

Modulhandbuch

Master

International Business Economics

Studienordnungsversion: 2021

gültig für das Sommersemester 2022

Erstellt am: 19. Mai 2022

aus der POS Datenbank der TU Ilmenau

Herausgeber: Der Präsident der Technischen Universität Ilmenau

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-26374

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.F	Ab- schluss	LP
	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP		
International Business Administration											FP	20
Accounting & Management Control 1	2	1	0	2	1	0					PL	5
Accounting & Management Control 2		2	1	0							PL	5
Business Model Innovation	2	1	0	2	1	0					PL 90min	5
Business-to-Business-Marketing		2	1	0							PL 90min	5
Datenanalyse und Data Mining		2	1	0							PL 90min	5
Derivative Finanzinstrumente	2	2	0	2	2	0					PL 90min	5
Fortgeschrittene Methoden der Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung		2	2	0							PL 90min	5
Motivation and Leadership		2	1	0							PL	5
Prognoserechnung	2	1	0	2	1	0					PL 90min	5
Strategic Management and Entrepreneurship	2	1	0	2	1	0					PL	5
Supply Chain and Closed Loop Management	3	1	0	3	1	0					PL 90min	5
International Economics											FP	20
Competition, Strategy and Institutions		3	0	0							PL	5
Die Ökonomik von Entertainment-, Kultur- und Eventmärkten		1	0	0							PL	5
Economic Policy	2	1	0	2	1	0					PL 90min	5
Empirical Research 1	2	1	0	2	1	0					PL	5
Empirical Research 2		2	1	0							PL	5
Innovation Economics		2	1	0							PL	5
International Trade		2	1	0							PL 90min	5
Law and Economics of Algorithms											PL	5
Medienökonomik: Theorie, Wettbewerb und Regulierung	3	0	0	3	0	0					PL	5
International Communication											FP	20
Applied Communication: Strategic Communication Management		0	2	0							PL	5
Computational Communication Research		0	3	0	3	0					PL	15
Current Challenges in Digital Communication Research		0	2	0							PL	5
Data Analysis: Methods in Empirical Communication Research	1	2	0	1	2	0					PL	5
Intercultural Communication	1	1	0	1	1	0					PL	5
Introduction to Computational Communication Science	0	2	0	0	2	0					PL	5
Managing Strategic Risk and Crisis Communication		0	2	0							PL	5
Media Management and Communication Theories	2	0	0	2	0	0					PL 15min	5
Qualitative and Quantitative Methods	1	2	0	1	2	0					PL	5
Research on Media Content, Media Usage, and Media Effects		0	2	1	0	2	1				PL	15
Graduate Research Seminar											FP	10
Hauptseminar Betriebswirtschaftslehre		0	0	0							PL	5
Hauptseminar Recht		0	0	0							PL	5
Hauptseminar Volkswirtschaftslehre		0	0	0							PL	5
Hauptseminar Wirtschaftsinformatik		0	0	0							PL	5
General / Electives / Languages											FP	20
New Technologies Research		0	2	1	0	2	1				PL	15
Next-Generation Applications		0	2	0							PL	5
Virtual and Augmented Reality for Communication		0	2	0	0	2	0				PL	5

Science								
Language Studies								FP 0
Final Thesis								FP 30
Master's Thesis			900 h					PL 30

Modul: Accounting & Management Control 1

Modulabschluss: mehrere Teilleistungen Art der Notengebung: Generierte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200796

Prüfungsnummer: 250013

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2521																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0				2	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students are able to apply management accounting techniques and tools in the decision making process according to firms' requirements and in line with environmental restrictions. They are able to implement management control systems to align operating activities in line with corporate objectives. The case study work and its presentation enables students to monitor their knowledge and apply it to a real world management control setting. During the seminars students solve assignments and are able to evaluate the performance of fellow students following group work and discussions. They consider criticism, comments and suggestions.

Vorkenntnisse

Internes Rechnungswesen (Cost Accounting)

Inhalt

The course advances methodological knowledge about management accounting and management control systems. A major focus is on responsibility center control, transfer pricing, performance measurement, and management compensation.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

beamer, overhead transparencies, desk notes, charts, Powerpoint-presentations, lecture notes, case studies

Literatur

Anthony/Govindarajan: Management Control System. 12. ed. New York: McGrawHill, 2007.

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul Accounting & Management Control 1 mit der Prüfungsnummer 250013 schließt mit folgenden Leistungen ab:

- schriftliche Prüfungsleistung über 90 Minuten mit einer Wichtung von 75% (Prüfungsnummer: 2500551)
- alternative semesterbegleitende Prüfungsleistung mit einer Wichtung von 25% (Prüfungsnummer: 2500552)

Details zum Abschluss Teilleistung 1:
written exam

Details zum Abschluss Teilleistung 2: Case study work and presentation of solutions

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
 Master Medienwirtschaft 2021
 Master Wirtschaftsinformatik 2021
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Accounting & Management Control 2

Modulabschluss: mehrere Teilleistungen Art der Notengebung: Generierte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200797 Prüfungsnummer: 250014

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Grüning

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0																		
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2521																		
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS											
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester																					
		2	1	0																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studenten sind in der Lage, strategische Entscheidungen von Unternehmen zu evaluieren und implementieren und auf ihrer Basis Steuerungssysteme zu implementieren. Durch die Fallstudienbearbeitung und -präsentation können Studenten ihre Kenntnisse überprüfen und anwenden, indem sie Unternehmen und deren Umfeld aus strategischer Sicht analysieren und eigene Lösungsvorschläge für unstrukturierte strategische Entscheidungssituationen generieren. Während der Übungen lösen Studenten Anwendungsfälle und können nach intensiven Diskussionen und Gruppenarbeit Leistungen ihrer Kommilitonen richtig einschätzen und würdigen. Sie berücksichtigen Kritik, beherzigen Anmerkungen und nehmen Hinweise an.

Vorkenntnisse

Internes Rechnungswesen, Accounting & Management Control 1

Inhalt

Das Fach vertieft Fähigkeiten und Kenntnisse zur strategischen Unternehmenssteuerung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Controlling von Geschäfts- und Unternehmensstrategien, wertorientiertem Controlling, strategischer Frühaufklärung und Performance Measurement-Systemen.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Schaubilder, Powerpoint-Presentation, Übungsskript

Literatur

Baum/Coenenberg/Günther: Strategisches Controlling. 5. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2013.

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul Accounting & Management Control 2 mit der Prüfungsnummer 250014 schließt mit folgenden Leistungen ab:

- schriftliche Prüfungsleistung über 90 Minuten mit einer Wichtung von 75% (Prüfungsnummer: 2500553)
- alternative semesterbegleitende Prüfungsleistung mit einer Wichtung von 25% (Prüfungsnummer: 2500554)

Details zum Abschluss Teilleistung 1: schriftliche Klausur

Details zum Abschluss Teilleistung 2: Fallstudienbearbeitung und Lösungspräsentation

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Business Model Innovation

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 201006 Prüfungsnummer: 2500624

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Elena Freisinger

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 82 SWS: 6.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2527

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

The course has provided students with a thorough understanding of the conceptual and theoretical foundations of business models and their innovation.

After attending the lecture, students have gained a thorough understanding of concepts, methods, and design elements of business models, are able to recognize and purposefully apply methods for innovation activities, and have a sound understanding of the theoretical foundations. The course has also enabled students to understand current problems of business model innovation, to specify the challenges, and to apply typical recommended solutions.

During the program, students have learned to apply the knowledge acquired in the lecture, to work through case studies as well as to cooperate in small groups, and to present results.

Vorkenntnisse

Inhalt

In this module, in-depth issues from the field of business model innovation are presented based on textbooks and scientific journal articles and discussed in terms of their implications. The focus is on the following topics, among others:

1. The business model concept
2. Theoretical perspectives on business models
3. Managing hybrid business models
4. The business model innovation concept
5. The business model innovation process
6. Opportunities for business model innovation
7. Business model innovation and ecosystems
8. Business model innovation and digital technologies

Theoretical perspectives on business model innovation

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Blackboard, PowerPoint slides, literature study, e-learning platform Moodle

Devices and Internet

Camera for video transmission (720p/HD), Microphone Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 Mbps),

End device that fulfills the technical requirements of the software needed.

Software

Installation of the Webex meeting application or browser-based use of the Webex meeting software

Literatur

Books:

Amit, R., & Zott, C. (2020). Business Model Innovation Strategy: Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders. John Wiley & Sons.

Afuah, A. (2014). Business model innovation: concepts, analysis, and cases. routledge.

Massa, L., & Tucci, C. (2020). Innovation and Business Models. In Oxford Encyclopedia of Business and Management. Oxford University Press.

Articles will be announced in the lecture and made available in moodle.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

elektronische Abschlussleistung in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

Moodle-Exam

Devices and Internet

Computer or laptop that meets the system requirements for the browser used and has Internet access.

The internet connection should be able to transfer at least 1 MBit/s (download) in a stable way.

Software

Browser: Mozilla Firefox version 80 upwards. Or Microsoft Internet Explorer (7/8/9). Other browsers may only be usable with restrictions.

In the browser: Allow cookies, enable JavaScript, allow pop-up windows.

For more information, see Handouts and working aids for digital teaching:

https://intranet.tu-ilmeneu.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Mechatronik 2017

Master Mechatronik 2022

Master Optische Systemtechnik/Optronik 2017

Modul: Business-to-Business-Marketing

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200789 Prüfungsnummer: 2500544

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 116 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2523

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students have a managerial perspective on the marketing function in firms that target business and government customers in both domestic and global contexts. They are familiar with specific aspects of customers and sales, purchasing and logistics, product development and innovation, as well as promotion strategies for B2B companies. They understand and apply models of analysis and other theoretical tools designed for the challenges that companies in B2B markets face, in particular for creating customer value, managing long-term relationships and translating it into appropriate marketing channel strategies. Students have expanded their social and communication skills by working in teams on case studies and group presentations.

Vorkenntnisse

Marketingmanagement & (Online-Marketing/Technologiemarketing), Fachsprache Englisch mind. B2

Inhalt

- Fundamentals of B2B marketing
- Creating Customer Value and Valuable Customer Relationships
- Marketing Channels and Supply Chain Management
- Managing B2B Marketing Channels
- Communications Strategy in B2B markets

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Moodle Course: B2B-Marketing (summer term 2022)
 Powerpoint presentation, Moodle, case studies

Webex (browser-based/app)

Required are:

- Camera for video transmission (720p/HD),
- microphone,
- Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 MBit/s),
- End device that meets the technical requirements of the required software.

For further information, e.g. on the software, see "Technical requirements for distance teaching and/or distance examinations": https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

electronic final performance in distance according to § 6a PStO-AB

Moodle-Exam

Equipment and Internet

Computer or laptop that meets the system requirements for the browser used and has Internet access.

The internet connection should be able to transmit at least 1 MBit/s (download) in a stable manner.

Software

Browser: Mozilla Firefox version 80 upwards. Or Microsoft Internet Explorer (7/8/9). Other browsers may only be usable with restrictions.

In the browser: Allow cookies, activate JavaScript, allow pop-up windows.

For more information, see Handouts and working aids for digital teaching: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Literatur

u. a. Michael D. Hutt and Thomas W. Speh (2016), Business Marketing Management (12th ed.), Publisher: Cengage Learning. ISBN: 978-1-337-29654-0.

Detailangaben zum Abschluss

Students have the opportunity to earn bonus points by voluntarily submitting extra assignments. Detailed information will be announced in the lecture/through Moodle. Bonus points are extra credit up to 10 % of the number of points obtainable in the written exam.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

electronic final performance in distance according to § 6a PStO-AB

Moodle-Exam

Equipment and Internet

Computer or laptop that meets the system requirements for the browser used and has Internet access.

The internet connection should be able to transmit at least 1 MBit/s (download) in a stable manner.

Software

Browser: Mozilla Firefox version 80 upwards. Or Microsoft Internet Explorer (7/8/9). Other browsers may only be usable with restrictions.

In the browser: Allow cookies, activate JavaScript, allow pop-up windows.

For more information, see Handouts and working aids for digital teaching: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Datenanalyse und Data Mining

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200784 Prüfungsnummer: 2500539

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 116 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2532

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, multivariate Daten zu analysieren und entsprechende Methoden bei der Auswertung multivariater Daten richtig einzusetzen. Sie können die Analyseergebnisse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren. Nach intensiven Diskussionen und Gruppenarbeit während der Übungen sind die Studierenden in der Lage, Leistungen ihrer Mitkommilitonen richtig einschätzen und würdigen. Sie berücksichtigen Kritik, beherzigen Anmerkungen und nehmen Hinweise an.

