

---

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

# **Modulhandbuch**

## **Medienrecht und Medienwirtschaft LL.M.**

LL.M.

zur Prüfungsordnung vom 05.01.2021

Stand: 01.03.2023

# Inhalt

1	STUDIENGANGSBESCHREIBUNG .....	4
2	STUDIENVERLAUFSPLAN .....	7
3	MODULE .....	8
3.1	ÖFFENTLICHES MEDIENRECHT I.....	8
3.2	INFORMATIONSTECHNOLOGIERECHT I .....	10
3.3	MEDIENWIRTSCHAFTSRECHT I.....	12
3.4	RECHT UND E-COMMERCE .....	14
3.5	ÖFFENTLICHES MEDIENRECHT II.....	17
3.6	MEDIENWIRTSCHAFTSRECHT II .....	19
3.7	INFORMATIONSTECHNOLOGIERECHT II .....	22
3.8	RECHT UND ETHIK IN DER MEDIENWIRTSCHAFT .....	24
3.9	MEDIENWIRTSCHAFTSRECHT III .....	28
3.10	MEDIENWIRTSCHAFT IM UNTERNEHMEN .....	31
3.11	DIGITALISIERUNG IM MEDIENUNTERNEHMEN .....	34
3.12	FERNSEHRECHT UND -WIRTSCHAFT .....	36
3.13	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT .....	38
3.14	MARKETINGMANAGEMENT IM MEDIENUNTERNEHMEN .....	40
3.15	INFORMATIONSTECHNIK I.....	43
3.16	INFORMATIONSTECHNIK II + PLANSPIEL .....	46

TH Köln - Gustav-Heinemann-Ufer 54 - 50668 Köln  
An die Studierenden  
des Schmalenbach Instituts für Wirtschaftswissenschaften

Köln, 30.11.2018

**Wichtige Mitteilung zur Abgabe von Haus-, Seminar- und Abschlussarbeiten**


Sehr geehrte Studierende,

für die fristgemäße Abgabe sind zukünftig alle Haus-, Seminar- und Abschlussarbeiten zusätzlich zur schriftlich eingereichten Fassung in Form einer gängigen digitalen Textverarbeitungsdatei innerhalb der Abgabefrist an die E-Mail-Adresse

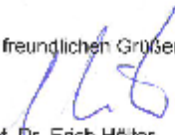
[plagiatspruefung@f04.th-koeln.de](mailto:plagiatspruefung@f04.th-koeln.de)

zu schicken.

Mit freundlichen Grüßen

  
Prof. Dr. Rolf Schwartmann  
Prüfungsausschussvorsitzender

Mit freundlichen Grüßen

  
Prof. Dr. Erich Höfler  
Dekan

Schmalenbach  
Institut für Wirtschafts-  
wissenschaften

Fakultät für Wirtschafts-  
und Rechtswissenschaften

**Technology  
Arts Sciences  
TH Köln**

Prof. Dr. Schwartmann  
Prüfungsausschuss für die  
Studiengänge des Schmalenbach Instituts  
für Wirtschaftswissenschaften

+49 221 4275-2552  
rolfschwartz@th-koeln.de

Raum B1.610  
Claudiusstraße 1  
50678 Köln

Technische Hochschule Köln

Postanschrift:  
Gustav-Heinemann-Ufer 54  
50668 Köln

Stz des Präsidiums  
Claudiusstraße 1  
50678 Köln

[www.th-koeln.de](http://www.th-koeln.de)

Steuer-Nr.: 214560501/84  
USt-IdNr.: DE 125603979

Bankverbindung:  
Sparkasse Köln/Denn  
IBAN DE34 3705 0100 1900 7298 00  
BIC COSS3333

# 1 Studiengangsbeschreibung

## Auf einen Blick

Studiengang	Medienrecht und Medienwirtschaft
Abschluss	Master of Laws
Studienform	Vollzeitstudiengang
Studienbeginn	Wintersemester
Regelstudienzeit	4 Semester
Studienumfang	120 ECTS
Unterrichtssprache	Deutsch
Studienort	Campus Südstadt
Zulassungsbeschränkung	Ja (Orts-NC)

