

# **Vorlesungsverzeichnis**

M.A. Medienmanagement

Sommer 2022

Stand 30.11.2022

<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	9
Medienökonomie	11
<b>Kolloquien</b>	<b>11</b>
<b>Wahlmodule</b>	<b>13</b>

## **M.A. Medienmanagement**

### **Projektbörse Fachbereich Medienmanagement**

Donnerstag, 7. April 2022, ab 15.00 Uhr, Digital via [Moodle](#).

## **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

Do, wöch., 15:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 14.04.2022

##### **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

## 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

## 422150033 Begleitkurs Platform Economics

**M. Kohlschreiber**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 15:00 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 12.04.2022

### Beschreibung

Das Studienmodul „Platform Economics“ beschäftigt sich mit dem Aufbau und der Funktionsweise digitaler Plattformen. Im Fokus stehen dabei Netzwerkeffekte, wie sich diese auf Unternehmen auswirken und wie Unternehmen Netzwerkeffekte optimal nutzen können. Der Begleitkurs ist sehr praktisch ausgerichtet. Die Theorien aus der Vorlesung stellen das notwendige Rüstzeug dar, um in Gruppen- und Einzelarbeiten echte Plattformen zu analysieren und die Bedeutung von Netzwerkeffekten auf Markteintritt, Pricing, Qualitätsmanagement, Wachstum, etc. verstehen zu können. Im Sinne des „Reverse Engineerings“ werden existierende Plattformen betrachtet, die Methoden können aber auch auf eigene Ideen/Projekte angewendet werden. Im Begleitkurs wird die aktive Mitarbeit erwartet, am Ende soll das gelernte Wissen den anderen Teilnehmern präsentiert werden.

### Leistungsnachweis

Präsentation und Diskussion

## 422150034 Platform Economics

### J. Rösch

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Di, wöch., 13:30 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 12.04.2022

Mi, Einzel, 09:15 - 10:45, Klausur, Marienstraße 13 C, Hörsaal B, 20.07.2022 - 20.07.2022

### Beschreibung

Das Studienmodul „Platform Economics“ beschäftigt sich mit dem Aufbau und der Funktionsweise digitaler Plattformen. Im Fokus stehen dabei Netzwerkeffekte, wie sich diese auf Unternehmen auswirken und wie Unternehmen Netzwerkeffekte optimal nutzen können. In der Vorlesung stehen die mikroökonomischen Hintergründe, Theorien und Methoden im Vordergrund. Ziel ist es, die Funktionsweise und „Mechanik“ von Plattformmärkten zu erkennen, zu verstehen und anwenden zu können. Im Kurs wird die Sichtweise von Plattformunternehmen eingenommen. Im Gegensatz zum Kurs „Digital Economics“ geht es nicht um digitale Märkte und die digitale Ökonomie als Ganzes, sondern es wird ganz bewusst die Rolle von Unternehmen eingenommen.

### Leistungsnachweis

Klausur

## 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, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 14.05.2022 - 14.05.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 21.05.2022 - 21.05.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 18.06.2022 - 18.06.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 02.07.2022 - 02.07.2022

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 08.07.2022 - 08.07.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 09.07.2022 - 09.07.2022

### **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

## **422150035 Die Plattformisierung der Medien**

### **C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Vorlesung

Mi, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, Open-Book-Prüfung: 20.07.2022, 9:00-13:00 Uhr, ab 13.04.2022

### **Beschreibung**

Plattformisierung erfasst zunehmend alle Medienteilmärkte. Der Begriff meint den Prozess der Durchdringung von immer mehr Lebens-, Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen mit digitalen Plattformen, auf denen mehrere Nutzengruppen (in der simpelsten Form z.B. Käufer\*innen und Verkäufer\*innen) zusammengebracht werden und mittels derer ihre Interaktion organisiert wird. 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 angewiesen auf Social-Media-Plattformen wie Facebook und Instagram, 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. Dem gegenüber stehen genossenschaftlich betriebenen ‚Plattform Cooperatives‘. Welche Folgen hat die Ausbreitung der Organisationsform der Plattform für die 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 und -nutzung sowie auf die Konstitution von Öffentlichkeit in demokratischen Gesellschaften. Die Studierenden lernen am Beispiel verschiedener Medienmärkte und Medienunternehmen zentrale Chancen und Herausforderungen der Plattformisierung zu verstehen und zu beschreiben sowie vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theorien zu erklären und kritisch zu reflektieren.

### **Leistungsnachweis**

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

## 422150036 Fallstudienforschung im Medienmanagement

**C. Buschow**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Mi, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 13.04.2022

### Beschreibung

Fallstudienforschung besitzt das Potenzial, spezifische Fragestellungen des Medienmanagements – z.B. zu neuen Produktentwicklungsmethoden, zur Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams oder zum Gründungsprozess von Start-ups – empirisch tiefgehend zu beantworten.

In diesem Seminar werden wir uns intensiv mit dem Forschungsansatz der Qualitativen Fallstudie befassen. Die Teilnehmenden werden die methodologischen Grundlagen des Verfahrens und seine Gütekriterien reflektieren, typische Fragestellungen und Anwendungsfälle kennenlernen und das zentrale methodische Rüstzeug (Erhebungs- und Auswertungstechniken) zur Durchführung einer eigenen Fallstudie erwerben.