Mit der Vorlesung werden vor allem Fach- und Methodenkompetenz, mit der Übung zusätzlich Sozialkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Daten- und Distanzmatrizen
 - 1.1 Objekte, Merkmale, Distanzen
 - 1.2 Merkmalstypen und ihre Distanzen
 - 1.3 Aggregation von Distanzen
2. Clusteranalyseverfahren
 - 2.1 Klassifikationstypen
 - 2.2 Startheuristiken
 - 2.3 Bewertungskriterien
 - 2.4 Partitionierende Klassifikationsverfahren
 - 2.5 Hierarchische Klassifikationsverfahren
3. Repräsentationsverfahren
 - 3.1 Mehrdimensionale Skalierung
 - 3.2 Faktorenanalyse
4. Identifikationsverfahren
 - 4.1 Multiple Regression

4.2 Diskriminanzanalyse

4.3 Varianzanalyse

5. Assoziationsanalyse

5.1 Interessantheitsmaße

5.2 Generierung von Assoziationsregeln

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien. Skript, Aufgabensammlung und die letzten 8 Klausuren (verfügbar per Download), Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=223>

Literatur

Jeweils in der aktuellen Auflage:

- Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Springer, Berlin
- Bankhofer, Vogel: Datenanalyse und Statistik. Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Gabler, Wiesbaden
- Bausch, T.; Opitz, O.: PC-gestützte Datenanalyse mit Fallstudien aus der Marktforschung, Vahlen, München
- Bowerman, B.L.; O'Connell, R.T.: Forecasting and time series, Duxbury Press
- Everitt, B.; Dunn, G.: Applied Multivariate Data Analysis, Arnold, London
- Fahrmeir, L.; Hamerle, A.; Tutz, J.: Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin
- Gaul, W.; Baier, D.: Marktforschung und Marketing Management: computerbasierte Entscheidungsunterstützung, Oldenbourg
- Hartung, J.; Elpelt, B.: Multivariate Statistik, Oldenbourg, München
- Opitz, O.: Numerische Taxonomie, UTB, Fischer, Stuttgart
- Jobson, J.D.: Applied Multivariate Data Analysis, Volume I: Regression and Experimental Design, Springer, New York
- Jobson, J.D.: Applied Multivariate Data Analysis, Volume II: Categorical and Multivariate Methods, Springer, New York

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021

Modul: Derivative Finanzinstrumente

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200792 Prüfungsnummer: 2500547

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 60	SWS: 8.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	2	0				2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Fußend auf den Grundlagenkenntnissen zur Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten verfügen die Studierenden über ein vertieftes Wissen hinsichtlich derivativer Finanzinstrumente, deren Bedeutung in der Praxis ebenso wie in der Theorie rasant zunimmt und weiter zunehmen wird. Nach Besuch der Vorlesung verstehen sie die Funktionsweise unter anderem von Futures, Optionen, Swaps und Zertifikaten, können diese analysieren und bewerten und zielgerichtet für die Optimierung der Unternehmensfinanzierung im nationalen und internationalen Kontext nutzbar machen. Nach den intensiven Diskussionen während der Übungen können die Studierenden Leistungen ihrer Kommilitonen richtig einschätzen und würdigen. Sie berücksichtigen Kritik, beherzigen Anmerkungen und nehmen Hinweise an. Wegen des Einübens der Methodenanwendung in der Übung beherrschen sie einen sicheren und kompetenten Umgang mit modernen innovativen Finanzierungsinstrumenten, den sie sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen nutzbar machen können.

Vorkenntnisse

Kenntnisse, wie sie in der Veranstaltung "Finanzmärkte" vermittelt werden, sind dringend erforderlich, d.h. grundlegenden Kenntnisse über das Wesen der Finanzmärkte einschließlich der einschlägigen Kapitalmarkttheorie sowie speziell bezüglich der Instrumente der Kassamärkte. Derivate Finanzinstrumente beziehen sich auf diese sogenannten Underlyings, so dass der Inhalt der Veranstaltung von den Teilnehmenden ohne Vorliegen dieser genannten Grundkenntnisse nicht zu verstehen und einzuordnen ist.

Inhalt

1. Überblick über Finanzinnovationen
2. Financial Futures: institutionelle Beschreibung, Bewertung, DAX-Future und Bund-Future, Anlagestrategien
3. Optionen: institutionelle Beschreibung (Options, Optionsscheine), Bewertung, Kennzahlen, fundamentale Eigenschaften (z.B. Hebelwirkung, Put-Call-Parität), Anlagestrategien
4. moderne Derivate (Beschreibung, Analyse und Bewertung): Zertifikate, Contracts for Difference)
5. Swaps: institutionelle Beschreibung, Analyse der Wirkungsweise, Strategien
6. Währungsrisikomanagement mit derivativen Finanzinstrumenten
7. Kreditrisikotransfer, insbesondere Kreditderivate
8. Exchange Traded Funds (ETFs)

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium
 Moodle-Kurs Derivative Finanzinstrumente

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:
 Trost: Vorlesungsskript Derivative Finanzinstrumente, TU Ilmenau
 Hull: Optionen, Futures und andere Derivate, München
 Perridon/Steiner, Finanzwirtschaft der Unternehmung, München
 Rudolph/Hofmann/Schaber/Schäfer, Kreditrisikotransfer, Berlin-Heidelberg
 Rudolph/Schäfer, Derivative Finanzmarktinstrumente, Berlin-Heidelberg
 Steiner/Bruns, Wertpapiermanagement, Stuttgart
 Stocker, Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Wiesbaden

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

schriftliche Aufsichtsarbeiten (Klausur) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB (per Moodle Exam)

technische Voraussetzung: Internetverbindung mit mind. 4 MBit/s

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Fortgeschrittene Methoden der Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200793

Prüfungsnummer: 2500548

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 105	SWS: 4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2524

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Fußend auf den Grundlagenkenntnissen zur Finanzwirtschaft und zu Kapitalmärkten verfügen die Studierenden über eine über das übliche Basiswissen aus einführenden Kursen hinausgehende Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Investitionsbewertung. Nach Besuch der Vorlesung kennen und verstehen sie fortgeschrittene Methoden der Investitionsrechnung ebenso wie Ansätze zur Lösung spezieller Fragestellungen und können diese wegen des Einübens in den Übungen einsetzen. Sie können gewonnene Aussagen aufgrund des fundierten Wissens über die Limitierungen der einzelnen Verfahren kritisch einschätzen und den Einsatz der verschiedenen Verfahren gegeneinander abwägen. Zusätzlich haben die Studierenden eine besonders hohe Methodenkompetenz in Fragen der Unternehmensbewertung gepaart mit fundiertem Wissen über Anwendungsprobleme. Dies befähigt sie, sich "auf Augenhöhe" mit Beratern und Spezialisten zu bewegen, die auf diesem zunehmend wichtig werdenden Gebiet die Unternehmen oft in fremdbestimmte Entscheidungen treiben. Nach den intensiven Diskussionen während der Übungen können die Studierenden Leistungen ihrer Kommilitonen richtig einschätzen und würdigen. Sie berücksichtigen Kritik, beherzigen Anmerkungen und nehmen Hinweise an. Ihre Kenntnisse und Fertigkeiten für den sicheren und kompetenten Umgang mit der Bewertung von Investitionen - insbesondere auch von Investitionen in ganze Unternehmen - können die Studierenden sowohl bei einschlägigen kaufmännischen Tätigkeiten als auch bei der Abbildung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Prozesse in IT-Systemen nutzbringend einsetzen.

Vorkenntnisse

Kenntnisse, wie sie in den Veranstaltungen "Finanzierung und Investition" und "Finanzmärkte" vermittelt werden, denn Inhalt der Veranstaltung ist zum einen die vertiefte Behandlung der Investitionsrechnung. Hierfür müssen die Grundlagen der Investitionsrechnung beherrscht werden, was in "Finanzierung und Investition" vermittelt wird. Unternehmensbewertung zum anderen ist einerseits eine spezielle Investitionsrechnung, so dass dies auch hierfür gilt. Andererseits erfordert die Anwendung der Unternehmensbewertungsverfahren Wissen und Verständnis bezüglich der umgebenden Finanzmärkte, was Gegenstand der Veranstaltung "Finanzmärkte" ist.

Inhalt

Investitionsrechnung (Vertiefung):

- optimale Nutzungsdauer und Ersatzentscheidung
- Endwertmethoden, Sollzinssatzmethoden, Baldwin-Rendite
- explizite und implizite Annahmen dynamischer Verfahren
- Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit, Realloptionsansatz
- Investitionsprogrammplanung

Unternehmensbewertung:

- Methodenüberblick
- Multiplikatorenmethode (Marktwertansatz)
- Discounted Cashflow-Methoden
- Ertragswertmethode nach aktuellem IDW-Standard
- Economic Value Added

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Vorlesungsskript, Übungsskript, Literaturstudium

Literatur

Jeweils in der die aktuellsten Auflage:

Trost, Vorlesungsskript Fortgeschrittene Methoden der Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung, TU Ilmenau

zur Investitionsrechnung:

- Blohm/Lüder/Schaefer, Investition, München
- Kruschwitz, Investitionsrechnung, München
- Perridon/Steiner/Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, München

zur Unternehmensbewertung:

- Ballwieser, Unternehmensbewertung, Stuttgart
- Damadoran, Investment valuation, New York
- Drukarczyk/Schüler, Unternehmensbewertung, München
- Mandl/Rabel, Unternehmensbewertung, Wien
- Peemöller, Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Herne/Berlin

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

schriftliche Aufsichtsarbeiten (Klausur) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB (per Moodle Exam)

technische Voraussetzung: Internetverbindung mit mind. 4 MBit/s

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Motivation and Leadership

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200823

Prüfungsnummer: 2500580

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2525

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Durch die Vorlesung Unternehmensführung 4 "Motivation und Leadership" verstehen die Studierenden, wie Führungskräfte das Leistungsverhalten der Mitarbeiter eines Unternehmens beeinflussen können (Fachkompetenz).

Die Studierenden haben Fachkompetenzen zu klassischen Motivations- und Führungstheorien sowie zu neueren Ansätzen der Führungslehre, wie dem dem Management von Teams und Shared Leadership erworben.

Im Rahmen der begleitenden Fallstudienübung sind die Studierenden befähigt in Gruppenarbeit Fallbeispiele basierend auf den in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen zu analysieren und können das Erlernte praktisch anwenden (Methodenkompetenz, Sozialkompetenz).

Vorkenntnisse

Bachelor Module "Grundlagen der Unternehmensführung", knowledge from a bachelor degree in Business Studies or Management.

Inhalt

I Fundamentals of Motivation and Leadership

1. Human Capital Theory – making the best of your workforce
2. Ideas of Leadership and Leaders
3. Concepts of Man and Consequences for Motivation and Leadership

II Individual and Collective Learning

1. Behavioral Conditioning – Pavlov and Skinner
2. Social-cognitive Learning – Albert Bandura
3. Experiential Learning – Lewin, Kolb and Senge

III How to motivate your Employees

1. Fundamentals of Motivation – from Darwin to Heckhausen
2. Content Theories of Motivation – Maslow, Herzberg, McClelland
3. Process Theories of Motivation – Vroom, Locke, Adams, Porter/Lawler

IV Leading Individual Employees

1. Trait-based leadership – House, Daft, Costa and McCrae
2. Behavioral leadership concepts – Blake/Mouton, Bass, Conger/Canungo
3. Situational leadership concepts – Tannenber/Schmid, Hersey/Blanchard, Fiedler

V Leading Teams

1. Fundamentals of teams at the workplace
2. Concepts of team processes
3. Boundary spanning activities

VI New Leadership – Letting go of Control

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Tafelbild, PowerPoint-Folien, Literaturstudium/Fachaufsätze, e-learning-Plattform moodle

Die Vorlesung findet als Präsenzvlesung statt, sofern nicht die Pandemielage oder Erkrankung des Dozenten

eine web-basierte Lehre erforderlich machen.
Für web-basierte Lehre werden benötigt:

- Kamera für Videoübertragung (720p/HD),
- Mikrofon,
- Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
- Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.
- Webex (browserbasiert/Applikation)

Weitere Hinweise z. B. zur Software finden Sie unter Technische Voraussetzungen für Distanz-Lehre und/oder Distanz-Prüfungen: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Literatur

Bass, B.M. (1985): Leadership and Performance beyond Expectations

Bass, B.M. (1990): Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications, 3. Aufl.

Lieber, Bernd (2011): Personalführung, 2. Aufl.

Peters, T. (2015): Leadership. Traditionelle und moderne Konzepte

Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement, 3. Aufl.

The SAGE Handbook of Leadership, 2011

Detailangaben zum Abschluss

- The aPL consists of three case study assignments (group assignments) during term and a final written examination (individual assignment) at the end of semester.
- Each part of the aPL must be passed independently to pass the module.
- You will be assigned to a team by random. The administration of assignments and submissions will be managed through moodle.
- Group assignments: Solutions will be presented in class (tutorial, not lecture). You will receive written feedback and a grade per assignment (15% per assignment).
- Individual assignment: written exam (classroom or online depending on Covid19 pandemic) as the final part of the aPL (55%).

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

Sofern erforderlich aufgrund der Pandemielage erforderlich elektronische Abschlussleistung in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Prognoserechnung

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200783

Prüfungsnummer: 2500538

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Udo Bankhofer

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2532																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	1	0				2	1	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wichtigsten Prognosetechniken und können diese in Bezug auf ihre Anwendungsmöglichkeiten einordnen. Sie sind in der Lage, die Güte getroffener Vorhersagen anhand objektiver Kriterien zu bewerten. Die Studierenden sind mit multivariaten Prognoseverfahren so weit vertraut, um entsprechende Modelle verstehen und praktisch anwenden zu können. Sie beherrschen die Zerlegung gegebener Zeitreihen in Komponenten und deren Extrapolation in die Zukunft. Die Studierenden können lineare Modelle an stationäre Zeitreihen anpassen und damit kurzfristige Vorhersagen erstellen. Nach intensiven Diskussionen und Gruppenarbeit während der Übungen sind die Studierenden in der Lage, Leistungen ihrer Mitkommilitonen richtig einschätzen und würdigen. Sie berücksichtigen Kritik, beherzigen Anmerkungen und nehmen Hinweise an.