## Warum sollte ich Medienrecht und Medienwirtschaft studieren?

Die gravierenden Veränderungen in der Medienwelt stellen Medienschaffende vom Blogger bis zum Unternehmer vor neue rechtliche und ökonomische Herausforderungen. Der interdisziplinäre Masterstudiengang am Medienstandort Köln bereitet die Studierenden gezielt auf die Medienpraxis vor, indem medienrechtliche, wirtschaftliche und technische Inhalte zu einer Querschnittsmaterie verbunden und praxisnah vermittelt werden.

Sie lernen vor Ort im Unternehmen das Zusammenspiel aller relevanten Bereiche von der Produktentwicklung und -vermarktung bis zum Justitiariat und der Medienpolitik kennen und verstehen. Bei Ihrem Berufseintritt bringen Sie aufgrund des wissenschaftsbasierten Studiums mit hohem beruflichen Praxisbezug die notwendigen interdisziplinären Kompetenzen mit, um zielorientiert Lösungen für relevante Fragestellungen zu entwickeln.

## Was kommt nach dem Studium?

Nach erfolgreichem Studium erhalten die Studierenden den hochwertigen Abschluss Master of Laws mit 120 ECTS-Punkten.

Aufgrund ihrer interdisziplinären Kompetenzen finden die Absolventinnen und Absolventen ihre künftigen Tätigkeiten sowohl an den Schnittstellen zwischen Medienrecht und Wirtschaft, beispielsweise als Legal Counsel in der Beratung als auch in klassischen juristischen Bereichen in Medienunternehmen, Kanzleien oder im höheren Verwaltungsdienst.

## Was und wie lerne ich im Studium?

Den Schwerpunkt des Studiengangs bilden die zahlreichen Rechtsdisziplinen, die das Medienrecht umfasst, u. a.: das Presse- und Rundfunkrecht, das Telekommunikations- und Telemedienrecht, das Urheber-, Kartell- und Wettbewerbsrecht, außerdem Datenschutz- und Medienstrafrecht sowie E-Commerce-Recht und Informationstechnologierecht. Darüber hinaus werden wirtschaftliche Kenntnisse aus den Bereichen Marketing, Personal und Medienökonomie vermittelt. Ergänzt wird das Curriculum durch Lehrinhalte aus dem Fachbereich Informations- und Kommunikationstechnik.

Für die Umsetzung des Konzepts sorgen mehr als 30 in das Programm eingebundene Lehrbeauftragte aus zahlreichen namhaften Unternehmen, Kanzleien und öffentlichen Einrichtungen der rheinischen Region (u. a. Brainpool TV GmbH, Mediengruppe RTL Deutschland, Bundesgerichtshof, Oberlandesgericht Köln, Rheinisch Bergische Verlagsgesellschaft, Staatskanzlei des Landes NRW, Unitymedia, WDR).

Die fachlichen Kompetenzen werden verknüpft durch Fallstudien, Planspiele, E-Learning, Trainings und regelmäßiges Feedback. Ein Auslandssemester können Studierende ebenfalls wahrnehmen.

### **Wo bekomme ich weitere Informationen zum Studiengang?**

Aktuelle Informationen zum Studiengang sowie zu Beratung, Bewerbung, Studieninhalten und sonstigen Angeboten für Studierende finden Sie unter:

[www.th-koeln.de/medienrecht\\_und\\_medienwirtschaft\\_llm](http://www.th-koeln.de/medienrecht_und_medienwirtschaft_llm) [www.medienrecht.th-koeln.de](http://www.medienrecht.th-koeln.de)

### **Welche Voraussetzungen muss ich erfüllen?**

Abschluss des ersten juristischen Staatsexamens oder eines rechtswissenschaftlichen oder eines anderen einschlägigen Studiengangs (Mindestnote 2,5). Ein Studiengang ist einschlägig, wenn er rechtswissenschaftliche Kenntnisse aus Modulen im Umfang von zusammen mindestens 60 ECTS-Punkten vermittelt.

