
LITERATURLISTE FÜR DIE FACHPRÜFUNG – SBWL „Medienmanagement“ im Curr. ABW Bachelor, Master sowie Curr W&R Bachelor

Die Fachprüfung für das gebundene Wahlpflichtfach Medienmanagement umfasst die Inhalte der beiden Vorlesungen Medien und Wirtschaft (ab dem WS 09/10 Medien- und Konvergenzmanagement) und Medien und Konsumentenverhalten. Prüfungsrelevant sind die in der jeweiligen Vorlesung vermittelten Inhalte. Die nachstehende Literaturliste erhält ergänzende Literatur, die den vermittelten Stoff vertieft und weiteres Hintergrundwissen liefert.

Vertiefende Literatur für Medien und Wirtschaft (ab WS 09/10 neue Bezeichnung: Medien- und Konvergenzmanagement)

- Karmasin, Matthias; Winter, Carsten (Hrsg.) (2000): Grundlagen des Medienmanagements, Fink (UTB), München. Insbesondere die Aufsätze von Maier, Siegert, Apfelthaler, Winter.
- Altendorfer, Otto; Hilmer, Ludwig (2006): Medienmanagement, Band 3: Medienbetriebswirtschaftslehre – Marketing, VS Verlag, Wiesbaden.
- Scholz, Christian (Hrsg.) (2006): Handbuch Medienmanagement, Springer, Berlin. Insbesondere auch der Aufsatz von Hass.
- Porter, M. (2008): Wettbewerbsstrategien, Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, 11. Aufl., Frankfurt am Main (1983, 1. Aufl.).
- Osterloh, M.; Frost, J. (2007): Organisation, in: Berndt, R.; Fantapie Altobelli, C.; Schuster, P. (Hrsg.): Springers Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Band 1, Springer, Berlin, 185-236.
- Schmidt, Claudia (2006): Medienpsychologie, in: Altendorfer, Otto; Hilmer, Ludwig (Hrsg.): Medienmanagement, Band 4, VS Verlag, Wiesbaden, 73-89.

Vertiefende Literatur für Medien und Konsumentenverhalten

- Frey-Vor, G./Siegert, G./Stiehler, H.-J. (2008): Mediaforschung, Konstanz.
- Hanser, P. (2004): Werbe- und Marketingplaner: Medien, Reichweiten, Preise, Stuttgart .
- Hofsäss, M./Engel, D. (2003): Praxishandbuch Mediaplanung: Forschung, Studien und Werbewirkung; Mediaagenturen und Planungsprozess; Mediagattungen und Werbeträger, Berlin.
- Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P. (2003): Konsumentenverhalten, Vahlen, München.
- Scholz, Ch. (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement, Berlin et al. 2006.
Insbesondere die Aufsätze:
Scholz, Ch.: Medienmanagement – Herausforderungen, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen, Seite 11 – 72.
Unz, D. C./Schwab, F.: Medienpsychologie – Kommunikation, Information, Unterhaltung, Seite 173 – 194.
Unger, F.: Mediaplanung – Voraussetzungen, Auswahlkriterien und Entscheidungslogik, Seite 735 – 760.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G.: Werbung: eine Einführung, 5. neu bearbeitete Auflage, Stuttgart 2001.
- Unger, F.: Mediaplanung: methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, 5. aktualisierte und erweiterte Auflage, Berlin et al. 2007.
- Weinberg, Peter; Diehl, Sandra; Terlutter, Ralf (2003): Konsumentenverhalten angewandt, Vahlen, München.