### Leistungsnachweis

Präsentation/Referat, Hausarbeit

## 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, J. Steffl**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Do, wöch., 09:15 - 10:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 14.04.2022

### 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**

70% Präsentation, 30% aktive Teilnahme

**420150001 Forschungskolloquium: Markenführung****T. Janson, M. Rauch**

Veranst. SWS: 4

Seminar

Do, wöch., 11:00 - 15:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 14.04.2022

**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, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 10.06.2022 - 10.06.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 11.06.2022 - 11.06.2022

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 17.06.2022 - 17.06.2022

Fr, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 24.06.2022 - 24.06.2022

Sa, Einzel, 09:15 - 16:45, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 25.06.2022 - 25.06.2022

**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**

Dozent: Andreas Bareiss

#### **Leistungsnachweis**

Referat (70%) und Pitch (30%)

### **422110015 Dukenet MarkStrat Marketing Simulation**

**T. Janson**  
Seminar

Veranst. SWS: 2

#### **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 voraussichtlich Kassel; unter Umständen wird es allerdings digital stattfinden. Studierende aus verschiedenen Ländern werden in international zusammengestellten Teams Strategien entwickeln und unternehmerische Entscheidungen treffen, wie z.B. zur Ausgestaltung des Marketing-Mix. Gespielt werden mehrere Runden unter simulierten Wettbewerbsbedingungen.

Die Teilnahmekosten des Seminars aller Voraussicht nach vom Fachbereich übernommen, mögliche Unterkunft- und Reisekosten sind allerdings von den Teilnehmenden selbst zu tragen. Eine verbindliche Anmeldung seitens der teilnehmenden Studierenden ist Voraussetzung. Die Teilnahme am Planspiel erfolgt bei mindestens sechs 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**

Blockveranstaltung 03.04. – 08.04.2022

Ganztägig, zwischen 9:00 – 18:00 Uhr

#### **Leistungsnachweis**

Die Veranstaltungsnote wird über eine Mitarbeitsnote im Rahmen des Planspiels (30%) und ein Strategiepapier im Umfang von 9 Seiten (70%) ermittelt.

### **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 12.04.2022

**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**

Klausur

**422150037 Projektwerkstatt für Kultur, Innovation und Neues Arbeiten****M. Eike**

Veranst. SWS: 4

Workshop

Mo, wöch., 09:15 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 11.04.2022

**Beschreibung**

Medienmanager:innen stehen oft den Erwartungen gegenüber, Kommunikationsexpert:innen und digitale Spezialist:innen in der Anwendung verschiedener Tools und medialer Praktiken zu sein, die in einer sich rasant wandelnden Branche agieren. Als Führungskräfte können sie dabei mit dem Einsatz zeitgemäßer Managementpraktiken durchaus die Zusammenarbeit und die Kultur in einer Arbeitsumgebung gestalten, um den Anforderungen einer neuen Generation New Work zu begegnen. In der Projektwerkstatt werden wir verschiedene Blickwinkel auf die Themen Innovationskultur, Wandel der Arbeitswelt und agiles Management einnehmen. Die praktische Arbeit in der Projektwerkstatt organisieren wir nach EduScrum, einer auf Bildungsszenarien abgewandelten Form von Scrum, einem Framework für agiles Projektmanagement. In selbstorganisierten Teams sollen Antworten auf aktuelle Herausforderungen der Arbeitswelt gefunden werden. Dabei soll mit digitalen Tools und medialen Praktiken experimentiert, kreative Formen der Zusammenarbeit recherchiert und erprobt sowie Best Practices evaluiert werden, um eine innovationsfördernde Kultur entstehen zu lassen.

**Voraussetzungen**

Mitnahme eines eigenen Laptops/Tablets

**Leistungsnachweis**

aktive Teilnahme, Zwischenpräsentation, Konzeption und Durchführung eines Workshops

**432121 Innovationsmanagement**

**M. Maier**

Veranst. SWS: 2

Seminar

Di, wöch., 11:00 - 12:30, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, ab 12.04.2022

**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 Digitale Ökonomien****J. Rösch**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2, 05.04.2022 - 05.04.2022

**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 05.04.2022, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 29.03.2022 unter Angabe der vorläufigen Themenidee und des potenziellen Erstgutachters bei Daniela Hein ([daniela.hein@uni-weimar.de](mailto:daniela.hein@uni-weimar.de)) an.

**Master-Kolloquium Marketing und Medien****J. Emes**

Veranst. SWS: 1

Kolloquium

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Albrecht-Dürer-Straße 2 - Seminarraum 005, 05.04.2022 - 05.04.2022

**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 05.04.2022, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 29.03.2022 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

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 , 05.04.2022 - 05.04.2022

**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 05.04.2022, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 29.03.2022 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

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 , 05.04.2022 - 05.04.2022

**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 05.04.2022, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 29.03.2022 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

Di, Einzel, 09:15 - 12:00, Gelber Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 , 05.04.2022 - 05.04.2022

### **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 05.04.2022, 9:15 Uhr im Gelben Saal, Albrecht-Dürer-Straße 2 statt. Bitte melden Sie sich bis zum 29.03.2022 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).