscheidungsfindung, Zeitwert des Geldes, Zinssätze, Investitionsentscheidungen und Investitionsplanung. Zu den jeweiligen Themen erarbeiten Studierende in Arbeitsgruppen Impulsvorträge und stellen Fragen, die von den anderen Arbeitsgruppen innerhalb einer Woche zu bearbeiten und in der folgenden Stunde zu präsentieren sind. Im Seminar geht es um die gemeinsame Erarbeitung, Vertiefung und Diskussion der einzelnen Themen in Arbeitsgruppen.

#### Bemerkung

findet digital über Moodle statt

#### Leistungsnachweis

Impulsvortrag in einer Arbeitsgruppe mit zusammenfassender Darstellung der Inhalte im Umfang von ca. 5 Seiten. Bearbeitung der wöchentlichen Aufgaben und Präsentation der Ergebnisse in Arbeitsgruppen.

## 421150025 MOOC zur Investition und Finanzierung

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

### Beschreibung

Die Vorlesung wird als MOOC (Massive Open Online Course) angeboten. In der Veranstaltung geht es um folgende fünf Themen: (1) Corporate Governance und Stakeholder Management. (2) Grundsätze der Kapitalbeschaffung und des Kapitaleinsatzes im Unternehmen. (3) Ermittlung von Kapitalkosten und Planung des optimalen Kapitaleinsatzes. (4) Leverage-Effekte und Risikomanagement (5) Working Capital Management. Für die einzelnen Themengebiete gibt es On-Demand-Videos, begleitende Artikel, Arbeitsmaterialien und Aufgaben zur individuellen Bearbeitung. Die Inhalte aus dieser Veranstaltung werden im Seminar weiter vertieft und im Hinblick auf Fragen zur Investition und Finanzierung von Medienunternehmen spezifiziert.

### Leistungsnachweis

Vorlage des Zertifikats zum Abschluss des MOOC bis Semesterende, d.h. bis 30.11.2021

## 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**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Online via Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/enrol/index.php?id=31258> , ab 15.04.2021

### 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.

#### **Leistungsnachweis**

Klausur (45 Minuten, 45 Punkte; zusammen mit Klausur der Vorlesung)

### **419140043 Einführung in die Regulierungs- und Datenökonomik**

#### **B. Kuchinke**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Online via Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/enrol/index.php?id=31258> , ab 13.04.2021

#### **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 angeboten.

#### **Leistungsnachweis**

Klausur (45 Minuten, 45 Punkte)

### **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**

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, digital über Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30770> , 08.05.2021 - 08.05.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, 05.06.2021 - 05.06.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, 12.06.2021 - 12.06.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, 03.07.2021 - 03.07.2021  
 Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, 09.07.2021 - 09.07.2021  
 Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, 10.07.2021 - 10.07.2021

**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

**421150026 Datenbasiertes Medienmanagement****C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

**Seminar**

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30560>

**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 und des (Medien-)Managements werden Verfahrensweisen eines Datenbasierten Medienmanagements auf ihre Leistungsfähigkeit hin überprüft. Hierzu befassen sich die Teilnehmer\*innen im Laufe des Semesters tief gehend mit dem Datenbasierten Medienmanagement in 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.

**Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

**Leistungsnachweis**

Präsentation/Referat, Hausarbeit

## 421150027 Die Organisationsform der Plattform in der Medienwirtschaft

**C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30559>

### Beschreibung

Die Organisationsform der Plattform dominiert zunehmend alle Medienteilmärkte. Spotify ist zum wichtigsten Distributionskanal für Musik geworden, während sich im Bewegtbildmarkt Netflix, Amazon Prime und Co. als zentrale Zugangskanäle zu Videoinhalten etablieren. Der Journalismus wiederum ist stark abhängig von Social-Media-Plattformen wie Facebook und Twitter, die für viele junge Menschen der wichtigste Ort sind, um Nachrichten zu konsumieren. In Plattform-Ökosystemen wie Youtube und Twitch entsteht eine neuartige „Creator-Economy“, in der einzelne Kreative und Medienschaffende ein Geschäft auf Grundlage der Infrastrukturen und Ressourcen einer Plattform aufbauen. Welche Auswirkungen hat diese zunehmende „Plattformisierung“ der Medienwirtschaft? Wie weit ist sie in einzelnen Teilmärkten der Medienwirtschaft vorangeschritten? Warum gibt es beispielsweise (noch) kein „Netflix für Nachrichten“? Die Vorlesung betrachtet Plattformen als neue Organisationsform in der Medienwirtschaft und fragt nach ihren Auswirkungen auf Branchenstrukturen, Medienproduktion sowie -nutzung. Die Studierenden lernen am Beispiel verschiedener Medienmärkte und Medienunternehmen zentrale Herausforderungen im Management digitaler Plattform-Ökosysteme zu verstehen und zu beschreiben sowie vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theorien zu erklären und kritisch zu reflektieren. Hierzu werden theoretische Ansätze der Organisations- und (Medien-)Managementforschung herangezogen. Die Veranstaltung richtet sich im Rahmen der Bauhaus.Module explizit an alle Studierenden der Bauhaus-Universität Weimar. Belegungsvoraussetzungen: \* Erstes Vorwissen im Bereich Digitalisierung (z.B. auf wirtschaftlicher, technischer, rechtlicher oder politischer Ebene) \* Ausgeprägtes (wissenschaftliches oder persönliches) Interessen an den Implikationen der Digitalisierung für Medien, Wirtschaft und Gesellschaft

### Bemerkung

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

### Leistungsnachweis

(Open-Book-)Klausur oder eine sonstige schriftliche Prüfung

## 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, 1. Veranstaltung findet digital statt: <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=32541>, ab 15.04.2021

**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.

**Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

**Leistungsnachweis**

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

**419140047 Internationales Online-Planspielseminar (MarkStrat)****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.

Studierende aus verschiedenen Ländern werden dort in internationalen Teams Strategien entwickeln und unternehmerische Entscheidungen treffen, wie z.B. zur Ausgestaltung des Marketing-Mix. Innerhalb einer Woche werden mehrere Runden unter simulierten Wettbewerbsbedingungen gespielt. Die Simulationssprache ist Englisch.

Das Seminar ist voraussichtlich kostenfrei und wird in diesem Jahr wohl erneut online stattfinden. Eine verbindliche Anmeldung seitens der teilnehmenden Studierenden ist Voraussetzung. Die Teilnahme am Planspiel erfolgt bei mindestens acht verbindlichen Anmeldungen. Wird diese nicht erreicht, findet das Seminar im Rahmen des Projektmoduls ersatzlos nicht statt.

Die Veranstaltung kann alternativ zum Seminar "Innovation und Markenbildung in der Filmindustrie" besucht werden.

**Bemerkung**

Termin wird noch bekannt gegeben

**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, findet digital über Moodle statt <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30957>, ab 15.04.2021



**Beschreibung**

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

**Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

**Leistungsnachweis**

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

### 421150028 Innovation und Markenbildung in der Filmindustrie

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

Veranst. SWS: 2

Seminar

Fr, Einzel, 13:30 - 18:30, findet digital über Moodle statt <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30947> , 23.04.2021 - 23.04.2021

Sa, Einzel, 13:30 - 16:45, 24.04.2021 - 24.04.2021

Fr, Einzel, 13:30 - 16:45, 07.05.2021 - 07.05.2021

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, 21.05.2021 - 21.05.2021

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, 22.05.2021 - 22.05.2021

**Beschreibung**

Durch Digitalisierung und die damit verbundenen Innovationen unterliegt die Film- und Serienindustrie einem starken Wandel. Neue Unternehmen am Markt verändern den Wettbewerb und auch die Möglichkeiten für Filmschaffende. Dennoch bleibt die Produktion von Filmen/Serien ein kostspieliges sowie riskantes Unterfangen, denn der ökonomische Erfolg ist für Investoren und Produzenten ungewiss und schwer kalkulierbar. Ziel der Veranstaltung ist es zunächst herauszuarbeiten wie Innovationen die Film- und Serienindustrie verändert haben und inwiefern Marken den ökonomischen Erfolg von Filmen/Serien positiv beeinflussen können. Die theoretischen Erkenntnisse dienen den Studierenden als Grundlage für eine Analyse eines selbst gewählten Films/Serie. Die Ergebnisse werden dann von den Studierenden im Rahmen präsentiert, um den ersten Teil des Seminars abzuschließen.

