| Modulbezeichnung | | | Kurzbezeichnung |
|---|---|---|---|
| **Entertainment Conception** | | | 06-ENT-Econ-222-m01 |
| **Modulverantwortung** | | **anbietende Einrichtung** | |
| Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie | | Institut Mensch-Computer-Medien | |
| **ECTS** | **Bewertungsart** | **zuvor bestandene Module** | |
| 5 | numerische Notenvergabe | -- | |
| **Moduldauer** | **Niveau** | **weitere Voraussetzungen** | |
| 1 Semester | weiterführend | -- | |

**Inhalte**

In diesem Modul werden aus der Perspektive der Medienpraxis fortgeschrittene Konzepte für Unterhaltungsangebote entwickelt und hinsichtlich ihrer Markttauglichkeit hinterfragt. Dazu gehören Analysen von Marktsegmenten, Konkurrenzangeboten, potenziellen Zielgruppen sowie von gesellschaftlichen und medialen Trends.

**Qualifikationsziele / Kompetenzen**

Die Studierenden lernen, Unterhaltungsangebote konzeptuell zu entwickeln und ihre Markttauglichkeit vorab kritisch zu prüfen. Damit werden die Voraussetzungen geschaffen, Unterhaltungsangebote erfolgreich auf dem Markt zu positionieren.

**Lehrveranstaltungen** (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

**Erfolgsüberprüfung** (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Mündliche Einzelprüfung (30 Min.) oder
b) Referat (15-30 Min.) plus Verschriftlichung (10-15 S.) oder
c) Portfolio (15-20 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

**Platzvergabe**

--

**weitere Angaben**

--

**Arbeitsaufwand**

150 h

**Lehrturnus**

k. A.

**Bezug zur LPO I**

--

**Verwendung des Moduls in Studienfächern**

Master (1 Hauptfach) Media Entertainment (2022)