

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Wirtschaft, Markt und Medien 1		06-MK-WMM1-152-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
10	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) + V (2)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 100 Min.) oder b) mündliche Prüfung (ca. 30 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
300 h		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		