

KickOff

Einführung

Erlösmodelle

Buch

Zeitung

Film

Rundfunk

Musik

Videospiele

Social Media

MEDIENWIRTSCHAFT - 2. SEMESTER VORLESUNG

KickOff

ZUR PERSON

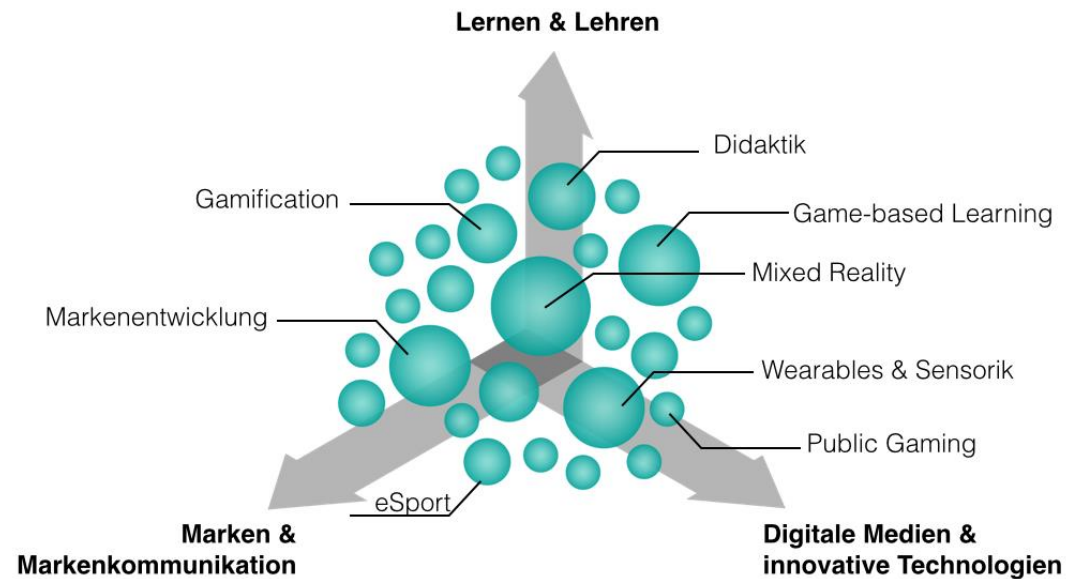
Alexander Kramer

- alexander.kramer@htw-berlin.de
- IMI (B.Sc. und M.Sc.) an der HTW Berlin
- Sensor-basierte Interaktions- und Animationssysteme (u.a. Motion Capturing etc.), Games und interaktive Anwendungen im Web
- Forschungsmanager am FKI der HTW Berlin
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HTW Berlin
- Dozent für Medienwirtschaft (IMI), Software Engineering (AI) und Verteilte Anwendungen (WI), Info3 (IMI)
- Betreuung studentischer Semesterarbeiten in IMI

FORSCHUNGSGRUPPE CREATIVE MEDIA

Im Forschungszentrum für Kultur und Informatik (FKI)

CM F&E-DIMENSIONEN & SCHWERPUNKTE



FORSCHUNGSGRUPPE CREATIVE MEDIA

Aktuelle Themen

CoLearnET

Digitale Medien in der beruflichen
Bildung in der Elektrotechnik

DVGW

Wissenschaftskommunikation mit Hilfe
von AR im Messekontext

Kiveda

Zukunft des medial
gestützten Küchenverkaufes

cAPITs

Creative Applied
Interactive Technologies

IGZ

VR und Touch-basierte Interaktionstechnik
in der Wissenschaftskommunikation

CochLea

Adaptierte Schwierigkeitsanpassung in Lernspielen/
Photogrammetrie und binaurales Hören