Wie bewerbe ich mich?

Ihre Bewerbung ist online möglich unter:

<https://bewerbung.th-koeln.de>

### **Wer kann mir bei der Bewerbung helfen?**

Bei Fragen rund um die Bewerbung, zum Beispiel hinsichtlich Fristen und Terminen, können Sie sich auch an den zentralen Studierenden- und Prüfungsservice der TH Köln wenden.

Kontakt: TH Köln

Studierenden- und Prüfungsservice

Claudiusstraße 1

50678 Köln

Raum 41 b

T: +49 221-8275-5840

E: [studium-suedstadt@th-koeln.de](mailto:studium-suedstadt@th-koeln.de)

Informationen zum Bewerbungsverfahren für internationale Bewerberinnen und Bewerber erhalten Sie ebenfalls hier.

### **Wo studiere ich?**

Die TH Köln ist mit rund 26.000 Studierenden die größte staatliche Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Deutschland und hat sich mit 11 Fakultäten fachlich breit aufgestellt.

Mit über 3.000 Studierenden ist die Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften die zweitgrößte Fakultät an der TH Köln und verfügt über sehr gute Bewertungen von Personalchefs deutscher Unternehmen.

Der Studiengang wird von der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht am Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften der TH Köln angeboten. Fakultät und Institut sind gut mit der lokalen Wirtschaft vernetzt. So werden die Studieninhalte auch mit den Anforderungen potenzieller Arbeitgeber abgeglichen. Sie profitieren von Gastvorträgen aus der Wirtschaft, Praxisprojekten mit Unternehmen sowie Angeboten des Beirats wie beispielsweise Kaminabende oder Mentoring.

### **Wer unterstützt mich im Studium?**

An der TH Köln finden Sie zahlreiche studentische Initiativen, die Ihnen bei der Organisation Ihres Studiums helfen oder denen Sie sich anschließen können, um am vielfältigen sozialen und kulturellen Leben in Köln teilzuhaben. Unsere Studierenden können z. B. die umfangreichen Angebote der studentischen Fachschaft unserer Fakultät sowie von Studierendenwerk und Allgemeinem Studierendenausschuss (AStA) wahrnehmen. Sie können sich sozial engagieren, sportlich aktiv sein, im intensiven Austausch mit internationalen Studierenden stehen und im Herzen Kölns ein Netzwerk fürs Leben aufbauen.

Unterstützung bei der Studienfinanzierung ist beispielsweise durch Stipendien möglich. Weitere Informationen dazu erhalten Sie unter folgendem Link:

[www.th-koeln.de/finanzierung](http://www.th-koeln.de/finanzierung)

## 2 Studienverlaufsplan

Modul-code	Modulbezeichnung	MP	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ SWS	Σ CP	
			SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP			
<b>1. Medienrecht</b>												<b>38</b>	<b>54</b>
MR1.01.	Öffentliches Medienrecht I	1	4	6									
MR1.02.	Informationstechnologierrecht I	1	4	6									
MR1.03.	Medienwirtschaftsrecht I	1	4	6									
MR1.04.	Recht und E- Commerce	1.			4	6							
MR1.05.	Öffentliches Medienrecht II*	1			4	6							
MR1.06.	Medienwirtschaftsrecht II	1			4	6							
MR1.07.	Informationstechnologierrecht II	1			4	6							
MR1.08.	Recht und Ethik in der Medienwirtschaft	1					4	6					
MR1.09.	Medienwirtschaftsrecht III	1					4	6					
<b>2. Medienwirtschaft</b>												<b>20</b>	<b>30</b>
MW2.01.	Medienwirtschaft im Unternehmen	1	4	6									
MW2.02.	Marketingmanagement im Medienunternehmen	1			4	6							
MW2.03.	Digitalisierung im Medienunternehmen	1					4	6					
MW2.04.	Fernsehrecht und -wirtschaft	1					4	6					
MW2.05.	Personalmanagement	1					4	6					
<b>3. Informationstechnik</b>												<b>8</b>	<b>12</b>
IT3.01.	Informationstechnik I (Signalverarbeitung)*	1	4	6									
IT3.02.	Informationstechnik II (EDV in Medienunternehmen, Software, Anwendung, Informationstechnik Data-Research, Sicherheit)	1							4	6			
<b>Master-Thesis</b>													<b>24</b>
MT01.	Master-Thesis									18		18	
MT02.	Kolloquium									6		6	
<b>Σ SWS</b>			<b>20</b>		<b>20</b>		<b>20</b>		<b>4</b>		<b>64</b>		
<b>Σ Credit Points</b>				<b>30</b>		<b>30</b>		<b>30</b>		<b>30</b>		<b>120</b>	

