

**Proseminar 28575**  
**Einführung in die Medienökonomie**  
**Kurs A: Printmedien**

Seminarprogramm

- 23.04. Konzeption und Programm des Proseminars, Literaturliste, Übernahme von Referaten, Einführung in wiss. Arbeiten;  
Printmedien im Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland
- 07.05. Überblick über die Pressewirtschaft: Produktion und Vertrieb, Kosten- und Erlösstruktur, Redaktion und Anzeigenwesen
- 14.05. Der Zeitungsmarkt. Strukturen und Abgrenzungskriterien: Verbreitungsgebiet, Erscheinungsweise, Vertriebsform, Inhaltliche Unterscheidungen  
Pressekonzentration: Ursachen, Entwicklung und Perspektiven
- 21.05. Der Berliner Pressemarkt: Wettbewerb bis zum Ruin?
- 11.06. Exkursion zu einem Berliner Zeitungsverlag oder Gastvortrag
- 18.06. Substitution oder Neuorientierung? – Wie die Zeitungsverleger mit den „Bedrohungen“ der Technik fertig geworden sind (TV, Radio, „Neue Medien“, Gratiszeitungen)
- 02.07. Der Zeitschriftenmarkt. Strukturen und Abgrenzungskriterien.  
Verlags- und Auflagenkonzentration. Exkurs: Der Buchmarkt
- 09.07. Zeitungsmarketing als Zukunftsstrategie der Verlage?  
Das internationale Engagement deutscher Presseverlage
- 16.07. Online – die Zukunft der Zeitungen? Die Zeitungen und das Internet  
Resümee und Seminarkritik.

Scheinanforderungen werden beim ersten Termin bekannt gegeben. Grundsätzlich sollen Referate gehalten und Hausarbeiten angefertigt werden.