TV-Management			
Veranstaltung	TV-Management	Semester	WS 2002/03
Bereich	Wirtschaft, Management, Recht	EDV-Nr.	25121
Leistungsnachweis	Studienarbeit, 4 Wochen + Referat	Prüfungsleistung/ Prüfungsvorleistung	PL
Art	Seminar	Veranstaltungsdauer	4 SWS
Dozent	Prof. Dr. Martin Gläser	Studiensemester 4-5/7-8	
Termin	Mittwoch, 11:30 – 13:00 / 14:00-15:30 Uhr evtl. bes. Plan Kick-Off: 09.10.2002, 11:30 Uhr	Ort	120
Stand	29.08.2002	Pflicht/Wahlpflicht	WP
<p>Beschreibung:</p> <p>Das Seminar richtet sich an Studentinnen und Studenten, die ihre Management-Kenntnisse im TV-Bereich systematisch vertiefen wollen. Herauszuarbeiten sind Voraussetzungen und Konzepte für das erfolgreiche TV-Management im digitalen Zeitalter. Es geht um ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ die vertiefte Bearbeitung des operativen Instrumentariums wie z.B. Fragestellungen der Wirtschafts- und Finanzplanung, der Programmsteuerung in Abhängigkeit inhaltlicher und wirtschaftlicher Kriterien, des Organisations- und Human-Resources-Management; ➤ die vertiefte Bearbeitung des strategischen Instrumentariums (strategische Steuerung der Wertschöpfungsprozesse, Geschäfts- und Erlösmodelle, Chancen, Trends, Allianzen); ➤ die unternehmerische Umsetzung von Visionen und Zielen im TV-Management und ihre Kommunikation nach innen und außen sowie um Teilaspekte von normativem TV-Management; ➤ die ganzheitliche Steuerung und das operative und strategische Controlling; ➤ die Steuerung von Subsystemen, insbesondere TV-Redaktionen; ➤ die Spezifika privatrechtlicher und öffentlich-rechtlicher Fernseh-Unternehmen; ➤ die Spezifika lokaler, regionaler, nationaler und international agierender TV-Anbieter. <p>Das Seminar „TV-Management“ bietet eine ausführliche und umfassende Darstellung und Diskussion der wichtigsten Fragestellungen, vor denen das Mittel- und Top-Management eines Fernseh-Unternehmens steht. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer tragen ihren Teil dazu bei, indem sie eine thematisch abgegrenzte Fallstudie zu einem Spezialthema bearbeiten. Diese Case Study wird im Plenum präsentiert und diskutiert. Sie erhalten zudem ein Feedback im Hinblick auf die Präsentationstechnik.</p> <p>Die Themen werden in Gruppen zu max. drei Personen bearbeitet. Ausnahmen sind möglich.</p>			
<p>Themen:</p> <p>Einführende Kontext-Darstellung:</p> <p><i>Grundlagen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Management von TV-Unternehmen: Übersicht, Kontext, Fragestellungen, Modelle • Management der Wertschöpfungs- und Finanzprozesse: Beschaffung, Produktion, Absatz, Marketing • Operatives TV-Management: Planung und Kontrolle, Organisation, Human Resources, Informations- und Wissensmanagement • Strategisches TV-Management: Marktbedingungen, Umfeld, Trends, Chancen, Strategiekonzepte, Geschäftsmodelle • Aufsicht und Kontrolle, Corporate Governance <p><i>Spezialthemen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • TV-Werbung • Management von Teil-Organisationseinheiten (TV-Redaktionsmanagement, TV-Produktionsbetriebe) • Ganzheitliche Steuerung von TV-Unternehmen, Controlling <p>Studienarbeiten und deren Präsentation:</p> <p>Liste möglicher Themen: vgl. gesonderte Aufstellung</p>			
<p>Literatur:</p> <p>Zur Veranstaltung wird es ein umfassendes Skript mit ausführlichen Literaturhinweisen geben.</p>			
<p>Kommentar:</p> <p>Das Seminar versteht sich als Vertiefung der Veranstaltung „Grundlagen Medienmanagement“ und steht im Bezug zu Veranstaltungen wie</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Unternehmenskultur, Unternehmensanalyse, Unternehmensstrategien ➤ Organisationsmanagement ➤ Unternehmens- und Personalführung ➤ Medienmärkte, Medienmarketing ➤ Finanzwirtschaft. 			