Mit der Vorlesung werden vor allem Fach- und Methodenkompetenz vorrangig für Entwicklungs- und Wirkungsprognosen, mit der Übung zusätzlich Sozialkompetenz vermittelt.

Vorkenntnisse

Bachelorabschluss

Inhalt

1. Einführung und Überblick
2. Multivariate Prognoseverfahren

- Regressionsanalyse
- Diskriminanzanalyse
- Entscheidungsbäume

3. Komponentenmodelle

- Grundmodell und Varianten
- Schätzung der Komponenten
- Modellbeurteilung

4. Lineare Zeitreihenmodelle

- Autoregressive Modelle
- MA-Modelle
- ARMA-Modelle
- ARIMA-Modelle

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Interaktives Tafelbild, PowerPoint-Folien. Skript, Aufgabensammlung und die letzten 8 Klausuren (verfügbar per

Literatur

Jeweils in der aktuellen Auflage:

Bankhofer, U.; Vogel, J.: Datenanalyse und Statistik, Gabler, Wiesbaden
Fahrmeir, L.; Hamerle, A.; Tutz, G.: Multivariate statistische Verfahren, de Gruyter, Berlin
Hansmann, K.-W.: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren, Gabler, Wiesbaden
Makridakis, S.; Wheelwright, S.; Hyndman, R.: Forecasting, Wiley, New York
Merstens, P.; Rässler, S. (Hrsg.): Prognoserechnung, Physica, Heidelberg
Rinne, H.; Specht, K.: Zeitreihen - Statistische Modellierung, Schätzung und Prognose, Vahlen, München
Schlittgen, R.: Angewandte Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien
Schlittgen, R.; Streitberg, B.: Zeitreihenanalyse, Oldenbourg, München, Wien

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Medienwirtschaft 2021
Master Wirtschaftsinformatik 2021

Modul: Strategic Management and Entrepreneurship

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200824 Prüfungsnummer: 2500581

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

The learning results of this unit are as follows:

1) Knowledge and understanding

Both disciplines Strategic Management and Entrepreneurship are young disciplines. The former is largely theory driven, while the latter is phenomenon driven and experiential. In this module, we make the attempt to contrast them, but we also try to show how they are complimentary. As a result students have imparted a general understanding of Strategic Management and Entrepreneurship and have gained 'up to date' knowledge on selected challenges within both disciplines.

2) Intellectual skills

Students are enabled to think critically and to be creative: manage the creative processes in self and others; organise thoughts, analyse, synthesise and critically appraise. This includes the capability to identify assumptions, evaluate statements in terms of evidence, detect false logic or reasoning, identify implicit values, define terms adequately and generalise appropriately.

3) Professional practical skills

Students have effective performance skills within team environments and have the ability to recognise and utilise individuals' contributions in group processes and to negotiate and persuade or influence others. They have knowledge in team selection, delegation, development and management.

4) Transferable (key) skills

Students have developed effective two-way communication: listening, effective oral and written communication of complex ideas and arguments, using a range of media, including the preparation of business reports
 Students possess highly personal effectiveness: critical self-awareness, self-reflection and self-management; time management; sensitivity to diversity in people and different situations and the ability to continue to learn through reflection on practice and experience

Vorkenntnisse

Es werden Inhalte aus dem Modul "Grundlagen der Unternehmensführung" sowie Zusammenhänge zwischen den wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten des Bachelorstudiums vorausgesetzt

Inhalt

Unit outline:

I. Entrepreneurship and Innovation

- Entrepreneurship and Economic Growth
- Schumpeterian and Kirzner Opportunities
- The Field of Entrepreneurship

II. What is Strategy?

- History of and Perspectives on Strategy
- Strategy Context, Content, and Process
- Putting strategy in it's place

III: Dominant Perspectives within Strategic Management

- Economizing versus Strategizing

- Market-based View: How much does Industry matter?
- Resource-based View: Really?

IV. Dynamic Capabilities and Timing Strategies

- Dynamic Capabilities and Competitive Advantage
- Managerial Cognition: The fourth Dynamic Capability
- Framework for Resource Orchestration

V. (Digital) Business Models in (Digital) Industry Architectures

- Of Architectures, Industry, and Organizational Advantage
- Designing and Innovating Business Models

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

PowerPoint-Folien, Tafelbild, Skript, Literaturstudium, Case Study Tutorial

Webex (browserbasiert/Applikation)

Es werden benötigt:

- Kamera für Videoübertragung (720p/HD),
- Mikrofon,
- Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
- Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.

Weitere Hinweise z. B. zur Software finden Sie unter Technische Voraussetzungen für Distanz-Lehre und/oder Distanz-Prüfungen: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Literatur

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. "Ethnicity and entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* (1990): 111-135.
- Alvarez, Sharon A., and Lowell W. Busenitz. "The entrepreneurship of resource-based theory." *Journal of Management* 27.6 (2001): 755-775.
- Amit, R. & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.
- Baker, Ted, and Reed E. Nelson. "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly* 50.3 (2005): 329-366.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy* 98, 893-921.
- Burgelman, Robert A. "Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study." *Management Science* 29.12 (1983): 1349-1364.
- Conner, Kathleen R. "A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm?." *Journal of Management* 17.1 (1991): 121-154.
- Eggers, J. P. & Kaplan, S. (2013). Cognition and capabilities: a multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 295-340.
- Foss, Kirsten, and Nicolai J. Foss. "Resources and transaction costs: how property rights economics furthers the resource-based view." *Strategic Management Journal* 26.6 (2005): 541-553.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Greve, Arent, and Janet W. Salaff. "Social networks and entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1 (2003): 1-22.
- Ireland, R. Duane, Michael A. Hitt, and David G. Sirmon. "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions." *Journal of Management* 29.6 (2003): 963-989.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kim C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 76-84.
- Lounsbury, Michael, and Mary Ann Glynn. "Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources." *Strategic Management Journal* 22.6-7 (2001): 545-564.
- Nelson, Richard R., and Sidney G. Winter. "Evolutionary theorizing in economics." *The Journal of Economic Perspectives* 16.2 (2002): 23-46.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2010): Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, NJ: Wiley. Online: : <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Oviatt, Benjamin M., and Patricia P. McDougall. "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29.5 (2005): 537-554.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1992): Economics, Organization and Management. Chapter 5: Bounded rationality and private information.

Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.

Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. (pp. 21-38). *Harvard Business Review*, 21-38.

Porter, Michael E. "The contributions of industrial organization to strategic management." *Academy of Management Review* 6.4 (1981): 609-620.

Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." *Academy of Management Review* 26.2 (2001): 243-263.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Shelanski, H. A., & Klein, P. G. (1995). Empirical research in transaction cost economics: a review and assessment. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 335-361.

Tirole, Jean. "Cognition and incomplete contracts." *The American Economic Review* 99.1 (2009): 265-294.

Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33.

Additional reading material will be provided in the virtual classroom on moodle2.tu-ilmenau.de and during class!

Detailangaben zum Abschluss

One individual assignment (10%), two group assignments (10% each), one final "take home exam" via moodle exam (70%)

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen
elektronische Abschlussleistung in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Medienwirtschaft 2021
Master Wirtschaftsinformatik 2021
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Supply Chain and Closed Loop Management

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch und Deutsch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200765 Prüfungsnummer: 2500516

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Rainer Souren

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 60 SWS: 8.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2522

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	3	1	0				3	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden haben detaillierte Kenntnisse des über- und innerbetrieblichen Produktions- und Logistikmanagements erlangt und können diese in das Supply Chain Management einordnen. Sie haben die wesentlichen Gestaltungsaspekte der langfristigen kundenorientierten Produkt(ions)programmplanung kennen gelernt und umfassende Kenntnisse über Modelle zur Gestaltung logistischer Netzwerkstrukturen, zur Standortplanung sowie zur Gestaltung und Planung unterschiedlicher Fertigungs- und Materialflusskonzepte bzw. -systeme erlangt. Durch die Vermittlung in der Vorlesung haben sie eine Vielzahl von Planungsverfahren erlernt, die sie sowohl auf den Hinweg der Produktion und Distribution als auch auf den Rückweg (Kollektions- und Reduktionsprozesse) beziehen und deren Unterschiede sie kritisch analysieren können. Durch die Übung haben die Studierenden die Fähigkeit erlangt, die in der Vorlesung behandelten Aspekte anhand kleiner Übungsaufgaben und umfassender Fallstudien selbständig anzuwenden. Dabei beherzigen sie Anmerkungen und Hinweise der Übungsleiter und ihrer Kommilitonen.

Students have acquired detailed knowledge of inter- and intra-company production and logistics management and are able to apply it in supply chain management and analogous issues of circular economy. They have become familiar with the essential design aspects of long-term customer-oriented product(ion) program planning and have acquired comprehensive knowledge of models for the design of logistical network structures, for site location planning and for the design and planning of different production and material flow concepts and systems. In the lecture courses, they have learned a variety of planning procedures that they can relate to both the outbound route of production and distribution and the return route (collection and reduction processes). Hence, they are able to differentiate between them. Through exercise course, students have acquired the ability to independently apply the aspects covered in the lecture by means of small exercises and comprehensive case studies. In doing so, they observe comments and advice of the tutor and their fellow students.

Vorkenntnisse

Wiwi. Bachelorabschluss, inkl. Grundlagen der Produktionswirtschaft
 Economic Bachelor degree, incl. basics of production management

Inhalt

- Part A: Conceptual Framework and Foundations
1. Supply Chain and Closed Loop Management: Introduction to an Important Management Topic
 2. Consumers and Products as Key Drivers for Successful SCM
 3. Bullwhip Effect and the Beer Game: Why Does Coordination Matter? (Game will be played at the beginning of Exercise Classes)
- Part B: Intercompany Network Planning
4. Supply Chain and Closed Loop Network Planning: A Complex Management Task
 5. Institutional Aspects: Suppliers and Intermediaries in Sourcing, Distribution and Recovery Networks
 6. Site Location Planning
 7. Transportation Planning
 8. Inventory and Routing Decisions in Returnable Container Planning
- Part C: Firm-internal Network and Process Planning
9. Asset Management: Capacity and Layout Planning
 10. Assembly Line Balancing
 11. Production Control and Material Flow Concepts
 12. Recovery Process Planning

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Moodle-Kurs: Supply Chain and Closed Loop Management (Wintersemester 2021/22)
Vorlesung: überwiegend Power-Point-Präsentationen, ergänzender Einsatz des Presenters
Übung: Presenter
Lehrmaterial: PDF-Dateien der Präsentationen und Übungsaufgaben im Moodle-System

Für den Fall, dass ein Wechsel von Präsenzunterricht in Online-Lehre angeordnet wird, sind zusätzlich folgende Voraussetzungen notwendig:

Webex (browserbasiert/Applikation)

Es werden benötigt:

- Kamera für Videoübertragung (720p/HD),
- Mikrofon,
- Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
- Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.

Weitere Hinweise z. B. zur Software finden Sie unter „Technische Voraussetzungen für Distanz-Lehre und/oder Distanz-Prüfungen“: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Moodle Course: Supply Chain and Closed Loop Management (winter term 2021/22)
Lecture and Exercise Course: Power-Point-Slides and hand-written notes via presenter
Materials available via Moodle

In the event that a change from face-to-face to online teaching is ordered, the following additional requirements are necessary:

Webex (browser-based/app)

Required are:

- Camera for video transmission (720p/HD),
- microphone,
- Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 MBit/s),
- End device that meets the technical requirements of the required software.

For further information, e. g. on the software, see "Technical requirements for distance teaching and/or distance examinations": https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Literatur

Kein durchgängiges Lehrbuch verfügbar, relevante englischsprachige Literatur zu Beginn jedes Kapitels angegeben. Übergreifende Begleitliteratur: s. u.

No single textbook that covers all topics to a sufficient extent, but excerpts from various textbooks as well as journal articles recommended and partly provided via Moodle; details on core literature at the beginning of each chapter.

Important supporting literature:

- Chopra, S.: Supply Chain Management, 7. ed., Harlow 2019
- Heizer, J./Render, B./Munson, C.: Principles of Operations Management, 11. ed., Harlow 2021
- Ivanov, D./Tsipoulanidis, A./Schönberger, J.: Global Supply Chain and Operations Management, Switzerland 2017
- Jacobs, F.R./Chase, J.B.: Operations and Supply Chain Management, 16. ed., New York 2021
- Min, H.: The Essentials of Supply Chain Management, USA 2015

Detailangaben zum Abschluss

Schriftliche Prüfungsleistung (90 Minuten) wird sowohl in englischer als auch deutscher Sprache angeboten.
Written examination in english as well as german language.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

Prüfungsgespräch (mündliche Abschlussleistung) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

Webex (browserbasiert/Applikation)

Es werden benötigt:

- Kamera für Videoübertragung (720p/HD),
- Mikrofon,
- Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
- Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.

Weitere Hinweise z. B. zur Software finden Sie unter „Technische Voraussetzungen für Distanz-Lehre und/oder Distanz-Prüfungen“: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

Examination talk (oral final performance) at a distance according to § 6a PStO-AB

Webex (browser-based/app)

Required are:

- Camera for video transmission (720p/HD),
- microphone,
- Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 MBit/s),
- End device that meets the technical requirements of the required software.