Im zweiten Teil des Seminars diskutieren die Studierenden mit dem Filmproduzenten Andreas Bareiss über die Bedeutung von Marken in Filmen bzw. Serien. Ziel ist es, die wissenschaftlichen Forschungserkenntnisse mit den Erfahrungen der Praxis abzugleichen. Die Blockveranstaltung analysiert die Erfolgsfaktoren von Filmen und Serien an einem praktischen Beispiel und gibt Einblick in den Wandel der Branche. Es werden u.a. folgende Fragen aufgegriffen:

- Wie verändert die Digitalisierung die Film-/Serienproduktion?
- Wie beeinflussen Marken den Film-/Serienerfolg?
- Sind filmische Umsetzungen auf Basis einer Vorlage (z.B. Roman) eine sichere Sache im ökonomischen Sinn?

Zur Vorbereitung des zweiten Teils des Seminars müssen die Studierenden einen Roman/Skript/Drehbuch oder eine Serie bzw. Film inhaltlich aufarbeiten. Dies dient als Ausgangspunkt und wird zu Beginn des zweiten Seminarteils von den Studierenden zusammengefasst präsentiert.

Die Veranstaltung kann alternativ zum Internationalen Online-Planspielseminar (MarkStrat) besucht werden.

**Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

Dozent: 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, digital über Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30712>**Beschreibung**

Die Veranstaltung setzt sich zunächst mit gesellschaftlichen Entwicklungen der Kulturalisierung des Ökonomischen und einer damit verbundenen Innovationspermanenz 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 dem 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.

**Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

**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.

**421150029 Projektwerkstatt: „Digital innovation space“: Kreativität, Kommunikation und Innovation im digitalen Raum****M. Maier, M. Eike**

Veranst. SWS: 4

Plenum

Mo, wöch., 09:15 - 12:30, digital über Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30706>**Beschreibung**

In den vergangenen Jahren entwickelte sich eine Innovationskultur, die geprägt ist von neuen, offenen, physischen Räumen, einer kreativen Umgebung und persönlichem Austausch: Innovation-Camps, Co-Working Spaces, Design Thinking Workshops, Maker Spaces, Labore, etc.

Räume, die zum Experimentieren mit Prototypen und zu spontanen Begegnungen mit Menschen einladen gelten vor allem in StartUps als Innovationsmotoren und schaffen kreative Formen der Zusammenarbeit.

Im letzten Jahr wurde nicht nur unser Alltag, sondern auch das Thema Innovation vor große Herausforderungen gestellt. Innovationen und die Digitalisierung wurden dringlicher denn je.

Was passiert also, wenn wir nur noch den digitalen Raum zur Verfügung haben, um Innovationen hervorzubringen? Wie schaffen wir eine digitale Innovationskultur?

In der Projektwerkstatt gehen wir auf die Suche nach digitalen Tools, Praktiken und Werkzeugen und gestalten gemeinsam einen „digital innovation space“.

#### **Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

#### **Leistungsnachweis**

Interaktives Referat, aktive Teilnahme an Workshops, Projektdokumentation

### **432121 Innovationsmanagement**

#### **M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, digital über Moodle <https://moodle.uni-weimar.de/course/view.php?id=30710>

#### **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.

#### **Bemerkung**

je nach Infektionsgeschehen ggf. hybrid/digital

#### **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, 08.04.2021 - 08.04.2021

**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 08.04.2021, 9:15 Uhr digital über Moodle statt. Bitte melden Sie sich bis zum 31.03.2021 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, 08.04.2021 - 08.04.2021

**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 08.04.2021, 9:15 Uhr digital über Moodle statt. Bitte melden Sie sich bis zum 31.03.2021 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, 08.04.2021 - 08.04.2021

**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 08.04.2021, 9:15 Uhr digital über Moodle statt. Bitte melden Sie sich bis zum 31.03.2021 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, 08.04.2021 - 08.04.2021

**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 08.04.2021, 9:15 Uhr digital über Moodle statt. Bitte melden Sie sich bis zum 31.03.2021 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein (daniela.hein@uni-weimar.de) an.

## **Wahlmodule**

Seit Wintersemester 2018/19 besteht an der Bauhaus-Universität Weimar ein zusätzliches Angebot an fächerübergreifenden Lehrveranstaltungen im Rahmen der Bauhaus.Module. Ob diese Module des **Wahlbereichs** ersetzen können, muss individuell mit der Fachstudienberatung geklärt werden. Das Angebot der Bauhaus.Module findet sich unter [www.uni-weimar.de/bauhausmodule](http://www.uni-weimar.de/bauhausmodule).