

Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Medienökonomie und Digitale Geschäftsmodelle



1 Aufbau des Hochschulzertifikats Medienökonomie und Digitale Geschäftsmodelle

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikats besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	6 ECTS (150 Stunden)
Medien- und Internetökonomie	Multiple-Choice-Klausur	
Digitale Geschäftsmodelle	Multiple-Choice-Klausur	
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

2 Lernergebnisse

Die Studierende können/haben:

- ✓ ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten identifizieren und ihre Funktionsweise theoriegeleitet erläutern,
- ✓ allgemeine und spezielle ökonomische Konzepte und Modelle auf Medienmärkte anzuwenden,
- ✓ tatsächliche und vermeintliche Marktversagensprobleme (spezielle Theorie der Wirtschaftspolitik) auf Medienmärkten ökonomisch analysieren, hinterfragen und beurteilen,
- ✓ Probleme der Medienökonomik graphisch und mathematisch lösen,
- ✓ ökonomische Aspekte ausgewählter Phänomene der Digitalisierung verstehen, theoriegeleitet erläutern und kritisch hinterfragen.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten
- ✓ Theorie des Marktversagens als Begründung für Regulierung
- ✓ Externalitäten und öffentliche Güter
- ✓ Informationsasymmetrien
- ✓ Kostenstrukturen und natürliche Monopole
- ✓ Wettbewerbsprobleme
- ✓ Netzwerkeffekte
- ✓ Plattformökonomik
- ✓ Weiterführende Modelle und Implikationen
- ✓ Digitalisierung von Geschäftsmodelle
- ✓ Internet der Dinge
- ✓ Smart Consumption
- ✓ Smart Production & Industrie 4.0

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit