Course title	**Veranstaltung**	Medienunternehmen und -märkte (Media Companies & Markets)
Course code	Kürzel	M-MDM-L01-MCM
Course number	LV-Nummer	HISQIS Nummer (wird von ITC vergeben)
Module	Modul	MDM-M01-BM, Business & Management
Name of lecturer	Dozent/in	Prof. Dr. Wolfgang Jäger
Field of study	Fachgebiet	Business / Wirtschaft
Semester	Studiensemester	1
Prerequisites	Formale Voraussetzungen	None / Keine
Recommended prerequisites	Empfohlene Voraussetzungen	-
Teaching / learning method	Lehr- / Lernform	Lecture and Exercise Course / Vorlesung und Übung
ECTS credits	ECTS Leistungspunkte	3
Hours per week	Umfang in SWS	2
Workload (Contact hours / independent study)	Workload (Präsenz-/Selbstlernzeit)	90 h (30 h / 60 h)
Frequency	Häufigkeit des Angebots	Annually (winter term) / Jährlich (Wintersemester)
PL or SL	PL oder SL	PL
Assessment methods	Leistungsnachweis	Module assessment: Written exam / Modulprüfung: Klausur
Course content	Lerninhalte	• Classification and different types of media companies • Media markets – structures and behavior of the participants • Added value models in media management • Microeconomic patterns and their relevance for media companies / • Klassifikation und Typen von Medienunternehmen • Medienmärkte – Marktstrukturen und Marktverhalten der Marktakteure • Wertschöpfungsmodelle in der Medienwirtschaft • Mikroökonomische Modelle und ihre Bedeutung für die Medienunternehmen
Language of instruction	Unterrichtssprache	German / Deutsch
Recommended reading	Literaturempfehlungen	Doyle, G.: Understanding Media Economics, London 2002 Heinrich, J.: Medienökonomie I + II, 2. Aufl., Opladen 2001/2002 Picard, R.: The Economics and Financing of Media Companies, New York 2002 Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, 5. Aufl., Wiesbaden 2006
Courses of study	Studiengänge	Media & Design Management
Notes	Anmerkungen, Hinweise	-