For further information, e.g. on the software, see "Technical requirements for distance teaching and/or distance examinations": https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Competition, Strategy and Institutions

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200785

Prüfungsnummer: 2500540

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2541							
SWS nach Fach- semester	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
		3 0 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Strategic business behavior on competitive markets lies at the heart of any market economic system. Upon successful completion of the learning process of this course, students are able to:

- . recognize competitive interaction in realistic market environments (oligopolies; presence of competition rules and regulatory institutional frameworks);
- . present and explain principles and concepts of the modern, state-of-the-art economics of competition, strategy, and institutions;
- . develop pro and con lines of reasoning to create a scientific analysis of specific purpose-designed and real-world cases;
- . assess theoretical and empirical problems in competition, strategy, and institutions on a high academic level;
- . provide a scientific analysis of competition, strategy and institutions by applying advanced theories, concepts, tools and methods to a purpose-designed case and derive expert-level conclusions.

For instance, successful students independently apply state-of-the-art scientific knowledge for analyzing the pros and cons of different business strategies from a social perspective and a perspective of strategic business behaviour in complex (interactive) market environments.

The learning process includes lectures dominated by interactive elements, and individual and group tasks. Students are actively involved into discussion of taught topics. During work in groups on case studies, students apply their knowledge to find assessment standards for specific purpose-designed and real-world cases, design a strategy for presentation of outcomes and discuss them with classmates.

Vorkenntnisse

Microeconomics

Inhalt

1. Introduction
2. The Economic Theory of Competition, Strategy, and Institutions
3. Unilateral Strategies with Strategic Interdependency
 - 3.1 Predatory Pricing Strategies
 - 3.2 Advertising and Brands
 - 3.3 Bundling & Tying, Exclusive Dealing and Boycotts
 - 3.4 Raising Rivals' Costs
 - 3.5 European Competition Policy Framework
4. Mergers and Acquisitions
 - 4.1 General Notes
 - 4.2 Analyzing Mergers - European Competition Policy
5. Public Interest Considerations in Merger Control
 - 5.1 "Real" Public Interests
 - 5.2 Evaluation of Public Interests in European Merger Control
6. Cartels, Cooperation, Alliances and Networks
 - 6.1 Types and Effects of Enterprise Cooperation
 - 6.2 The Problem of Stability
 - 6.3 Detection of cartels
 - 6.4 European Competition Policy Framework
7. The Global Dimension
 - 7.1 Market Concentration Worldwide
 - 7.2 International Antitrust Institutions

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

PowerPoint-presentations with animation; Work in groups; Case studies; Project work; Exercises.
Lecture slides and accompanying material of the exercises are available in Moodle course.
e-Exam

Literatur

- . Bishop, S. & Walker, M., *The Economics of EC Competition Law*, the newest edition, London: Sweet & Maxwell.
- . Motta, M., *Competition Policy: Theory and Practice*, the newest edition, Cambridge: Cambridge University Press.
- . Kerber, W. & Schwalbe, U., *Economic Principles of Competition Law*, in: F. J. Säcker et al. (eds), *Competition Law: European Community Practice and Procedure*, London: Sweet & Maxwell 2008, pp. 202-393.
- . Schwalbe, U. & Zimmer, D., *Law and Economics in European Merger Control*, the newest edition, Oxford: Oxford University Press.
- . Bagwell, K., *The Economic Analysis of Advertising*, in: *Handbook of Industrial Organization*, Vol. 3, Amsterdam: Elsevier 2007, 1703-1844.
- . Budzinski, O., *Impact Evaluation of Merger Control Decisions*, in: *European Competition Journal* 9 (1), 2013, 199-224.
- . Budzinski, O., *International Antitrust Institutions*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 119-146.
- . Choi, J.P. & Gerlach, H., *Cartels and Collusion: Economic Theory and Experimental Economics*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 415-441.
- . Levenstein, M.C. & Suslow, V.Y., *Cartels and Collusion: Empirical Evidence*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 442-463.
- . Elzinga, K.G. & Mills, D.E., *Predatory Pricing*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 2, Oxford: OUP 2015, 40-61.
- . Jayaratne, J. & Ordober, J., *Coordinated Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 509-528.
- . Keating, B. & Willig, R.D., *Unilateral Effects*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 466-508.
- . Salinger, M.A., *Vertical Mergers*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 551-586.
- . Salop, S.C. & Scheffman, D.T., *Raising Rivals' Costs*, in: *The American Economic Review* 73 (2), 1983, 267-271.
- . Scheffman, D.T. & Higgins, R.S., *Twenty Years of Raising Rivals' Costs: History, Assessment, and Future*, in: *George Mason Law Review* 12 (2), 2013, 371-387.
- . Tirole, J., *The Analysis of Tying Cases: A Primer*, in: *Competition Policy International* 1 (1), 2005, 1-25.
- . White, L.J., *Monopoly and Dominant Firms: Antitrust Economics and Policy Approaches*, in: R.D. Blair & D.D. Sokol (eds.), *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Vol. 1, Oxford: OUP 2015, 313-344

Detailangaben zum Abschluss

2 essays, max 50 points each

Essays are written in form of open book examination, i.e. all available materials may be used

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Media and Communication Science 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Die Ökonomik von Entertainment-, Kultur- und Eventmärkten

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200795 Prüfungsnummer: 2500550

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 139 SWS: 1.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2541

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				1	0	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können spezielle ökonomische Theorien zu Unterhaltungsmärkten und Kulturökonomik erläutern.
 Sie erkennen mit Hilfe von vorhandenen Vorkenntnissen den Zusammenhang mit allgemeinen ökonomischen Konzepten.
 Nach Abschluss des Lernprozesses sind die erfolgreichen Studierenden in der Lage die wesentlichen ökonomischen Aspekte von Unterhaltungsmärkten sowie der Regulierung von dieser Märkte zu erläutern.
 Sie sind dazu in der Lage, den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen. Erfolgreiche Studierende können verschiedene Meinungen und Literaturströme im Bereich Kulturökonomik, Entertainment und Events identifizieren und systematisieren.
 Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende dazu in der Lage, offene Fragen nach einer in der Ökonomik anerkannten Systematik zu bearbeiten und eine eigenständige Position zu beziehen. Die erfolgreichen Studierenden haben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse sowohl schriftlich als auch mündlich vor eine Gruppe zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten.

Vorkenntnisse

Mikroökonomik, Grundlagen der VWL

Inhalt

1. Entertainment und Unterhaltungsmärkte
2. Content und Kulturökonomik
3. Medien und Events

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Power-Point-Folien; Gruppenarbeit; Fallstudien, Übungsaufgaben

Literatur

Themenspezifische Literatur zu Beginn des Kurses

Detailangaben zum Abschluss

Präsentation und Diskussion eigener Forschungsinhalte einer Fallstudie; im Krankheitsfall wird eine Wiederholungsprüfung angeboten

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021

Modul: Economic Policy

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200844

Prüfungsnummer: 2500605

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester	2 1 0		2 1 0							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students have a command of the theoretical foundations of economic policy making. They are able to present and discuss economic policy concepts arising from micro-, macro-, institutional, and welfare economic theories. They are familiar with the goals and carriers of economic policy, organizational forms of social action, theoretical modelling of will-forming and decision-making processes in democracy, concepts of stability policy, instruments of monetary and fiscal policy, causes and effects of structural change, and fundamentals of labour market policy. Students can detect and assess economic trends based on the appropriate indicators, evaluate fiscal, monetary as well as labor market policies.

Accompanying tutorials enable students to work independently and self-managed. They have improved their presentation skills such as presenting in a compelling manner, receiving and handling immediate feedback from the instructor and fellow students.

Vorkenntnisse

Microeconomics, Macroeconomics

Inhalt

The course Economic Policy scrutinizes economic theories according to their feasibility in economic policy making. Referring to micro-, macro-, institutional, and welfare economic concepts, students learn to understand the complexity of economic theorizing and the challenges involved in economic policy making. The objective of this course is to teach students the skills to design and implement economic policy in a market economy. These skills include economic modelling, quantitative analysis, and also assessing the role of economic and technical change.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Skript

Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
 Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.

Literatur

Mankiw, N. G., & Mankiw, N. G. (2007). Principles of Microeconomics.
 Langdana, F. K. (2009) Macroeconomic Policy: Demystifying Monetary and Fiscal Policy
 North, D. C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic performance. New York.
 Blanchard, O., Akerlof, G. A., Romer, D., & Stiglitz, J. E. (Eds.). (2014). What have we learned?: Macroeconomic policy after the crisis. MIT Press.
 Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2009). International Economics: Theory and policy. Pearson Education.
 Just, R., Hueth, D. L., & Schmitz, A. (2008). Applied welfare economics. Edward Elgar Publishing.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

schriftliche Aufsichtsarbeit (Klausur) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB, Takehome-Exam

Es werden benötigt:

Internetverbindung (geeignet ist für HD-Audio und -Video-Übertragung: 4 MBit/s),
 Endgerät, welches die technischen Voraussetzung der benötigten Software erfüllt.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Modul: Empirical Research 1

Modulabschluss: mehrere Teilleistungen Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200774

Prüfungsnummer: 250011

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0																																	
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542																																	
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	2	1	0				2	1	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

After attending the lectures, students know how to work with simulated as well as real economic data. They are familiar with basic data analysis, regression, testing, forecasting, and they understand how to interpret econometric results.

Students understand the basics of the statistical software used in class and, by attending the interactive tutorials, have the necessary skills to carry out their own empirical research.

In the interactive tutorials, students have learned to work on tasks independently, present them to the group, receive immediate feedback from the tutor and fellow students, and how to formulate constructive feedback themselves.

Based on intensive discussions during the lectures and tutorials, students can correctly assess and appreciate the achievements of their fellow students. They consider criticism and accept advice.

Vorkenntnisse

Mathematics, Statistics

Inhalt

The objective of this course is to prepare students for basic empirical work. It is a hands-on course. Introduction to Econometrics using Mathematica, Monte-Carlo Simulation, testing consistency and efficiency of estimators, algebra of least squares, least square regressions, testing Gauss-Markov assumptions, Maximum-likelihood estimation.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Slides, online-tutorials, software programming, takehomes

Literatur

Murray, Michael (2006): Econometrics: A Modern introduction, Pearson Addison-Wesley.

Greene, W. H. (2008): Econometric Analysis, 6th Ed. Pearson International.

Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th Ed. South-Western.

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul Empirical Research 1 mit der Prüfungsnummer 250011 schließt mit folgenden Leistungen ab:

- alternative semesterbegleitende Prüfungsleistung mit einer Wichtung von 50% (Prüfungsnummer: 2500527)
- alternative semesterbegleitende Prüfungsleistung mit einer Wichtung von 50% (Prüfungsnummer: 2500528)

Details zum Abschluss Teilleistung 1:

50 % takehomes, 50 % mid term paper

Students need to register for the course during the first few weeks of the respective semester at the examination office. The examination office sets the actual deadline for registration. At the beginning of the course, the lecturer informs students about the registration procedure.

Details zum Abschluss Teilleistung 2:

final term paper

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Empirical Research 2

Modulabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200775

Prüfungsnummer: 250012

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester				2	1	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

After attending the lectures, students know how to work with simulated as well as real economic data. They are familiar with advanced data analysis topics, such as cross-section, time-series as well as panel-data analyses and understand how to interpret different econometric results.

They understand the idea of linear regression, indicator variables, instrument variables, panel-data and other modern econometric concepts.

By attending the interactive exercises, students know to conceptualize and perform empirical analyses using Stata and have the necessary skills to carry out their own empirical research.

In the interactive tutorials, students have learned to work on tasks independently, present them to the group, receive immediate feedback from the tutor and fellow students, and how to formulate constructive feedback themselves.

Based on intensive discussions during the lectures and tutorials, students can correctly assess and appreciate the achievements of their fellow students. They consider criticism and accept advice.

Vorkenntnisse

Mathematics, Statistics, Empirical Research 1

Inhalt

Generate, interpret, and present descriptive statistics, hypothesis testing, univariate and multivariate linear regression, maximum-likelihood estimation, logistic regression, panel data regression.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Slides, Hands-on Stata programming, takehomes

Literatur

Baum, Christopher F. (2006): An introduction to modern econometrics using Stata, Stata Press.

Murray, Michael (2006): Econometrics: A Modern Introduction, Pearson Addison_Wesley.

Greene, W. H. (2008): Econometric Analysis, 6th Ed. Pearson International.

Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th Ed. South-Western.

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul Empirical Research 2 mit der Prüfungsnummer 250012 schließt mit folgenden Leistungen ab:

- alternative examination during the semester with a weighting of 50% (examination number: 2500529)
- alternative examination during the semester with a weighting of 0% (examination number: 2500530)

Details to the conclusion partial performance 1:

50 % takehomes, 25 % mid term paper

Students need to register for the course during the first few weeks of the respective semester at the examination office. The examination office sets the actual deadline for registration. At the beginning of the course, the lecturer informs students about the registration procedure.

