

**STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Details zum Modul					
Code				Studienjahr	Studiensemester
KKW428				4	8
Bezeichnung	T	U	L	ECTS	
Kultur- und Medienökonomie	2	-	-	4	
Sprache	Deutsch				
Studium	Bachelor	x	Master		Doktor
Studiengang	Kultur- und Kommunikationswissenschaften				
Lehr- und Lernformen	Präsenz				
Modultyp	Pflichtfach	x	Wahlfach		
Lernziele	Die Vorlesung bietet einen Überblick über Kultur- und Medienökonomie. Es werden die Besonderheiten des Medienbereichs und Medienunternehmens dargestellt.				
Lerninhalte	Durch den Digitalisierungsprozess kommt dem Thema Kultur und den Medien eine hohe Bedeutung zu. Dieses Thema wird im Rahmen der Ökonomie analysiert. Die Studierenden erlernen die unterschiedlichen internationalen statistischen Kategorien und Merkmale zur Beschreibung und Untersuchung dieser Forschungsbereiche.				
Teilnahmevoraussetzungen	-				
Koordination	Dr. Enis Dinç				
Vortragende(r)	Dr. Enis Dinç				

Mitwirkende(r)	-		
Praktikumsstatus	-		
Fachliteratur			
Bücher / Skripte	Dreiskämper, Thomas (2013). Medienökonomie 1. Münster: LIT Verlag. Spiegel, Andreas (2006). Wachstumsstrategien in der Medienbranche. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.		
Weitere Quellen	Zydorek, Christoph (2013). Einführung in die Medienwirtschaftslehre. Wiesbade: Springer Verlag.		
Lernmaterialien			
Dokumente			
Hausaufgaben			
Prüfungen			
Zusammensetzung des Moduls			
Sozialwissenschaft	100		100%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl	Gewichtung in Endnote(%)	
Zwischenprüfung	1	40	
Quiz	-	-	
Hausaufgaben	-	-	
Anwesenheit	-	-	
Übung	-	-	
Projekte	-	-	
Abschlussprüfung	1	60	
	Total	100	
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)

Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	14	4	56
Hausaufgaben	14	2	28
Präsentation / Seminarvorbereitung	-	-	-
Zwischenprüfungen	1	1	1
Übung	-	-	-
Labor	-	-	-
Projekte	-	-	-
Abschlussprüfung	1	1	1
Summe Arbeitsaufwand			114
ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)			4

Lernergebnisse

1	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Vorlesung können die Studierenden die spezifischen Entwicklungen der Kultur-- und Medienökonomie im Kontext der wirtschaftlichen Gesamtentwicklung analysieren.
2	Die Studierenden können dieses Wissen auf exemplarisch ausgewählte Unternehmen anwenden.
3	Sie sind in der Lage, problematische Entwicklungen und deren Tendenzen zu erkennen und zu beschreiben sowie Möglichkeiten der Entgegnung zu erläutern.
4	Die Vorlesung vermittelt Wissen über systemische Zusammenhänge technologischen, sozialen, kulturellen und ökonomischen Wandels.
5	Analytisches Denken über komplexe Entwicklungen. Anwendung von Theorien, Modellen sowie Bewertungskriterien auf praktische Aufgabenstellungen.

Wöchentliche Themenverteilung

1	Einführung in die Medienwirtschaft
2	Schlüsselkonzepte der Medienwirtschaft
3	Ökonomische Institutionen
4	Medien als ökonomische Güter
5	Medienproduktionen

6	Wirtschaftsakteure
7	Zwischenprüfung
8	Ökonomische Entscheidungen
9	Finanzsysteme der Medienindustrie
10	Informationssysteme im Medienbereich
11	Politische Entscheidungssysteme aus ökonomischer Sicht
12	Abschlussprüfung
13	
14	
15	

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	4	4	4	4	4		
2	4	4	4	4	4		
3	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	4		

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2:Niedrig 3: Mittel 4:Hoch 5:Sehr Hoch

Erstellt von:	Wis. Mit. Ozan Can Selçuk
Datum der Aktualisierung:	05.04.2021