

Modul / Lehrveranstaltungen	Typ	Semester / SWS / ECTS*			
		1	2	3	4

Aufbaumodul**

Wirtschaft: Kenntnisse über das strategische Management in Form von Planung, Organisation, Personalführung/-einsatz, Kontrolle sowie über die quantitativen Instrumente aus den Bereichen Rechnungswesen, Finanzen & Controlling, Jahresabschlüsse, insbesondere von Medienunternehmen, Beschaffung/Produktion/Vertrieb sowie die dahinter stehenden Supply Chains					
Strategisches Management im Mediensektor	ILV	2/3			
Controlling und Kostenmanagement in Medienunternehmen	ILV	2/3			
Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	ILV	2/3			
Financial Reporting	ILV	2/3			
Marketing in Medienunternehmen	ILV	2/3			
Medien und Kommunikation: Kenntnisse der nationalen und internationalen Medienbranchen- und Organisationen. Beurteilung von Entwicklungen und Potentialen, Crossmedia und Konvergenz, Theorien, Konzepte und Instrumente der Kommunikation und deren Erforschung, Prozesse und Instrumente der Wirtschaftskommunikation, Erstellung von Kommunikationskonzepten (Berücksichtigung des Ansatzes der Integrierten Kommunikation), Fachwissen in Content Management, Mediaplanung und Unternehmenskommunikation.					
Medienorganisation	ILV	2/3			
Content Management und Medienproduktion	ILV	2/3			
Integrierte Unternehmenskommunikation	ILV	2/3			
Mediaplanung und -forschung	ILV	2/3			
Internationale Medienmärkte: Kenntnis der Medienmärkte in Europa, Amerika und Asien. Erarbeitung von internationalen Wertschöpfungsketten					
Internationale Medienmärkte I	ILV	2/3			
Internationale Medienmärkte II	ILV		2/3		
Soft Skills: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen der beruflichen Handlungskompetenz von Medienmanagern: Gesprächs- und Verhandlungsführung, Präsentation und Moderation.					
Gesprächsführung, Moderation, Verhandlung	UE		1/1		
Spezialbereiche Medien und Wirtschaft: v. a. Kenntnisse in den Bereichen: Medienökonomie, Recht und Medienpolitik.					
Medienpolitik: Theorien und Anwendungen	ILV	2/3			
Medienökonomie: Theorien und Anwendungen	ILV	2/3			
Informationsmanagement	ILV	2/3			
Recht im Medienmanagement I: Wirtschaftsrecht	ILV	2/3			
Recht im Medienmanagement II: Medienrecht	ILV		2/3		
Innovations- und Ideenmanagement	ILV		2/3		
Wirtschafts-, Unternehmens- und Managementethik	ILV		2/3		
Recht im Medienmanagement III: Unternehmensrecht	ILV			2/3	
Spezialbereiche der Medienökonomie	ILV			2/3	
Sprachen: Kritische Analyse akademischen Materials mit dem Ziel, sich mündlich wie auch schriftlich fließend, exakt und logisch auszudrücken; Teilnahme am akademischen Diskurs.					
Englisch I	UE	3/3			
Englisch II	UE		3/3		
Englisch III	UE			3/3	

* SWS: Semesterwochenstunden, ECTS: European Credit Transfer System – Maß für den gesamten Arbeitsaufwand für durchschnittliche Studierende, um eine Lehrveranstaltung positiv zu absolvieren. Ein Leistungspunkt (oder Credit Point) steht für 25 Stunden Studieren (Präsenzzeiten, Selbststudium, Prüfungen etc.).

Aufbaumodul**: abhängig von vorangegangenem Studium

Modul / Lehrveranstaltungen	Typ	Semester / SWS / ECTS*			
		1	2	3	4

Wahlpflichtmodule***

Strategisches Management: Kenntnisse der Theorien des strategischen Managements und der Bedeutung für Medienunternehmen. Erstellung von Forschungsarbeiten unter Zeit- und Ergebnisdruk.					
Strategisches Management - Theorie	VO		2/3		
Case Studies: Strategisches Management	SE		2/2		
Forschungslabor Strategisches Management	SE			2/8	
Finanzierung und Controlling: Vertiefende Kenntnisse im Bereich Finanzierungs- und Investitionstheorie und Controllingtheorie, Kompetenz zur selbstständigen Durchführung von Forschungsprojekten, empirisch wie theoretisch					
Wertorientierte Finanzierung und Controlling in Medienunternehmen - Theorie	VO		2/3		
Case Studies: wertorientierte Finanzierung und Controlling	SE		2/2		
Forschungslabor Finanzierung und Controlling	SE			2/8	
Content Management und Medienproduktion: Kenntnisse im Bereich Content Management für unterschiedliche Branchen. Im Praxisteil sind dies Zeitungen/Zeitschriften, TV/Radio, Internet/Telekommunikation, Musik/Film, Buch sowie Crossmedia.					
Content Management und Medienproduktion - Theorie	VO		2/3		
Case Studies: Content Management und Medienproduktion	SE		2/2		
Forschungslabor Content Management und Medienproduktion	SE			2/8	
Marketing: Weiterführende Kenntnisse im Marketing, Schwerpunkt auf strategischem Marketing und internationalen Aspekten					
Strategisches Medienmarketing - Theorie	VO		2/3		
Case Studies: Medien und Marketing	SE		2/2		
Forschungslabor Medienmarketing	SE			2/8	
Wissenschaftstheorie: Vertiefende Kenntnisse der Wissenschaftstheorie, ihrer Richtungen, Ansätze und Vertreter, Fallstudien-Seminar festigt Kenntnisse in Form von Unternehmensanalysen der Medienbranche, Kompetenz zum selbstständigen Erstellen von Hypothesen mittels wissenschaftlicher Methoden, Theorien entwerfen und überprüfen.					
Wissenschaftstheorie	VO		1/2		
Case Studies: Wissenschaftstheorie	SE		1/2		
Ausgewählte empirische Methoden: Vertiefende Kenntnisse der Empirischen Forschung, Kompetenz zum selbstständigen Erstellen von Hypothesen mittels wissenschaftlicher Methoden, Theorien entwerfen und überprüfen, wobei sowohl qualitative als auch quantitative Methoden angewendet werden.					
Ausgewählte empirische Methoden	VO			2/2	
Ausgewählte empirische Methoden	UE			2/3	
Kolloquium Master Thesis: Selbstständige Erstellung schriftlicher Arbeiten im Bereich Medienmanagement (Themen werden aus Wahlpflichtmodulen der Vorsemester erstellt und müssen hohen wissenschaftlichen Ansprüchen genügen).					
Kolloquium Master Thesis	SE				2/1
Trends der Medien- und Kommunikationswirtschaft: Aufbauend auf Kenntnissen der Vorsemester werden neue Ansätze und Konzepte der Medien- und Kommunikationswirtschaft sowie medienethische Fragen besprochen.					
Trends der Medien- und Kommunikationswirtschaft	ILV				2/3
Aktuelle technologische Entwicklungen für Medien	ILV				2/3
Medienethik	SE				2/3

Aufbaumodul**: abhängig von vorangegangenem Studium

Wahlpflichtmodul***: Im 2. und 3. Semester sind je 2 der 4 Wahlpflichtmodule zu wählen