

# Lehrveranstaltungen Multimediawirtschaft I und II

## **Modul:**

Medienwirtschaft

## **Modulverantwortlicher:**

Prof. Dr. Thomas Urban

## **Lehr- und Lernformen:**

Vorlesung Multimediawirtschaft I (2 SWS)

Vorlesung Multimediawirtschaft II (2 SWS)

## **Kreditpunkte:** 5 CP

*Kontaktzeit/Präsenzstudium:* 2 x 30 Stunden (=15 \* 4 SWS Vorlesungen)

*Selbststudium:* 45 Stunden

*Prüfung und Prüfungsvorbereitung:* 45 Stunden

## **Voraussetzungen:**

keine

## **Qualifikationsziele:**

*50% Fach- / 40% Methoden- / 10 % soziale Kompetenz*

Fachkompetenz:

Die Veranstaltung zielt darauf ab, betriebswirtschaftliche Kenntnisse zu vermitteln, die insbesondere bei der Planung, Realisierung und Vermarktung von Multimediaprojekten angewendet werden können. Angehende Entscheider im Multimediaumfeld sollen sich auch in Fragestellungen der Finanzierung von Multimediaprojekten und des Projektcontrolling sicher bewegen können. Darüber hinaus müssen sie über das Wissen verfügen, neue strategische Optionen z. B. durch innovative Sendeformate des Web-TV als Vermarktungskonzept für neue Medienangebote bewerten zu können und einen zielgruppenspezifischen Marketing-Mix auszuarbeiten.

Methodenkompetenz:

Kenntnis von systematischen Verfahren und wichtigen Herangehensweisen, z.B. zur Analyse von Medienmärkten, der Entwicklung von Marketingkonzepten, der Planung von Marketingmixmaßnahmen, der Kostenerfassung und der Erarbeitung von Finanzkonzepten für den Entwurf und die Realisierung von Multimediaprojekten unterschiedlicher Größe. Kenntnis von Methoden und Verfahren des Managements von Multimediaprojekten.

soziale Kompetenz:

Kenntnis von Kriterien, die für das „Verkaufen“ von Multimedia-Projektergebnissen wichtig sind. Kenntnis von Herausforderungen und Techniken zur zielbezogenen Steuerung von multipersonalen Multimediaprojekten.

Verbindung von Theorie und Praxis:

Neue Lehrinhalte werden bevorzugt fallbasiert, bezogen auf eine Problemstellung im multimedialen Umfeld Multimedia hin vermittelt.

## **Lehrinhalte:**

### **Multimediawirtschaft I**

betriebswirtschaftliche Fragestellungen in Medienunternehmen, aktuelle Veränderungen in den wichtigsten Medienmärkten, Marktforschungsmethoden zur Analyse des Nutzerverhaltens, Strategien und Marketingmaßnahmen für neue interaktive Medienangebote, Aspekte der Existenzgründung und des Management von Multimediaprojekten

### **Multimediawirtschaft II**

Möglichkeiten des Controlling, Kosten- und Leistungsrechnung, Finanzierung von Multimediaprojekten, aktuelle Fallbeispiele um theoretischen Inhalt zu untermauern

## **Einbindung in die Berufsvorbereitung:**

Durch Fallbeispiele von aktuellen Multimediaprojekten aus der Praxis sollen die Studierenden frühzeitig mit konkreten Problemstellungen des Wirtschaftsumfeldes konfrontiert werden, um den Übergang in den Berufsalltag zu erleichtern.

**Medienformen:**

PowerPoint-Folien

**Leistungsnachweis:**

Klausur

**Literaturhinweise:**

Beyer, A./Carl, P. (2008): Einführung in die Medienökonomie, UVK Verlagsgesellschaft Konstanz

Gläser, M. (2008): Medienmanagement, Verlag Franz Vahlen München

Schumann, M./Hess, Th. (2009): Grundfragen der Medienwirtschaft (4. Aufl.), Springer Verlag Berlin, Heidelberg