Details to the conclusion partial Performance 2:

final paper

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Master Wirtschaftsinformatik 2021

Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Innovation Economics

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200779

Prüfungsnummer: 2500534

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Upon completion of the course, students will be able to

- reproduce and explain essential aspects and fundamentals of innovation economics,
- explain and critically evaluate the innovation process, spanning from the search for new knowledge (R&D) to the economic application of such knowledge (innovation) to its market penetration (diffusion) in a competitive environment (incentives and effects), as well as the role of policy in this process;
- derive and critically explain implications of innovation activity for market dynamics, i.e., growth of existing firms, emergence of new technologies and firms, and interactions among market participants (market and industry dynamics);
- Identify and explain the role of incentives in a market from a theoretical stance, justify or contrast governmental policy measures such as research and development, scientifically evaluate governmental research policies in Germany and the EU.

Vorkenntnisse

BA-Abschluss, Mikroökonomie, Industrieökonomie

Inhalt

Theoretical analysis of the innovation process, incentive-based models and knowledge-based models of innovative behavior, models of adoption, diffusion, and imitation processes, path dependencies, customary property rights and their effects, arguments for and against government measures to promote research and development, research policy instruments and practice in Germany and the European Union.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Internetzugang, a technical device (e.g. Laptop), and a communication software (webex)

Literatur

- Antonelli, C. (2009). The economics of innovation: from the classical legacies to the economics of complexity. *Economics of Innovation and New Technology*, 18(7), 611-646.
- Dosi, G. (1982). Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *Research policy*, 11(3), 147-162.
- Arrow, K. (1962). Economic welfare and the allocation of resources for invention. In *The rate and direction of inventive activity: Economic and social factors* (pp. 609-626). Princeton University Press.
- Dasgupta, P. & Stiglitz, J. E., *Industrial Structure and the Nature of Innovative Activity*, *Economic Journal* 90, 1980, 266-93
- Mokyr, J. (2010). The contribution of economic history to the study of innovation and technical change: 1750–1914. *Handbook of the Economics of Innovation*, 1, 11-50.
- Arthur, W. B. (2007). The structure of invention. *Research Policy*, 36(2), 274-287
- Hall, B. H., & Rosenberg, N. (Eds.). (2010). *Handbook of the Economics of Innovation* (Vol. 1, Vol. 2). Elsevier.

Detailangaben zum Abschluss

Midterm exam (25% of the final mark) Final exam on the whole course program (75% of the final mark)

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021
Master Wirtschaftsinformatik 2021
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: International Trade

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200780

Prüfungsnummer: 2500535

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542							
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
Fach-	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
semester		2 1 0								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students know the nature, scope, direction and development of international trade flows, the reasons and effects of international trade in theory, the motives, instruments and effects of protectionism, the underlying institutions and the instruments of European and international trade regimes. In addition, they are familiar with the adjustment processes under flexible or fixed exchange rates and with the institutions and instruments of the European Monetary Union. Students can explain and forecast real trade flows based on economic theories and describe and assess the effects of tariffs, quotas and non-tariff trade barriers. They are able to explain the European economic order and the effects of the European internal market in internal and external relations both theoretically and scientifically as well as in terms of realpolitik. They possess the analytical competence to apply theoretical concepts to real economic problems. For instance, they are able to present and assess the effects of central exchange rate regimes with their national and international contexts, as well as to present and assess the European Monetary Union with its access requirements, institutions and instruments in theory and in practice. In the exercises, students have learned to work independently on tasks, to present to the group and to receive immediate feedback from the instructor and fellow students as well as to formulate constructive feedback themselves. After intensive discussions during the lectures and especially in a smaller environment during the exercises, the students can correctly assess and appreciate the performance of their fellow students. They take criticism into account, heed comments and accept advice.

Vorkenntnisse

BA-Abschluss

Inhalt

Presentation of the real structures of the economy at the international level, classical theories of international trade, modern real theory of foreign trade, manifestations, causes and instruments of protectionism, trade regimes at the European and international levels, theoretical exchange rate regimes, European and international monetary regimes.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Internet access, a technical device (e.g. laptop), and a communication software (webex)

Literatur

Krugman, P.R./Obstfeld, M./Melitz, M.J. (2022), International Economics: Theory and Policy, Global Edition, 12th edition, Global edition, Harlow, England

Detailangaben zum Abschluss

Written exam, 90 minutes

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

In the case of prescribed COVID-19 regulations, alternative examinations are offered

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
 Master Media and Communication Science 2021
 Master Medienwirtschaft 2021
 Master Wirtschaftsinformatik 2021
 Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Law and Economics of Algorithms

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 201005

Prüfungsnummer: 2500623

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Juliane Mendelsohn

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0																		
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2544																		
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS											
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students have acquired fundamental knowledge of the foundations and institutions of law and economics (contract, tort and business law, intellectual property, competition law).

Students have learned how these rules and institutions are subject to change and development due to the large-scale integration of algorithms in today's world.

Based on these foundations, each student has developed his/her own research question and research proposal on a specific question and has written a methodologically coherent paper (ca. 5000 words). The student has presented key finding and points of analysis in class (ca. 10-15minutes)

The combination of the lecture and seminar format has provided the students with a good theoretical foundation for their own research and has integrated legal and economic aspects with knowledge from their own disciplines.

Vorkenntnisse

Fundamentals of Law or Fundamentals of Business Law

Inhalt

I. Algorithms in Contracts and Torts (selected issues)

- Machine Intelligence, Agency and legal personhood
- Algorithmic discrimination
- Liability and self-learning/ self-driving mechanisms
- Contract drafting and formal languages
- Legal Tech and smart contracts

II. Algorithms in IP and Data Law (selected issues)

- Protecting algorithms
- Algorithms in copyrights and patent law (question relating to the "author" and "inventor")
- Algorithms and big data
- Protecting Databases

III. Algorithms in Competition, Corporate and Regulatory Law (selected issues)

- Regulating algorithms and AI
- Algorithms and competition law issues (collusion, abuse)
- Algorithms and corporate governance

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Lecture and seminar, power point presentations, online exercises and research, interactive discussions

Literatur

Revision of previous lectures:

- Musielak/Hau, Grundkurs BGB, CH Beck, 16. Aufl. 2019
- Vieweg/ Fischer: Wirtschaftsrecht: Grundlagen, Nomos, 1. Auflage 2019
- Klein-Benkens, Rechtsformen der Unternehmen, CF Müller, 2.Auflage 2016
- Haucap/Budzinski, Recht und Ökonomie, 2020

Private law and economic law:

- Matis, Law and Economics in Europe, Springer, 2013
- Priest, The Rise of Law and Economics, Routledge, 2020
- Gilker, Research Handbook on EU Tort Law, EE, 2017
- Robbers, Introduction to German Law, Nomos, 7th Ed. 2019
- Jones/Sufrin, EU Competition Law, 7th Ed, 2019

Law of algorithms:

- Ebers/Navas, Algorithms and Law, CUP, 2020
- Ezrachi/Stucke, Virtual Competition, HUP, 2016
- Cormen/Leiserson, Introduction to Algorithms, 3rd Ed., 2009
- Stucke/Grunes, Big Data and Competition Policy, OUP, 2016
- Caldarola/Schrey, Big Data and Law, Beck Hart Nomos, 2020

Detailangaben zum Abschluss

coherent paper (ca. 5000 words) and presentation in class (ca. 10-15 minutes)

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

schriftliche Aufsichtsarbeit (Klausur) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Modul: Medienökonomik: Theorie, Wettbewerb und Regulierung

Modulabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 120 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200786

Prüfungsnummer: 2500541

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2541																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	3	0	0				3	0	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Upon successful completion of the learning process of this course, students are able to:

- . recognize economic theories (of media markets) in realistic market environments;
- . present and explain theories, principles and concepts of the modern, state-of-the-art economics of media markets;
- . develop pro and con lines of reasoning to create a scientific analysis of specific purpose-designed and real-world cases;
- . assess theoretical and empirical problems in media economics on a high academic level;
- . provide a scientific analysis of media markets by applying advanced theories, concepts, tools and methods to a purpose-designed case and derive expert-level conclusions.

For instance, successful students independently apply state-of-the-art scientific knowledge for analyzing the pros and cons of different media or digital business strategies in complex (interactive) market environments.

The learning process includes lectures dominated by interactive elements, and teacher-student/student-student discussions. Students are actively involved into discussion of taught topics. This includes discussion of real-world cases in the media and digital environment.

Vorkenntnisse

Microeconomics, Media Markets & Digitalization

Inhalt

Media Economics Theory:

- internet economics / economics of digitization
 - platform economics
 - economics of data
 - economics of news markets
 - entertainment economics; economics of superstars
- Media Economics Competition and Regulation
- competition and regulation in media markets
 - case studies (Google, Facebook, Amazon, Internet-TV/VoD, net neutrality, etc.)

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

PowerPoint-presentations with animation; Case studies. Lecture slides and accompanying material are available in Moodle course.

e-Exam

Literatur

- Adler, M. (1985), Stardom and Talent, in: American Economic Review, Vol. 75, 208-212.
- Albarran, A. B. (2002), Media Economics, 2nd Edition, Ames: Iowa State Press
- Albarran, A.B. et al. (2012/eds.), Handbook of Media Management and Economics, London: Routledge.
- Anderson, S. P. & Gabszewicz, J. J. (2006), The Media and Advertising: A Tale of Two-Sided Markets, in: Handbook of the Economics of Art and Culture, Vol. 1, Amsterdam: Elsevier, 567-614.
- Anderson, S. P. & McLaren, J. (2012), Media Mergers and Media Bias with Rational Consumers, in: Journal of the European Economic Association, Vol. 10 (4), 831-859.
- Andersson, A. E. & Andersson, D. E. (2006), The Economics of Experiences, the Arts and Entertainment, Cheltenham: Elgar.
- Belleflamme, P. & Peitz, M. (2012), Digital Piracy: Theory, in: The Oxford Handbook of the Digital Economy,

Oxford: OUP, 489-530.

- Budzinski, O. & Lindstädt, N. (2010), Neue Konzepte zur Analyse von Medienmärkten: die Theorie mehrseitiger Märkte, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Vol. 39 (9), 436-443.
- Budzinski, O. & Monostori, K. (2012), Intellectual Property Rights and the WTO: Innovation Dynamics, Commercial Copyrights and International Governance, in: International Law Research, Vol. 1 (1), 102-118.
- Cave, M.E. et al. (2008/eds.), Handbook of Telecommunications Economics, 2 Volumes, Bingley: Emerald.
- Elberse, A. (2008), Should You Invest in The Long Tail?, in: Harvard Business Review, Vol. 86 (7/8), 88-96.
- Evans, D. S. & Schmalensee, R. (2007), The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms, in: Competition Policy International, Vol. 3 (1), 151-179.
- Ferreira, F. & Waldfoegel, J. (2013), Pop Internationalism: Has Half a Century of World Music Trade Displaced Local Culture? in: The Economic Journal, Vol. 123, 634-664.
- Franck, E. & Nüesch, S. (2007), Avoiding 'Star Wars': Celebrity Creation as Media Strategy, in: Kyklos, Vol. 60 (2), 211-230.
- Ginsburgh, V. A. & Throsby, D. (2006), Handbook of the Economics of Art and Culture, Amsterdam: North-Holland.
- Haucap, J. & Heimeshoff, U. (2013), Google, Facebook, Amazon, Ebay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization? DICE Discussion Paper 83, Düsseldorf.
- Hoskins, C., McFayden, S. & Finn, A. (2004), Media Economics, London: Sage.
- Peitz, M. & Waldfoegel, J. (2012), The Oxford Handbook of the Digital Economy, Oxford: Oxford University Press.
- Rochet, J.-C. & Tirole, J. (2006), Two-Sided Markets : A Progress Report, in: Rand Journal of Economics, Vol. 37 (3), 645-667.
- Rosen, S. (1981), The Economics of Superstars, in: American Economic Review, Vol. 71 (5), 845-858.
- Shy, O. (2002), The Economics of Network Industries, Cambridge: Cambridge University Press.

Weitere Literatur gemäß Vorlesungsmaterialien.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021

Modul: Applied Communication: Strategic Communication Management

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200840

Prüfungsnummer: 2500600

Modulverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 128	SWS: 2.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester				0	2	0																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

By completing the course students understood selected topics and challenges of applied communication research, specifically in strategic communication as field of inquiry and field of practice. Participants substantially increased their skills of analyzing the specific environment of strategic communicators and their organizations in selected areas of application. After successful participation, students identified and analyzed key actors/organizations (e.g., multinational companies, NGOs, IGOs, government) in domestic or international applied communication. Participants developed skills in planning applied communication strategies, tactics, and/or campaigns. In addition, they increased their experience in working with clients.

Vorkenntnisse

Previous basic knowledge in strategic communication, public relations, and communication management.

Inhalt

This course focusses on different aspects of applied communication management. Students review relevant concepts, models, and findings of strategic communication management research. They subsequently apply that knowledge to practical tasks in order to resolve problems of applied communication management. Depending on the specific focus in the according term, the course helps students in getting to know different types of organizations in fields such as international business, international civil society (NGOs), or government. Students will look at those organizations' strategies, structures, and tools of strategic communication management. Depending on course arrangements in the specific term, students might be asked to work in cooperation with a real client on different aspects or problems of communication management.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Presentation software, social software, videos, laptops

Literatur

Literature will be provided on the e-learning platform Moodle by the start of the course.

