

Montag
9.15 - 12.00
HS 127

Proseminar
Einführung in die Medienökonomie
Kurs B: Rundfunk

Seminarprogramm

- 16.10. Vorstellung des Seminarprogramms und der Literaturlauswahl mit Fragen und Diskussion; Vergabe der Referats- und Hausarbeitsthemen
- 23.10. Einführung in die Thematik; Grundzüge der Medienökonomie und Kommunikationspolitik (Seminarleiter)
- 06.11. Der Rundfunk als „Staatsunternehmen“ bis 1945 und als „öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ in der Zeit danach
Vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopol zum Dualen Rundfunksystem, Hörfunk und Fernsehen in der DDR und die Neuordnung nach der Wende
- 20.11. Rechtsgrundlagen und Aufsichtsinstitutionen für den Rundfunk in Deutschland: Landesrundfunk- und Landesmediengesetze, Rundfunkstaatsverträge; weitere Rechtsgebiete (z.B. Kartellrecht, Wettbewerbsrecht); Landesmedienanstalten, Staatskanzleien der Ministerpräsidenten, EU
- 04.12. Die Produkte des Rundfunks (die Programme) und der Zuschauer-/Zuhörer-Absatzmarkt im Wettbewerb
(Konvergenz, Zuschauerforschung, Marketing-Bemühungen)
- 18.12. Der Werbemarkt als der zweite Absatzbereich des Rundfunks und die Beschaffungsmärkte im Wettbewerb zwischen privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk
- 08.01. Medienkonzentration, Globalisierung und Digitalisierung als wesentliche ökonomische Zukunftsprobleme des Rundfunks
- 22.01. Exkursion (z.B. zum RBB) und/oder Gastvortrag (z.B. eines Vertreters der Medienanstalt Berlin Brandenburg, des RBB oder eines privaten Senders)
- 05.02. Ökonomische Perspektiven des Rundfunks in Deutschland (neue Erlösquellen,

Pay TV, TV über Internet und im Handy): Grundversorgung und Vollprogramme
oder Rumpelkammer?
Zusammenfassende Abschlussdiskussion und Seminarkritik