

Modulübersicht

des Hochschulzertifikats
Medienökonom (FH)

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Deines Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten kannst. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Deinen Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?
Rufe uns unter der Rufnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

Grundlagen der BWL (6 Credit Points)

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen des Wirtschaftens
- Konstitutive Entscheidungen
- Grundlagen der Materialwirtschaft
- Produktion
- Einführung in die Finanzwirtschaft

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Marketing – Grundlagen und Strategien (4 Credit Points)

- Grundlagen des Marketings und des Marketingmanagements
- Informationsgrundlagen des Marketings
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingzielsetzung
- Strategische Marketingplanung
- Methoden und Modelle der strategischen Marketingplanung
- Operative Marketingplanung
- Elemente des Marketing-Mix

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie (7 Credit Points)

- Kommunikationswissenschaft
 - ▶ Grundlagen der Kommunikationswissenschaften
 - ▶ Kommunikations- und Mediengeschichte
 - ▶ Kommunikatorforschung
 - ▶ Medieninhaltsforschung
 - ▶ Mediennutzungsforschung
 - ▶ Medienwirkungsforschung
- Medienökonomie
 - ▶ Informationen als handelbares Gut
 - ▶ Medien als Wirtschaftsfaktor
 - ▶ Politische Bedeutung von Medien
 - ▶ Betriebswirtschaftliche Aspekte der Medienwirtschaft
 - ▶ Überblick über Rahmenbedingungen und Markteinflussfaktoren der wichtigsten Mediengattungen (Märkte für nicht-elektronische Medien: Printmärkte, Märkte für elektronische Medien: TV, Hörfunk, Internet etc.)
 - ▶ Geschäftsmodelle in der Medienwirtschaft – Off- und Online
 - ▶ Grundlagen des Medien- und Urheberrechts
 - ▶ CSR in der Medien- und Eventbranche

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Medienrecht (5 Credit Points)

- Medienrecht als Querschnittsrecht
- Presserecht
- Rundfunkrecht
- Filmrecht
- Recht der Telemedien
- Telekommunikationsrecht
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht (verfassungsrechtliche Verankerung und zivilrechtliche Ausgestaltung)
- Übergreifende Regelungen zur Ausgestaltung und Beschränkung (Jugendschutz, Datenschutz, Urheberrecht, Marken- und Werberecht, Sport und Medien)

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Medienmarketing (5 Credit Points)

- Strategisches Medienmarketing
 - ▶ Märkte und Marketing für nicht-elektronische Medien (Zeitung, Zeitschrift, Buch)
 - ▶ Märkte und Marketing für elektronische Medien (Online, Film, Fernsehen, Radio, Musik, Video, Game, Internet)
 - ▶ Medienunternehmen und ihr Umfeld
 - ▶ Unternehmensziele
 - ▶ Ganzheitliche Steuerung
- Operatives Medienmarketing
 - ▶ Leistungspolitik im Rezipienten- und Werbemarkt
 - ▶ Preispolitik im Rezipienten- und Werbemarkt
 - ▶ Kommunikationspolitik im Rezipienten- und Werbemarkt
 - ▶ Distributionspolitik im Rezipienten- und Werbemarkt

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Grundlagen Online-Marketing und Social Media (5 Credit Points)

- Online-Marketing
 - ▶ Usability – Benutzerfreundliche Corporate Websites
 - ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM)
 - ▶ Online-Werbung
 - ▶ Online-PR
 - ▶ E-Mail-Marketing
 - ▶ Affiliate-Marketing
 - ▶ Mobile Communications
 - ▶ Video-Marketing/Viral Marketing
 - ▶ Web Analytics
 - ▶ Cross Media Marketing
 - ▶ Multi-Channel-Marketing
- Social Media
 - ▶ Möglichkeiten und Grenzen
 - ▶ Social Media als Instrument der Marktforschung
 - ▶ Social Media im Rahmen der proaktiven Unternehmenskommunikation
 - ▶ Social Media im Rahmen der reaktiven Kommunikation und Dialogorganisation
 - ▶ Rechtliche Aspekte in Social Media

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Mikroökonomie (4 Credit Points)

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
- Einführung in die Angebots- und Nachfragetheorie
- Preisbildung auf Märkten bei vollkommener Konkurrenz
- Wirtschaftspolitische Eingriffe in Marktprozesse
- Theorie der Unternehmung
- Theorie des Marktversagens

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Wirtschaftsinformatik und neue Medien (4 Credit Points)

- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Daten, Informationen und Wissen in der IT
- Aufbau und Funktionen von Datenverarbeitungsanlagen, Hardware, Systemsoftware und Anwendungssoftware
- Datenspeicherung: Einführung in Datenbanksysteme
- Datenübertragung, Netzwerke und verteilte Systeme
- Trends der Vernetzung im Zuge von Industrie 4.0
- Organisationsfragen und rechtliche Aspekte
- Anwendungen der Wirtschaftsinformatik im Unternehmen
- Neue digitale Geschäftsmodelle – Perspektiven und Gefahren
- Grundlagen der IT-Sicherheit

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) oder Projektarbeit

Medienpraxis – Konzept und Redaktion (15 Credit Points)

- Konzept und Redaktion – Print (Recherche, Entwurf, Endredaktion)
- Produktion: Fotografie, Layout, Satz, Druck
- Konzept und Redaktion – TV/Radio (Treatment, Drehbuch, Storyboard, Animatic)
- Produktion: Aufnahmetechnik, Videogestaltung, Schnitt
- Konzept und Redaktion – Digital (Idee, Struktur, User Interface/User Experience)
- Produktion: Website-Gestaltung und Standardsoftware, Content Management Systeme
- Mobile (Location based Services, App-Entwicklung)
- Praxis crossmedialer Ansätze (inhaltliche und formale Integration)

Prüfungsleistung: Projektarbeit