Detailangaben zum Abschluss

Students will give a presentation on selected fields of applied communication management. They will write and submit a final paper analyzing certain aspects or cases of applied communication management.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Modul: Computational Communication Research

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200834

Prüfungsnummer: 2500593

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 15	Workload (h): 450	Anteil Selbststudium (h): 382	SWS: 6.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2559																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester				0	3	0	0	3	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students can review relevant literature on selected topics in digital media research. Students are familiar with relevant computational approaches (e.g. computational text analysis, network analysis). On the basis of recommended readings participants discuss and evaluate findings, theoretical perspectives and applied methods.

Students can work in small research groups and develop own research questions based on earlier literature.

Students are able to apply selected computational methods for data collection and analysis in a communication science research project.

Students can present and describe their results and critically evaluate their approach and computational methods.

Vorkenntnisse

Familiarity with empirical methods and quantitative data analysis in communication research

Data analysis software skills (e. g. R, Python) are a plus, however, not mandatory.

It is highly recommended to attend before or parallel to the research module the specialization module "Introduction to computational communication science".

Understanding of the research logic and the basic principles of qualitative and quantitative research methods in social science

Inhalt

The research module deals with selected current topics in digital communication research. In order to answer according research questions, we will collect and analyze digital data via computational methods (e.g. computational text analysis).

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

All materials will be made available on Moodle: Course: MA RM Computational Communication Research: Stakeholders in Response to Covid-19 Pandemic on YouTube (tu-ilmenau.de)

Literatur

Will be announced each semester.

Detailangaben zum Abschluss

In the winter semester students will review the literature, develop research questions and build small research teams to conduct their research. Students have to participate actively in discussions and present their research

ideas. Students will summarize the theoretical perspective, previous research and their own research questions as well as planned method in a paper (pre-registration).

In the summer semester, students will conduct their research and apply computational methods for data gathering and analysis. Students will analyze the collected data and present their results to their peers.

Students have to participate actively in discussions and present their research ideas. Students will analyze their data, present results and conclusions, and describe them in a term paper. In order to pass the course as a whole, students have to pass each single achievement.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

The course will be taught on-site/ hybrid. The class cannot be studied entirely digital – it is therefore not suitable for students enrolled in the digital MCS-program.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Modul: Current Challenges in Digital Communication Research

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200832 Prüfungsnummer: 2500591

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 128 SWS: 2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2559

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

- Students can review relevant literature on specific topics in digital communication and computational communication science.
- Students can develop a research project to analyze relevant research questions in digital communication via computational communication science methods.
- Students are able to apply different computational methods (e.g. sentiment analysis, supervised machine learning) during the course.
- Students can critically evaluate the obtained results and discuss them based on previous research.
- Students can describe and present their projects.

Vorkenntnisse

- Familiarity with empirical methods and quantitative data analysis in communication research.
- Familiarity with computational methods and data analysis software skills (e.g. R, Python).
- It is highly recommended to attend in advance the specialization module "Introduction to computational communication science" to be familiar with the computational methods required.

Inhalt

The specialization module will deal with current topics and research challenges in digital communication research. For example, based on previously defined data sets students will develop research questions and apply computational methods to analyze them accordingly or they deal in depth with current issues (e.g. ethical challenges) or theoretical challenges related to the field of Computational Communication Science.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

All materials will be made available on Moodle.

Literatur

Will be announced each semester.

Detailangaben zum Abschluss

Students have to participate actively in discussions. Students are required to develop a research project and present their projects. Students are required to submit a research paper based on their research projects.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

The course will be taught on-site/ hybrid. The class cannot be studied entirely digital – it is therefore not suitable for students enrolled in the digital MCS-program.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Modul: Data Analysis: Methods in Empirical Communication Research

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200813

Prüfungsnummer: 2500570

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 82	SWS: 6.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2559							
SWS nach Fach- semester	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
	1 2 0		1 2 0							

Lernergebnisse / Kompetenzen

After the lecture students are able to understand and explain selected quantitative methods for data analysis and complex research designs.

After the exercise students are able to apply quantitative methods for their data analysis

- Students are able to organize, prepare and modify empirical data for statistical analysis.
- Students understand how to apply different methods of uni-, bi- and multivariate analysis of quantitative data to answer research questions.
- Students are able to interpret and explain the results of advanced statistical analyses.

Vorkenntnisse

Basic knowledge on social science research methods and statistics (basic graduate level).

Inhalt

In the lecture the principles and the statistical background of basic methods of data analysis are explained. These methods are applied to specific research problems in the exercise. Therefore, real research data are analyzed using R. Techniques of data management and wrangling and different techniques of uni-, bi- and multivariate analysis of quantitative data are learned (e.g. frequencies, measures of central tendency, correlation analysis, regression analysis, analysis of variance, factor analysis).

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=3725>

All materials will be made available on Moodle.

You will need:

Camera for video transmission (720p/HD),
microphone,

Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 Mbps),
terminal device that meets the technical requirements of the required software.

Literatur

Will be announced each semester.

Detailangaben zum Abschluss

Students write a research paper based on their own statistical analysis.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021

Modul: Intercultural Communication

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200802

Prüfungsnummer: 2500559

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 105	SWS: 4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2552																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	1	1	0				1	1	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

After the lectures students have insight into relevant intercultural communication theories and methods. During the practical classes students gained knowledge and understanding of theoretical approaches to intercultural and transcultural communication: (1) Theories of values orientation, intercultural adaptation and integration; (2) Influence of culture on various levels of communication (interpersonal and mediated); (3) Specifics of verbal and non-verbal communication in different cultures; (4) Impact of intercultural communication on professional and everyday life. Discussions in intercultural groups strengthened the students' social competencies. They learned about relevant methods in intercultural communication.

Vorkenntnisse

Understanding of fundamental theories in media and communication research

Inhalt

Das Modul bietet einen Überblick über die Theorien und Forschungsergebnisse zur interkulturellen Kommunikation unter Berücksichtigung aller Kommunikationsebenen, d.h. der persönlichen Wahrnehmung sowie der interpersonellen und mediatisierten Kommunikation. Neben der Lektüre einschlägiger Literatur und der Diskussion empirischer Studien erarbeiten die Studierenden ihr Wissen über andere Kulturen durch Selbst- und Fremdbeobachtung im Unterricht und in der Freizeit. Auf dieser Grundlage werden Kompetenzen für eine erfolgreiche Kommunikation in einem interkulturellen Umfeld entwickelt. Außerdem erwerben die Studierenden Kenntnisse über theoretische Ansätze zur inter- und transkulturellen Kommunikation. So werden beispielsweise Theorien zur Werteorientierung, zur interkulturellen Anpassung und Integration oder zum Einfluss der Kultur auf die zwischenmenschliche und vermittelte Kommunikation diskutiert. Darüber hinaus analysieren die Teilnehmenden die Besonderheiten der verbalen und nonverbalen Kommunikation in verschiedenen Kulturen sowie die Auswirkungen der interkulturellen Kommunikation auf Arbeit und Alltag.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

The course will be taught in hybrid. The class can be studied entirely digital – it is therefore suitable for students enrolled in the digital MCS-program.

Relevant documents and materials will be made accessible to students on the E-Learning-Platform moodle.tu-ilmenau.de.

In class, presentations (PPT or other formats) will be used and the use of other media is encouraged (Video, Audio, Posters, etc.).

This course further uses Virtual Reality applications.

Further information will be communicated in class.

Link to Moodle-Course: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=3701>

Technical requirements:

- Camera for video transmission (720p/HD)
- audio system and microphone with sufficient speech intelligibility
- stable internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 MBit/s)
- End device that meets the technical requirements of the required software:
 - PC/Laptop
 - Current operating system with current virus protection

- Current Office program
- Updated browser, preferably Google Chrome or Firefox

Additional requirements for Social VR:

- Stable internet connection (via LAN, not WLAN) (suitable for HD audio and video transmission as well as social VR: 15Mbit/s)
- External three-button mouse and headphones
- End device that meets the technical requirements of the required software:
 - Desktop PC/Laptop (not smartphone or tablet)
 - preferably with Intel i7/Intel i9 or similar CPU, 8 GB RAM, modern graphics card with 4 GB VRAM
 - Up-to-date operating system with current virus protection

Literatur

Asante, M. K., Gudykunst, W. B. (eds.). (2000). Handbook of international and inter-cultural communication (2nd ed.). Newsbury Park, CA: Sage.

Carte, P.; Fox, C: (2008): Bridging the culture gap: A practical guide to international business Communication (2nd ed.). London: Kogan Page. Gudykunst, W. B. (ed.). (2004). Theorizing about intercultural communication. Thousand Oaks: Sage.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2006). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: University Press. Hallin, D. C. & Mancini, P. (Eds.) (2012). Comparing media systems beyond the Western world: Communication, society and politics. Cambridge: University Press. Hofstede, Geert (2002). Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions and organizations across nations. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Jandt, Fred E. (2004). An introduction to intercultural communication. Identities in a global community (fourth Ed.). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Jandt, Fred E. (ed.) (2004). Intercultural communication: A global reader. Thousand Oaks London, New Delhi: Sage.

Kim, Y. Y. (2017). The international encyclopedia of intercultural communication. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/9781118783665>

Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2012). Intercultural communication: a reader (13th ed.). Boston, Mass. [i.a.]: Wadsworth, Cengage Learning.

Schwartz, S. H. (2006). A theory of cultural value orientations: Explications and applications. Comparative Sociology, 5(2-3), 137-182. Scollon, Ronald & Wong

Scollon, Suzanne (2007). Intercultural communication: A discourse approach (second ed.). Oxford: Blackwell.

Schmidt, Wallace V., Conaway, Roger, Easton, Susan S., Wardrope, William J. (2007). Communicating globally: Intercultural communication and international business. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Shan, B., & Christians, C. G. (eds.). (2015). Intersections in communications and culture: Vol. 32. The ethics of intercultural communication. New York, Bern, Frankfurt, Berlin, Brussels, Vienna, Oxford, Warsaw: Peter Lang.

Welsch, W. (2002). Rethinking identity in the age of globalization - a transcultural perspective. Aesthetics & Art Science, 1, 85-94.

Detailangaben zum Abschluss

To successfully complete the course the following requirements have to be fulfilled:

- Active participation and mandatory reading
 - quiz
- project presentation

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

Alternative final performance (work samples, for example: papers, presentations, constructive/experimental or other development work, practical work) in distance according to § 6a PStO-AB

The technical requirements are the same as for teaching and graduation achievements in electronic form.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Master Medienwirtschaft 2021

Modul: Introduction to Computational Communication Science

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200833

Prüfungsnummer: 2500592

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Emese Domahidi

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 105	SWS: 4.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2559																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	0	2	0				0	2	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students can review relevant literature on specific topics in computational communication science.

Students can understand the theoretical background behind the field of computational social and communication science.

Students are familiar with different computational methods (e.g. sentiment analysis, supervised machine learning) during the course.

On the basis of recommended readings participants can apply and evaluate these theoretical perspectives and methods.

Vorkenntnisse

Familiarity with empirical methods and quantitative data analysis in communication research

Data analysis software skills (e.g. R, Python) are a plus, however, not mandatory.

Inhalt

This course will focus mostly on social and communication science providing at the same time the very basic understanding of new computational methods that can be employed to collect and process digital data.

Important topics, such as ethics and availability of digital data, will be reviewed in the seminar. Students will also get a glimpse at the methods of automated text analysis, which has become an essential skill for every communication specialist. Knowledge received in the class can be further applied in the field of journalism, marketing, and advertising.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

<https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=3717>

All materials will be made available on Moodle.

You will need: Camera for video transmission (720p/HD), microphone, Internet connection (suitable for HD audio and video transmission: 4 Mbps), terminal device that meets the technical requirements of the required software.

Literatur

Will be announced each semester.

Detailangaben zum Abschluss

Students have to participate actively in discussions. Students are required to make presentations based on research papers. Students are required to submit a research paper on one of the topics discussed in class.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021

Modul: Managing Strategic Risk and Crisis Communication

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200816 Prüfungsnummer: 2500573

Modulverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 128	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Upon course completion, students understood principles and elements of an ongoing approach to the strategic management of risk and crisis communication. They developed abilities to apply findings of crisis communication research/theory in an organizational and managerial environment, including private companies, governmental authorities and non-governmental organizations. Students learned about measures and mechanisms to prevent and to detect crises. They acquired an understanding of sustainable and effective crisis preparation tools in an organizational environment. Moreover, participants increased their skills of applying effective risk and crisis response strategies (form and content). They understood core mechanisms of post-crisis communication, crisis learning, and crisis communication evaluation. Students finally deduced trends and future challenges of crisis communication from recent cases and research (e.g., international dimensions of crisis communication).

Vorkenntnisse

This course requires a basic knowledge in the field of communication and media studies and a basic understanding of strategic communication and management practice.

Inhalt

By examining crisis communication from the perspective of an ongoing approach to the strategic crisis management (Coombs, 2019) course participants get an overview on each step of the management process including crisis prevention, crisis preparation, crisis response, and crisis learning/evaluation.

Students are introduced to the international state of research in risk and crisis communication (concepts, theories, findings) and understand basic principles of an evidence-based crisis communication practice. This includes current trends and future challenges of crisis communication such as international crisis communication, internal crisis communication or innovative crisis communication technologies. The course offers a broad perspective on crisis communication practice in different organizational environments (e.g., companies, government, NGOs) and different crisis types (e.g., human-error accidents, product recalls, natural disasters, mega damages, etc.).