GIU

German International University

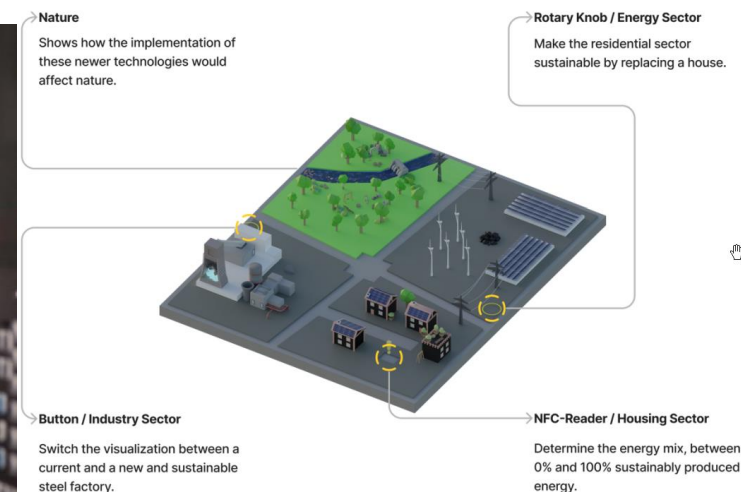
FORSCHUNGSGRUPPE CREATIVE MEDIA

Forschung und Entwicklung u.a. im Bereich VR und AR



FORSCHUNGSGRUPPE CREATIVE MEDIA

Forschung und Entwicklung u.a. im Bereich VR und AR - Semesterprojekte



ORGANISATORISCHES

- Vorraussichtlich ca. 15 Termine –
 - Donnerstag 15:45 – 19:00 als Präsent-Veranstaltung
 - Übung Donnerstag 14:00 – 15:30 als Präsent-Veranstaltung
- Folien zu den Themen werden in Moodle eingestellt
 - Zusätzliche werden externe Medien als Lese-, Hör- und Schauempfehlungen zum Vertiefen des Themas angeboten
- Klausur/Prüfung? –Beginn des Prüfungszeitraum im Wintersemester
 - Präsenzklausur. Diese wird als Moodle-Klausur im eKlausurraum durchgeführt.
Nur handgeschriebene Cheatsheets
- Übung
 - Donnerstag 14:00 – 15:30
 - Inhalt: Grundlagen Unternehmensformen, Marktformen, Marken, Markenrecherche etc,
 - Übung: Hausarbeit – Vorstellung eines deutschen Medienunternehmens und inkl. abschließenden Vortrag

VORLESUNGSaufbau / INHALTE...

- Medienforschung, Wertschöpfung, Märkte, Begriffe, Einstieg und Grundlagen
- Zeitungs- und Zeitschriftenmanagement
- Buchmanagement
- Filmmanagement
- TV-Management
- Musikmanagement
- Erlösformen neue Medien / Internetwirtschaft
- Games-Management
- Unternehmensformen, Marktbegrifflichkeiten

WÜNSCHE ODER FRAGEN? (ORGA)

ANMERKUNGEN

- Bitte:
 - Wenn Ihnen zwischen den Veranstaltungen eine interessante Entwicklung aus dem Bereich der Medienwirtschaft auffällt bringen Sie diese Info als Gesprächsbeitrag mit in den Unterricht.

WER VON IHNEN SIEHT SICH ALS TEIL DER MEDIENWIRTSCHAFT?

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- Von gar nicht zu 24 Stunden am Tag

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben
 - Realitätsflucht

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben
 - Realitätsflucht
 - Zeit totschiagen

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben
 - Realitätsflucht
 - Zeit totschiagen
- Unterwegs

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben
 - Realitätsflucht
 - Zeit totschiagen
- Unterwegs
- Auf der Couch

MEDIENNUTZUNGSHÄUFIGKEIT

Sagen Sie uns, welches Medium sie am meisten nutzen? (etwas Interaktion):

- *Von garnicht zu 24 Stunden am Tag*
- Was ist Ihre Lieblingsmedienform für:
 - Sich informieren
 - Eine Geschichte erleben
 - Realitätsflucht
 - Zeit totschiagen
- Unterwegs
- Auf der Couch
- Im Unterricht

MEDIENGLAUBWÜRDIGKEIT

- Sagen Sie uns bitte, welches Medium sie am meisten nutzen?
- Welches Medium halten Sie für glaubhaft und warum?

MEDIENZUKUNFT

- Sagen Sie uns bitte, welches Medium sie am meisten nutzen?
- Welches Medium halten Sie für glaubhaft und warum?
- Welchem Medium prophezeien Sie eine golden Zukunft, welchem Medium prophezeien Sie dessen Niedergang? Warum? Wann kommt der Tod?