MP = Anzahl Modulprüfungen; SWS = Semesterwochenstunden; CP = Credit Points

### 3 Module

#### 3.1 Öffentliches Medienrecht I

Modulnummer:	MR 1.01.
Modulbezeichnung:	Öffentliches Medienrecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (Wintersemester)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M., Prof. Dr. Stefan Sporn
Dozierende:	Thomas Gottlöber, GF Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, TH Köln und Leiter Recht & Regulierung bei game – Verband der Deutschen Games-Branche e.V.  Anna Lissner, Content & Commercial Law, Axel Springer SE  RA Prof. Dr. Stefan Sporn COO Splendid Medien AG / Gf Splendid Synchron GmbH  Sandra Winterberg, COO Flute Film GmbH
Learning Outcome:	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• die unterschiedlichen Medien verfassungsrechtlich einordnen und kennen deren einfachgesetzliche Ausgestaltung ebenso wie den Regulierungsrahmen, indem sie intensive Gesetzes- und Fallstudien betreiben und erlernte Forschungsmethoden anwenden. Sie können darauf basierend die rechtlichen Risiken von medial verbreiteten Inhalten beurteilen, rechtliche Handlungsspielräume einschätzen, Lösungsvorschläge entwickeln und verantwortungsvolle Entscheidungen treffen.</li> <li>• streitige Rechtsfragen und Ansprüche im Bereich der Wort- und Bildberichterstattung (offline wie digital) unter Berücksichtigung der geltenden Medien- und Werteordnung abwägen, Empfehlungen erarbeiten und mit den zuständigen Regulierungsstellen erörtern.</li> </ul>
Modulinhalte:	Teil RA Gottlöber



- Recht der Wortberichterstattung

Teile Prof. Dr. Hentsch/Winterberg:

- Überblick über das gesamte Medienrecht; Medienverfassungsrecht
- Rechtsprechung des BVerfG; Medienrecht nach einfach gesetzlichen Vorgaben (Landespressegesetze, Medienstaatsvertrag und Landesmediengesetzen)
- Medienstaatsvertrag: Rundfunkbegriff, Zulassung und Aufsicht, Werberegulierung, Recht der Telemedien, Plattform- und Intermediärsregulierung.
- Duales System; Medienaufsicht durch die Landesmedienanstalten und Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK

Teil RAin Lissner

- Recht der Bildberichterstattung;

Teil Prof. Dr. Sporn:

- Rundfunkrecht nach Art. 5 Abs. 1 GG; Abgrenzung zu anderen Grundrechten.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\cong$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 17. Auflage, 2022; Schwartzmann, Schmid, Schulenberg, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Dörr/Schwartzmann, Medienrecht, 6. Auflage, 2019; Degenhart, Kommentierung zu Art. 5 GG in Bonner Kommentar zum Grundgesetz; Ricker/Weberling, Handbuch des Presserechts, 7. Auflage, 2021.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	Die Modulvorlesungen finden aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans unter dem Modulnamen „Medienrecht I“ statt (jeweils im Wintersemester), siehe Modulhandbuch PO3 ab WS 2021/22.  Die Modulprüfung „Öffentliches Medienrecht I“ wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den Inhalten der jeweils aktuellen Modulvorlesungen im Modul „Medienrecht I“, Unterlagen dazu sind abrufbar bei ILIAS unter „ <u>Module 1. Sem WS 2022/23 PO3</u> “  Teile der Vorlesung finden bei der RTL Mediengruppe statt.
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.2 Informationstechnologierecht I

