

| | | |
|--|-------------------------|---------------------------------|
| Modulbezeichnung | | Kurzbezeichnung |
| Wirtschaft, Markt und Medien | | o6-MK-WMM-WJ-Ex-152-mo1 |
| Modulverantwortung | | anbietende Einrichtung |
| Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation | | Institut Mensch-Computer-Medien |
| ECTS | Bewertungsart | zuvor bestandene Module |
| 5 | numerische Notenvergabe | -- |
| Moduldauer | Niveau | weitere Voraussetzungen |
| 1 Semester | grundständig | -- |
| Inhalte | | |
| Das Modul vermittelt Grundlagenwissen zur Struktur und Entwicklung von Medienmärkten, zu Marketing, Werbung und Public Relations sowie eine Einführung in zentrale Themen der Arbeits- und Organisationspsychologie (vor allem Personal- und Organisationsdiagnose). | | |
| Qualifikationsziele / Kompetenzen | | |
| Die Studierenden können in wirtschaftlichen Zusammenhängen bei der Planung von Medienangeboten und bei der strategischen Kommunikation von Medienunternehmen denken. Sie verfügen über Grundwissen und diagnostische Vorgehensweisen für die Optimierung unternehmensexterner und -interner Kommunikation. | | |
| Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch) | | |
| V (2) | | |
| Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich) | | |
| Klausur (ca. 60 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch | | |
| Platzvergabe | | |
| 12 Plätze. Die Beschränkung der Teilnehmerzahl bezieht sich auf Studierende des Studienganges Master International Economic Policy bzw. Economics mit der Vertiefung Wirtschaftsjournalismus. Die Auswahl erfolgt durch das Los. | | |
| weitere Angaben | | |
| -- | | |
| Arbeitsaufwand | | |
| 150 h | | |
| Bezug zur LPO I | | |
| -- | | |
| Verwendung des Moduls in Studienfächern | | |
| Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) | | |