Course participants are organized in small 'crisis teams'. Each team is working on real-world crisis cases and assesses them on the basis of core research-based recommendations for effectively managing organizational crises. The course includes practical exercises such as risk assessment, crisis planning, and a spokesperson training. In addition, students write their own case study at the end of the course.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Laptops, Presentation software

Literatur

All relevant course materials will be made available on the online learning platform Moodle.

Furthermore, the course is based on the following list of recommended readings:

- Coombs, W. T. (2019). Ongoing crisis communication. Planning, managing, and responding (5th ed.). Los Angeles: Sage.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (eds.). (2010). The handbook of crisis communication. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Fearn-Banks, K. (2016). Crisis communications. A casebook approach (5th ed.). New York: Routledge.
- George & C. Pratt (eds.), Case studies in crisis communication: international perspectives on hits and misses. New York: Routledge.
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2017). Effective crisis communication: Moving from crisis to opportunity (4th ed.). Thousand Oaks: Sage.

Detailangaben zum Abschluss

Students have to give evidence of frequent and active participation, evidence of preparation including a crisis management exercise and a spokesperson drill. Participants have to give at least three research presentations and case assessment presentations. Finally, a case study paper has to be submitted.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021
Master Medienwirtschaft 2021

Modul: Media Management and Communication Theories

Modulabschluss: Prüfungsleistung mündlich 15 min Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200801

Prüfungsnummer: 2500558

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 105	SWS: 4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	0	0				2	0	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

- Students have a deeper understanding of advanced theories in communication science and media management
- Students are able to assess and compare theoretical conceptualizations of communication science and media management
- Students have acquired the ability to critically evaluate theoretical approaches.
- Students are prepared for theory-based research in communication science and media management

Vorkenntnisse

Inhalt

Middle range theories (i.e. gatekeeping, framing, agenda setting, news values)

- Action theories (i.e. rational choice, constructivism)
- Organization theories (i.e. newsroom as organization, editorial management)
- Systems theories (i.e. social system theory)
- Integrative social theories (i.e. field theory, structuration theory)
- Normative theories (i.e. journalism and democracy)
- Critical theories (i.e. political economy)
- Cultural theories (i.e. communication and journalism as cultural discourse and practice)
- New economic theories (i.e. new economic sociology, economics of singularities)
- Management theories (i.e. resource based view, dynamic capabilities)
- Postmodern theories (i.e. organizational becoming, sensemaking)
- Strategy theories (i.e. strategic management, strategy as practice)
- Leadership theories (i.e. traits, behavioural, transactional, transformational)
- Technology theories (i.e. technology acceptance)
- Innovation theories (i.e. diffusion of innovation, adaption-innovation)
- Media entrepreneurship theories (i.e. effectuation, opportunity creation/discovery)

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=3647> , Texts, Powerpoint-Slides, Internet Links, Videos

Technische Voraussetzungen: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpslpand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx

Literatur

- . Erjavec, Karmen; Zajc, Jozica (2011). A Historical Overview of Approaches to Journalism Studies. Medij. is-traz., god. 17, br. 1-2, p. 9-29.
- . Löffelholz, Martin (2008). Heterogeneous - Multi-dimensional - Competing. Theoretical approaches to journalism - an overview. Löffelholz, Martin; Weaver, David (eds.): Global Journalism Research. Malden, Oxford, Victoria: Blackwell, p. 15-27.

- . Reese, Stephen D. (2016). Theories of Journalism. Communication: Oxford Research Encyclopedias, p. 1-24.
DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.83
- . Steensen, Steen; Ahva, Laura (2015). Theories of Journalism in a Digital Age, Journalism Practice, 9:1, p. 1-18,
DOI: 10.1080/17512786.2014.928454
- . Albarran, Alan B.; Mierzejewska, Bozena and Jung, Jaemin (eds. 2018). Handbook of media management and economics. New York, NY: Routledge.
- . Albarran, Alan B. (2016). The media economy. New York, NY: Routledge
- . Rohn, Ulrike and Evens Tom (eds.)(2020). Media Management Matters: Challenges and Opportunities for Bridging Theory and Practice. New York, NY: Routledge.

Detailangaben zum Abschluss

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

Technische Voraussetzungen: https://intranet.tu-ilmenau.de/site/vpsl-pand/SitePages/Handreichungen_Arbeitshilfen.aspx

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021
Master Medienwirtschaft 2021

Modul: Qualitative and Quantitative Methods

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Wintersemester

Modulnummer: 200803 Prüfungsnummer: 2500560

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 82 SWS: 6.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2551

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	1	2	0				1	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

By attending the lecture, students understand the research logic and the basic principles of qualitative and quantitative research methods in social sciences. Students are able to compare the two paradigms of empirical research and decide when they should be applied. They know how to evaluate the quality of research instruments and designs and how the methods can be combined.

By attending the seminar, students can apply and combine qualitative and quantitative methods and use them for the conception of an empirical research project.

Besides developing methodological competencies, students acquire analytical competencies since they are able to recognize and weigh up both methodological approaches' advantages and disadvantages. Also, students correctly assess the applicability of both approaches.

Vorkenntnisse

Inhalt

The lecture teaches the basic principles and underlying paradigms of qualitative and quantitative research methods. For both approaches, the dominant research steps, including the formulation of research questions and hypotheses, operationalization, instrument development and pretesting, sampling and data collection, are explained.

In the seminar, students apply the knowledge from the lecture practically by conducting a research project. Students formulate a research question of social, political, or economic relevance. They state hypotheses, plan an appropriate research design, develop the necessary research instruments, and do a pretest. Students are encouraged to use software for qualitative analysis (e.g., MAXQDA) and quantitative data gathering (e.g., questback)

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Webex,
 For further information please visit the following moodle-side: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=524>
 You will find an overview of all courses offered by department EMPK in winter semester 2021/2022. Please scroll down till you find the class of interest.

Literatur

Bryman, A. (2012): Social Research Methods (4th Ed.). Oxford: University Press.

Detailangaben zum Abschluss

Developing and testing instruments of qualitative and quantitative data collection.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

alternative Abschlussleistung (Arbeitsproben, zum Beispiel: Referate, Präsentationen, konstruktive/experimentelle oder sonstige Entwicklungsarbeiten, praktische Arbeiten) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Modul: Research on Media Content, Media Usage, and Media Effects

Modulabschluss: mehrere Teilleistungen Art der Notengebung: Generierte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200836 Prüfungsnummer: 250017

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 15	Workload (h): 450	Anteil Selbststudium (h): 382	SWS: 6.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	2	1	0	2	1																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

The students know the state of research in the respective research topic. They can understand and explain the theories, approaches, and methodological procedures relevant to the respective research field and make use of them for their own investigation.

Students are able to research and to systematically analyze the relevant theoretical and empirical research literature. They understand the findings from the empirical research literature on the topic in question and are able to evaluate their methodological aspects. Students can use and apply the theories and results of empirical studies for the conception and realization of an empirical study. Students can plan and carry out a communication science study on a socially or politically relevant topic at a high theoretical and empirical level. They are able to analyze and interpret the collected data appropriately and write a research project report based on the results. Students are aware of the associations between medial and societal processes. They deepened their analytical competencies by assessing and reflecting on the relevance of these associations.

Vorkenntnisse

- Academic skills in communication science
 - Qualitative and quantitative methods
 - Data analysis
 - Communication and media theories
 - Information and communications technologies
 - Intercultural communication
- The research module builds on the knowledge and skills provided in the seminars of the first semester

Inhalt

Current socially relevant topics are explored from the perspective of political communication. These include, for example, communication on climate change, energy system transformation, migration, social inequality, digitalization, and right-wing extremism. Wherever possible, international comparative studies are carried out.

Also, communication science theories, especially those developed by department members (issue fatigue, subjective quality assessment), are tested systematically.

In the first semester of the two-semester course, students deal with the theoretical and methodological foundations required to plan and conduct an empirical research project on the topics mentioned above in media content, media use, or media effects research. Then, they develop a research design and the necessary research instruments (questionnaire, guidelines, codebook).

In the second semester, the developed instruments are used to collect and analyze data. Results are presented in class. Finally, a research project report is written based on the theoretical work and analysis of the collected data. In summer term 2022, the discrete topic of the module will be "Racism, xenophobia and communication". For

further information considering the content, please consider moodle among: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/index.php?categoryid=555> (scroll down till you find the course).

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Under the current general conditions it is planned that the course will be taught on-sit. The class cannot be studied entirely digital – it is therefore not suitable for students enrolled in the digital MCS-program. Presentation tools, further relevant documents and material provided on Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view.php?id=4006>

Literatur

The lecturers provide the students with introductory literature on the respective topics. However, one of the main tasks and learning objectives is to research the relevant (current) literature on the respective research topic.

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul Research on Media Content, Media Usage, and Media Effects mit der Prüfungsnummer 250017 schließt mit folgenden Leistungen ab:

- alternative semesterbegleitende Prüfungsleistung mit einer Wichtung von 75% (Prüfungsnummer: 2500595)
- Studienleistung mit einer Wichtung von 25% (Prüfungsnummer: 2500596)

Details zum Abschluss Teilleistung 1:
Final research project report

Details zum Abschluss Teilleistung 2:
Research is an interactive dynamic process. Therefore, the students present the advantages in their work and discuss them with the lecturer during the seminar. Based on these discussions and, for instance, reports on the object of investigation, literature reviews, advancements in the development of instruments, and preliminary results, the work is evaluated.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

alternative Abschlussleistung (Arbeitsproben, zum Beispiel: Referate, Präsentationen, konstruktive/experimentelle oder sonstige Entwicklungsarbeiten, praktische Arbeiten) in Distanz entsprechend § 6a PStO-AB

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021

Modul: Hauptseminar Betriebswirtschaftslehre

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: ganzjährig

Modulnummer: 200948 Prüfungsnummer: 2500618

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Norbert Bach

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 150 SWS: 0.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2525

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS								
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	0	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls dazu in der Lage, ein abgegrenztes Thema aus der BWL zu verstehen, in den Kontext der Literatureinzuordnen, zusammenhängend darzustellen und kritisch zu würdigen. Sie sind dazu in der Lage, den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen. Erfolgreiche Studierende können verschiedene Meinungen und Literaturströme identifizieren und systematisieren. Sie können außerdem spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herausarbeiten und spezifizieren. Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende dazu in der Lage, offene Fragen nach einer in der jeweiligen Fachdisziplin anerkannten Systematik zu bearbeiten und eine eigenständige Position zu beziehen. Die erfolgreichen Studierenden haben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse sowohl schriftlich als auch mündlich vor eine Gruppe zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, ihre Forschungsergebnisse mit einer Gruppe zu argumentieren und diskutieren.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden haben ein Hauptseminar aus einem Fachgebiet des Instituts für Betriebswirtschaftslehre der Fakultät WM zu belegen. Die konkreten aktuellen Themenangebote können den Internetseiten des jeweiligen Fachgebiets entnommen werden.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

- Literaturstudium
- schriftliche Seminararbeit
- mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit
- Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema.

Detailangaben zum Abschluss

Seminararbeit, Vortrag, Seminardiskussion

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Hauptseminar Recht

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch/Englisch

Pflichtkenn.: Wahlmodul

Turnus: ganzjährig

Modulnummer: 200951

Prüfungsnummer: 2500621

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 150	SWS: 0.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2562																			
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester																						
		0	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls dazu in der Lage, ein abgegrenztes Thema aus dem Gebiet der Rechtswissenschaft zu verstehen, in den Kontext der Literatur einzuordnen, zusammenhängend darzustellen und kritisch zu würdigen. Sie sind dazu in der Lage, den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen. Erfolgreiche Studierende können verschiedene Meinungen und Literaturströme identifizieren und systematisieren. Sie können außerdem spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herausarbeiten und spezifizieren. Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende dazu in der Lage, offene Fragen nach einer in der jeweiligen Fachdisziplin anerkannten Systematik zu bearbeiten und eine eigenständige Position zu beziehen. Die erfolgreichen Studierenden haben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse sowohl schriftlich als auch mündlich vor einer Gruppe zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, ihre Forschungsergebnisse mit einer Gruppe zu argumentieren und diskutieren.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden haben ein Hauptseminar aus einem Fachgebiet des Instituts für Rechtswissenschaft der Fakultät WM zu belegen. Die konkreten aktuellen Themenangebote können den Internetseiten des jeweiligen Fachgebiets entnommen werden.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

- Literaturstudium
- schriftliche Seminararbeit
- mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit
- Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema.

Detailangaben zum Abschluss

Seminararbeit, Vortrag, Semindiskussion

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Hauptseminar Volkswirtschaftslehre

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch/Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: ganzjährig

Modulnummer: 200975 Prüfungsnummer: 2500622

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 150 SWS: 0.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2541

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls dazu in der Lage, ein abgegrenztes Thema aus der VWL zu verstehen, in den Kontext der Literatur einzuordnen, zusammenhängend darzustellen und kritisch zu würdigen. Sie sind dazu in der Lage, den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen. Erfolgreiche Studierende können verschiedene Meinungen und Literaturströme identifizieren und systematisieren. Sie können außerdem spezielle Teilaspekte einer Themenstellung herausarbeiten und spezifizieren. Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende dazu in der Lage, offene Fragen nach einer in der jeweiligen Fachdisziplin anerkannten Systematik zu bearbeiten und eine eigenständige Position zu beziehen. Die erfolgreichen Studierenden haben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse sowohl schriftlich als auch mündlich vor einer Gruppe zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens einzuhalten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, ihre Forschungsergebnisse mit einer Gruppe zu argumentieren und diskutieren.