Modulnummer:	MR 1.02.
Modulbezeichnung:	Informationstechnologierecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	1 Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	RA Prof. Gennen ist Professor für Wirtschaftsrecht, insbesondere Informationstechnikrecht mit IT-Vertragsrecht und Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs an der TH Köln und Partner in der auf u.a. Informationstechnologierecht spezialisierten Kanzlei LLR Rechtsanwälte sowie zertifizierter Datenschutzbeauftragter.
Learning Outcome:	<p>Mit Beendigung des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IT-Projekte in ihrem grundlegenden Ablauf verstehen, typische Probleme in IT-Projekten identifizieren und in ihrer unterschiedlichen Bedeutung für das jeweilige Projekt differenzieren,</li> <li>• verschiedene Projektvorgehensmethoden unterscheiden, rechtlich einordnen und beurteilen,</li> <li>• urheberrechtlich relevante Bezüge zum Softwarevertrags-/Datenbank-/Patentrecht herstellen, Klauseln über Nutzungsrechte in Softwareerstellungs- und -nutzungsverträgen bewerten und entwerfen,</li> <li>• Grundzüge des Vertragsrechts der Informationstechnologien gebrauchen und die geltenden entsprechenden Vorschriften anwenden sowie vertragliche Lösungen für typische Problemstellungen aus Sicht der jeweiligen Vertragspartei (Kunden-/Anbieterseite) beurteilen und entwickeln, bezogen auf die Anwendungsfälle: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verträge über die Beschaffung sowie die Wartung von Hardware,</li> <li>• Verträge über die Beschaffung sowie die Pflege von Software.</li> </ul> </li> </ul>
Modulinhalte:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufsetzen und Steuerung von IT-Projekten, Projektarten</li> <li>• Projektvorgehensmethoden</li> <li>• Rechtsschutz für Software (Urheberrecht, Patentrecht) und Datenbanken</li> <li>• Open Source Software</li> <li>• Verträge über Erwerb und Nutzung von Software (Standardsoftware, Modifikation von Standardsoftware, Erstellung von Individualsoftware) sowie Pflege von Software</li> <li>• Rechtsfragen bei der Beschaffung von Hardware (Kauf, Miete, Leasing) und bei der Wartung von Hardware</li> </ul>

- Vertragsgestaltung in der Praxis: Verträge in der Planungsphase von IT-Projekten, IT-Projektverträge

Lehr- und Lernmethoden:	Dozentenvortrag, Lösung von Übungsfällen / Fallstudien, z.T. in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Gennen, „IT-Recht, IT-Vertragsrecht“ in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Schneider/Graf von Westphalen, Software-Erstellungsverträge, 2. Auflage 2014; Redeker, Handbuch der IT-Verträge, 46. Aktualisierung 2022; Intveen/Gennen/Karger, Handbuch des Softwarerechts, 2018; Gennen/Völkel, Das Recht der IT-Verträge, 2009;
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	Die Vorlesung findet nach wie vor unverändert im ersten Semester statt.
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.3 Medienwirtschaftsrecht I

