

Modul BW22: Medienökonomik				Studiengang:	B
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studiensemester:	Dauer des Moduls:	
Wahlpflicht	12	360	3. oder 5.	Ein Semester	
Lehrveranstaltungen:			Kontaktzeit:	Selbststudium:	geplante Gruppengröße
Medienökonomik (4 SWS) Methoden der Medienökonomik (2 SWS)			60 h 30 h	180 h 90 h	30
Lernziele und Kompetenzen:					
Die Studierenden lernen die theoretischen Grundlagen der Medienökonomik auf wettbewerbspolitische Fragestellungen und unternehmensstrategische Entscheidungen anzuwenden. Im Mittelpunkt steht dabei sowohl das Erlernen der theoretischen Grundlagen anhand von geeigneten Modellen als auch die Übertragung der Modelle auf aktuelle Probleme der Medienökonomik.					
Inhalte:					
Die Veranstaltung stellt eine Einführung in die Medienökonomik dar. Der Kurs vermittelt anhand von Industrie- und Marktstudien die Besonderheiten der Medienmärkte und verbindet diese mit der ökonomischen Theorie der Medien. Folgende Märkte werden dabei abgedeckt: <ul style="list-style-type: none"> - Der Printsektor: Die Theorie zweiseitiger Märkte - Die Rundfunkmedien: Modelle zur Programmvielfalt - File-Sharing: Theoretische und empirische Evidenz - Internetmärkte: Netzneutralität und Netzinvestitionen 					
Lehrformen:					
Vorlesung, Übung und Literaturkurs mit Gruppenarbeiten.					
Verwendbarkeit des Moduls:					
B.Sc. VWL, B.Sc. BWL					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine.					
Prüfungsformen:					
Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich in Form einer Klausur (90 Minuten).					
Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:					
Erfolgreich abgelegte Modulabschlussprüfung.					
Häufigkeit des Angebots:					
Das Modul findet in jedem Wintersemester statt.					
Stellenwert der Note für die Endnote:					
Die Gesamtnote der Bachelorprüfung errechnet sich als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Modulabschlussprüfungen und der Bachelorarbeit. Dabei wird die Bachelorarbeit dreifach gewichtet.					
Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Ralf Dewenter					
Sonstige Informationen:					

Aktuelle Informationen finden Sie auf der Internetseite des DICE.

Stand: 21.02.2011