

Modulbezeichnung:	Internationale Medienwirtschaft	
Modulnummer: DLBMMWIM	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht	Regulär angeboten im: WS, SS	
Workload: 150 h	ECTS Punkte: 5	
Zugangsvoraussetzungen: Keine	Unterrichtssprache:	
Kurse im Modul:	Workload: Selbststudium: 210 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 60 h	
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Verena Renneberg	
Bezüge zu anderen Programmen: keine	Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Medienökonomie • Medizinische und psychologische Grundlagen • Seminar: Crossmediamanagement 	
<p>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</p> <p>Internationales Medienmanagement Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die verschiedenen Mediensysteme im internationalen Vergleich zu beschreiben. • länderübergreifende Medienkonzentration zu benennen und „Global Player“ zu erläutern. • die Strategien der internationalen Film- und Serienproduktion zu analysieren. • die wichtigsten Aspekte der internationalen Medienindustrie darzulegen. • Unterschiede international agierender Medien in den wichtigsten Weltregionen auf Basis des erworbenen Wissens zu skizzieren. • das Auslandskorrespondentenwesen zu analysieren. <p>Projekt: Internationales Medienmanagement Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbständig im Rahmen eines Beispiel-Projekts alle Phasen eines internationalen Medienprojekts zu benennen. • die einzelnen Schritte und Teilprojekte zu entwickeln und beispielhaft zu managen. • die Resultate zu analysieren, zu dokumentieren und zu präsentieren. • das erworbene Wissen um die Internationalisierung von Medien anschließend selbst in der Praxis umzusetzen und derartige Projekte zu konzeptionieren und zu realisieren. • die Bedeutung und die Interdependenz von Medien und Internationalisierung vor dem Hintergrund der Globalisierung zu durchdringen. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Internationales Medienmanagement:

- Internationale Mediensysteme im Vergleich
- Internationale Medienindustrie und „Global Player“
- Auslandsberichterstattung und Auslandskorrespondentenwesen
- Weltregionen im Vergleich
- Internationaler Formathandel

Projekt: Internationales Medienmanagement:

Wie gelingt eine erfolgreiche Internationalisierung von Medienprodukten bzw. Medienprojekten? Gibt es ein Erfolgsrezept für weltweiten Erfolg? Diesen Fragen wird im Rahmen dieses Moduls nachgegangen und die Rolle der Medien im Globalisierungszeitalter beleuchtet. Anhand von Best-Practice-Beispielen wird aufgezeigt, wie Medienprodukte/-Projekte für den internationalen Erfolg konzipiert und aufbereitet werden. Zudem werden den Studierenden die einzelnen Weltregionen mit Fokus auf wirtschaftliche Entwicklung, Infrastruktur und aktuelle Marktsättigung vorgestellt und mit ihnen die jeweiligen Markteintrittschancen und -Risiken analysiert und diskutiert. Im Rahmen eines Beispiel-Projekts sollen die Studierenden schließlich auf Basis dieses neuen Wissens selbst ein Medienprodukt für den internationalen Markt konzipieren und präsentieren.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • DLBMMWIM 01: Klausur, 90 Min (50%) • DLBMMWIM 02: Projektpräsentation (50%)