Modulnummer:	MR 1.03.
Modulbezeichnung:	Medienwirtschaftsrecht I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M. A., LL.M.
Dozierende:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M. A., LL.M. RA Dr. Thorsten Schaefer, Head of Data & IP, Axel Springer SE RA Sebastian Scholl, Senior European Legal Advisor, Nintendo
Learning Outcome	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erwerben spezialisiertes, wissenschaftlich fundiertes und forschungsbasiertes juristisches Fach- und Methodenwissen im Urheber- und Markenrecht</li> <li>erfassen Sachverhalte in den verschiedenen Anwendungsfeldern des Urheber- und Markenrechts und analysieren sie unter Heranziehung der rechtlichen Grundsätze</li> <li>entwickeln selbstständig neue rechtliche Fragestellungen und können eigenverantwortlich, strukturiert und ergebnisorientiert Lösungen formulieren</li> <li>sind der Lage die Folgen von Entscheidungen abzuwägen, präzise zu benennen und diplomatisch unter Berücksichtigung der kennengelernten Strukturen und Mechanismen zu verhandeln</li> </ul>
Modulinhalte:	<p><b>Urheberrecht:</b> Werk als Schutzobjekt des Urheberrechts; Urheber als Schutzsubjekt, Inhalte des Urheberrechts, Leistungsschutzrechte, Verwertung des Urheberrechts, Vergütungen des Urhebers, Kollektive Rechtewahrnehmung, Urheberrechtliche Ansprüche und Haftung</p> <p>• <b>Markenrecht:</b> Marken, Markenschutz, Schutzzinhalt der Marke; geschäftliche Bezeichnungen, geographische Herkunftsangaben, sonstige Rechte; kennzeichenrechtliche Ansprüche</p>

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\approx$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Eckardt/Klett/Schwartmann/Jung, Wettbewerbsrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Vorschriftensammlung, 6. Auflage, 2019; Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Dörr/Schwartmann, Medienrecht, 6. Auflage, 2019; Dreher/Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 11. Auflage, 2021; Eisenmann/Jautz/Wechsler, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 11. Auflage, 2022; Lutz, Grundriss des Urheberrechts, 3. Auflage, 2018; Berlit, Markenrecht, 11. Auflage, 2019.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Die Modulvorlesungen finden aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans unter dem Modulnamen „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I“ (jeweils im Wintersemester) statt, siehe <u>Stundenplan erstes Semester</u> .  Die Modulprüfung „Medienwirtschaftsrecht I“ wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den Inhalten der jeweils aktuellen Modulvorlesungen im Erstsemestermodul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht I“, abrufbar im Modulbereich „ <u>Module 1. Sem. WS 2022/23 PO3</u> “
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.4 Recht und E-Commerce

Modulnummer:	MR 1.04.
Modulbezeichnung:	Recht und E-Commerce
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M. RA Dr. Josef Limper
Dozierende:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch M.A., LL.M. RA Dr. Josef Limper, RA Dr. Josef Limper, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und für Steuerrecht, Mediator LST Rechtsanwälte PartG MBB, Köln RA Prof. Dr. Klaus Gennen Julius Ottow, LL.M.
Learning Outcome:	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragen im Lizenz-, Urheberrecht, Veranstaltungs- und Verlagsrecht eigenständig bearbeiten, indem sie sich mit den relevanten geltenden Rechtsvorschriften aus dem Wirtschaftsvertrags-, dem Lizenz- und Urheber- sowie dem Verlagsrecht auseinandersetzen, diese verstehen und anwenden, um später Schritte zur Rechtklärung und zum Rechteerwerb einzuleiten und entsprechende Verträge aufzusetzen und zu verhandeln.</li> <li>• können die rechtlichen Voraussetzungen bei der Planung, Umsetzung und dem Betrieb von Web-Shops zusammenstellen und beurteilen, indem sie anhand von Fallbearbeitungen unter Anwendung der einschlägigen Rechtsvorschriften aus dem Zivil- und Datenschutzrechts sowie dem Gewerblichen Rechtsschutz die Voraussetzungen und mögliche Risiken erfassen und überprüfen, um später in interdisziplinärer Zusammenarbeit mit den betroffenen Fachbereichen bei den rechtlichen, strategischen und operativen Themen zu beraten.</li> </ul>