Vorkenntnisse

Lehrveranstaltungen zum gewählten Seminarschwerpunkt

Inhalt

Die Studierenden haben ein Hauptseminar aus einem Fachgebiet des Instituts für Volkswirtschaftslehre der Fakultät WM zu belegen. Die konkreten aktuellen Themenangebote können den Internetseiten des jeweiligen Fachgebiets entnommen werden.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

- Literaturstudium
- schriftliche Seminararbeit
- mündliche Präsentation wichtiger Inhalte der Seminararbeit
- Diskussion mit den anderen Hauptseminarteilnehmern und den Dozenten

Literatur

Abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema.

Detailangaben zum Abschluss

Seminararbeit, Vortrag, Semindiskussion

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master International Business Economics 2021
- Master Medienwirtschaft 2021
- Master Wirtschaftsinformatik 2021
- Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: Hauptseminar Wirtschaftsinformatik

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch/Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: ganzjährig

Modulnummer: 200947

Prüfungsnummer: 2500617

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Stelzer

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 150	SWS: 0.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2533

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, ein abgegrenztes Thema aus der Wirtschaftsinformatik zu verstehen, in den Kontext der Literatur einzuordnen, zusammenhängend darzustellen und kritisch zu würdigen. Sie sind dazu in der Lage, den Stand der Literatur zu recherchieren, einzuordnen und zu würdigen, sowie offene Fragen nach einer in der Wirtschaftsinformatik anerkannten Systematik zu bearbeiten und eine eigenständige Position zu beziehen. Die erfolgreichen Studierenden haben die Kompetenzen, die erarbeiteten Fragestellungen und Ergebnisse sowohl schriftlich als auch mündlich vor einer Gruppe zu präsentieren und dabei die formalen und inhaltlichen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitsergebnisse einzuhalten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ihre Arbeitsergebnisse in einer Gruppe vorzustellen und zu diskutieren.

Vorkenntnisse

Inhalt

Die Studierenden haben ein Hauptseminar aus einem Fachgebiet des Instituts WI zu belegen. In jedem Hauptseminar werden ausgewählte Themen aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik bearbeitet.

Die Hauptseminararbeit ist eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit bestehend aus schriftlichem Teil sowie Vortrag (inklusive Diskussion) zu einem vorgegebenen Thema.

Das Themenangebot wird zu Beginn des Semesters jeweils neu festgelegt.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Durch ein Literaturstudium setzen sich die Teilnehmer mit dem aktuellen Stand der Forschung auseinander. Auf dieser Grundlage erstellen sie eine schriftliche Seminararbeit. Ausgewählte Inhalte werden in einer Sitzung mündlich präsentiert sowie mit den Teilnehmern und Dozenten diskutiert.

Literatur

abhängig vom jeweiligem Seminarschwerpunkt und Seminararbeitsthema

Detailangaben zum Abschluss

Jeder Teilnehmer fertigt eine Hauptseminararbeit an. Die Hauptseminararbeit ist eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit bestehend aus schriftlichem Teil sowie Vortrag (inklusive Diskussion) zu einem vorgegebenen Thema.

Beide Teile gehen zu gleichen Teilen in die Abschlussnote ein.

Eine positive Bewertung des schriftlichen Teils ist für die Zulassung zum Vortrag des Hauptseminars Bedingung. Die Teilnahme an allen Vorträgen ist Pflicht. Die aktive Beteiligung an der Diskussion zu den Vorträgen wird erwartet.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Corona-Maßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Medienwirtschaft 2021
Master Wirtschaftsinformatik 2021
Master Wirtschaftsingenieurwesen 2021

Modul: New Technologies Research

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Wahlmodul

Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200818

Prüfungsnummer: 2500575

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 15	Workload (h): 450	Anteil Selbststudium (h): 382	SWS: 6.0							
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557							
SWS nach Fach- semester	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS
	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P	V S P
		0 2 1	0 2 1							

Lernergebnisse / Kompetenzen

The students know how to investigate a new research topic and to perform a literature search. They are able to prepare a user study and conduct appropriate experiments. They are able to participate in the scientific discourse and have experience in preparing and presenting their work. They understand how to write a scientific paper and have gained experience in doing so. Due to intensive scientific discourse as part of the seminar as well as the peer assessments of the research papers they can correctly assess and appreciate the achievements of their fellow students. They consider criticism, heed remarks and accept suggestions. They are aware of importance of informed consent and ethical issues in studies involving people and are able to apply this to their own research.

Vorkenntnisse

A parallel enrollment in the course 'Virtual and Augmented Reality for Communication Science' is considered helpful, yet not mandatory.

Interest in technologies and technology driven innovations. Willingness to discuss and present in English. Knowledge of programming is not required but offers additional opportunities. Literature (as far as required) to be announced at the first appointment.

This course is primarily for master students of media and communication science and open for participants from other degree programs.

Inhalt

New technologies frequently pop up. While some of them are quickly adopted, others need several years to get established and well-accepted while further just disappear or are replaced by something even more sophisticated. New technologies regularly fascinate people and early adopters often just use and buy gadgets and products because of those.

This research seminar typically focuses around a certain technology or a bunch of technologies enabling a new type of usage or application. Participants of the seminar try to develop a deep understanding of the technological aspects involved and investigate into an individual research topic related to them. This allows them to examine general trends and perspectives, types of usage, implications, ethical aspects involved, privacy issues, and user acceptance, but also to create their own (novel) application concepts and ideas. While research may be based on include typical methodologies used in communication science, students are highly encouraged to conduct experiments using the technologies researched and to create their own (mock-up) videos. Ideally, such research finally is accompanied by an application prototype (which may include games). The individual research topics, the related work, and the methods selected will be presented and discussed with other participants throughout the seminar. The research will result in a research paper. Students delivering excellent research are encouraged and supported to submit their work to international workshop and conferences.

The particular topic will be different in each seminar and is presented at the beginning of each term

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Please note that this is a container module description. Each term the course has a different, particular topic. The literature required directly depends on this particular topic of the course offered then. Thus, it cannot be

announced in advance.

"onsite" (not suitable for digital program)

Literatur

To be announced at first appointment depending on individual course topic.

Detailangaben zum Abschluss

Students will participate in group discussions (10%), make and provide a series of short presentations showing their project progress, including a conference style final presentation of their research project at the end of the second term (30%), write a report as a research paper (50%), and provide peer reviews of other students' papers (20%). Additional materials created by the students to perform their studies / experiments such as videos, demo/fake apps, prototypes, 3D content, etc. may be considered as bonus up to 20%. Insofar as participation in attendance dates relevant to the conclusion is not possible due to illness, the part of the evaluation based on this is carried out exclusively on the basis of the submitted presentations.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

"onsite" (not suitable for digital program)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Modul: Next-Generation Applications

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: Sommersemester

Modulnummer: 200821 Prüfungsnummer: 2500578

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 128	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

The students know how to investigate a new topic and to perform a corresponding literature search. They are able to prepare a small user study or to conduct a small experiment. They are able to participate in the scientific discourse and have experience in preparing and presenting their work. They understand how to write a scientific short paper and have gained experience in doing so. Due to intensive scientific discourse as part of the seminar as well as the peer assessments of the short papers they can correctly assess and appreciate the achievements of their fellow students. They consider criticism, heed remarks and accept suggestions. They are aware of importance of informed consent and ethical issues in studies involving people and are able to apply this to their own research.

Vorkenntnisse

Interest in technology driven applications. Willingness to discuss and present in English. Knowledge of programming is not required but offers by far additional opportunities for experiments. Literature (as far as required) to be announced at the first appointment. This course is primarily for master students of media and communication science and open for participants from other degree programs.

Inhalt

Next-generation applications, often based on new technologies provide new opportunities. While some possibilities are obvious and establish immediately, others only evolve after some time. However, in a networked global system such applications also often infer with ethical and privacy issues, often neglected in favor of new opportunities. This specialization seminar typically focuses around a certain type or a new usage of applications enabled by recent technologies. Participants of the seminar try to develop a deep understanding of the technological aspects involved and investigate into an individual research topic related to them. This allows them to examine general trends and perspectives, types of usage, implications, ethical aspects involved, privacy issues, and user acceptance, but also to create their own (novel) application concepts and ideas. While research may be based or include typical methodologies used in communication science, students are supposed to conduct experiments using the applications and technologies researched and to create their own (mock-up) videos. Ideally, such research finally is accompanied by an application prototype (which may be just a mock-up or interface prototype and also may include games). The individual research topics, the related work, and the methods selected will be presented and discussed with other participants throughout the seminar. The research will result in a research paper. Students delivering excellent research are encouraged and supported to submit their work to international workshop and conferences. The particular topic will be different in each seminar and is presented at the beginning of each term.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

n/a

Literatur

Please note that this is a container module description. Each term the course has a different, particular topic. The literature required directly depends on this particular topic of the course offered then. Thus, it cannot be announced in advance.

Detailangaben zum Abschluss

Students will participate in group discussions (10%), make and provide some short presentations on their topic including a conference style final presentation (30%), write a report as a short paper (50%), and provide peer reviews of other students' papers (20%). Additional materials created by the students to perform their studies / experiments such as videos, demo/fake apps, prototypes, 3D content, etc. may be considered as bonus up to 20%. Insofar as participation in attendance dates relevant to the conclusion is not possible due to illness, the part of the evaluation based on this is carried out exclusively on the basis of the submitted presentations.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021
Master Media and Communication Science 2021

Modul: Virtual and Augmented Reality for Communication Science

Modulabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Englisch Pflichtkennz.: Wahlmodul Turnus: ganzjährig

Modulnummer: 200820 Prüfungsnummer: 2500577

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 105 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	2	0	0	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

From this seminar the students have fundamental experience in the usage of game engines (e.g. Unity, Unreal, etc.) for setting up simple VR and AR environments for conducting user tests and social studies. By mutual presentations of group work they can rectly assess and appreciate the achievements of their fellow students. They consider criticism, heed remarks and accept suggestions.

Vorkenntnisse

Knowledge of web technologies (http(s), HTML, CSS, etc.). Basic programming/scripting knowledge is anticipted (e.g. JavaScript, Java, C# , Objective-C, or similar).

Inhalt

This course shall enable participants to setup their own experiments applying AR or VR . It revises their basic programming skills with respect to simple interactive 3D environments. Participants will learn and practice to setup a VR or AR environment to do their own social studies as part of research modules.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

Powerpoint, live demonstrations, slides and coding examples on Moodle: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/course/view?id=3836>

Literatur

Virtual and Augmented Reality, Dörner et al. (eds), Springer, 2021
 Jason Jerald. 2015. The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality. Association for Computing Machinery and Morgan & Claypool. ISBN: 9781970001129. DOI: <https://doi.org/10.1145/2792790> (en)
 Dieter Schmalstieg, Tobias Höllerer. Augmented Reality: Principles and Practice. Addison-Wesley Professional. ISBN: 9780133153217 (en)
 Joseph J. LaViola, Jr., Ernst Kruijff, Ryan P. McMahan, Doug Bowman, Ivan P. Poupyrev. 2017. 3D User Interfaces: Theory and Practice, 2nd Edition. Addison-Wesley Professional. ISBN: 9780134761794 (en)
 Jonathan Lazar, Jinjuan Feng, Harry Hochheiser. 2017. Research Methods in Human-Computer Interaction, 2nd Edition. Morgan Kaufmann. ISBN: 9780128093436 (en)

Detailangaben zum Abschluss

Students will create a small VR or AR application, typically applying a major game.

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen
 hybrid/online (suitable for digital program)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Master Media and Communication Science 2021

Master's Thesis

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtmodul

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 201049

Prüfungsnummer: 99000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Grebel

Leistungspunkte: 30	Workload (h): 900	Anteil Selbststudium (h): 900	SWS: 0.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2542

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										900 h																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

After successful completion of the module, students are able to understand selected topics from economics or law (including industrial engineering and business informatics), place it in the context of the literature, present it coherently and critically evaluate it. They are able to do this by researching, classifying and appreciating the state of the academic literature. Successful students will be able to identify and systematize various academic opinions and strands of literature. They are also capable of identifying and specifying certain sub-aspects of a topic. They can reflect the state of the art of scientific theory and apply it to the chosen research question, they master the scientific methods appropriate to the subject of the master's thesis and apply them in a result-oriented way. Furthermore, students are able to deal with open questions according to the systemic approach of the respective discipline and take an independent position. Successful students have the competences to present the developed questions and results orally as well as in writing, while complying with the formal and content-related requirements of scientific work.

Vorkenntnisse

Inhalt

Independent work on a subject-specific topic under supervision, including the conception of a workplan, the work on literature, the development of necessary scientific methods, the implementation and evaluation, the discussion of results, and the preparation of the master's thesis.

Medienformen und technische Anforderungen bei Lehr- und Abschlussleistungen in elektronischer Form

study of literature, if necessary empirical analysis, writing a master's thesis, if necessary oral presentation and discussion of important contents of the thesis

Literatur

independent literature research is required

Detailangaben zum Abschluss

written scientific paper

alternative Abschlussform aufgrund verordneter Coronamaßnahmen inkl. technischer Voraussetzungen

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master International Business Economics 2021

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung, Lehrveranstaltung, Unit)