Modulinhalte:	<p>Teil Dr. Limper: Urheberrechtliche Leistungsschutzrechte am Beispiel der Musik (u.a. Rechts- und Vertragsbeziehungen bei Aufnahme und Schaffung von Musik, Musikverlagsrecht)</p> <p>Teil Prof. Dr. Hentsch/Barwick • Verlagsrecht, Verlagsvertrag und verlagstypische Lizenzverträge, angemessene Vergütung im Verlagsbereich, VG WORT, Rechtevergabe bei digitalen Publikationen</p> <p>Teil Dr. Schmid-Petersen (ehemals Ottow) • Erst-/ Zweit- und Nebenverwertung von TV- Produktionen, Auftrags-/ Lizenzproduktion • Lizenzrechtliche Fragestellungen, Formatschutz und Nutzungsrechte</p> <p>Teil Prof. Gennen • E-Commerce-Recht, u.a. Fernabsatzrecht, Preisangaben- und Telemedienrecht</p>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	<p>Menche, Urheber- und Verlagsrecht, 2. Auflage 2020</p> <p>Wegner/Wallenfels/Kaboth, Recht im Verlag, 2. Auflage 2010</p> <p>Dörr/Schwartzmann, Medienrecht, 6. Auflage, 2019;</p> <p>Bießmann, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018.</p> <p>Frey, u.a. in Schwartzmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018.</p> <p>Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 4. Auflage 2019.</p> <p>Schwartzmann, Jaspers, Thüsing, Kugelman (Hrsg, Kommentar zur Datenschutzgrundverordnung/Bundesdatenschutz, 2. Auflage 2020</p>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den oben dargestellten Modulinhalten.</p> <p>Die Vorlesung von Prof. Gennen zum E-Commerce-Recht findet im Sommersemester im Zweitsemestermodule „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II“ statt. Die Unterlagen zu dieser Vorlesung sind in ILIAS unter „Module 2. Sem. Sommersemester 2023</p>

---

PO3“ im Modul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II“ abrufbar. Der Prüfungsteil zum E-Commerce-Recht wird auf dieser Vorlesung basieren.

Alle anderen Modulinhalte sind im Wintersemester Bestandteil des Drittsemestermoduls PO3 „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht III“ und werden im Rahmen der Modulvorlesungen der Dozierenden Barwick, Prof. Hentsch, Dr. Limper und Dr. Schmid-Petersen gelehrt, siehe Stundenplan drittes Semester.

Die Modulprüfung im „Recht und E-Commerce“ Modul wird auf den jeweiligen Lehrveranstaltungen und dazugehörigen Unterlagen basieren, abrufbar im ILIAS Ordner „Module 3. Semester WS 2022/23 PO3“.

---

Letzte Aktualisierung:

SoSe 2223

---



### 3.5 Öffentliches Medienrecht II

Modulnummer:	MR 1.05.
Modulbezeichnung:	Öffentliches Medienrecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Jan Dombrowski, LL.M. Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Dozierende:	RA Jan Dombrowski, LL.M. Direktor Regulierung Telekommunikation, Vodafone Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Learning Outcome:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen die technischen und ökonomischen Prinzipien der Telekommunikation, können regulatorische Eingriffe in ihrer Wirksamkeit und Berechtigung beurteilen und rechtliche Beratung anhand der prozessualen Besonderheiten des Regulierungsrechts strukturieren</li> <li>• sind in der Lage telekommunikationsrechtliche Sonderregelungen zur Frequenzverwaltung, Nummerierung und Wegerechte für die Lösung praktischer Fragestellungen zu nutzen</li> <li>• können die telekommunikationsspezifischen Kundenschutzvorschriften und die diesbezüglichen Vorgaben im Europäischen Recht zusammenführen und auf praktische Fälle anwenden sowie rechtsgestaltend einsetzen</li> <li>• können praktische Fälle aus dem Bereich des europäischen Medienrechts auf Grundlage des geltenden europäischen Rechtsrahmens einschätzen, Risiken präzise benennen, um eigenständig Lösungen zu formulieren, rechtsgestaltend tätig zu werden und/oder Stellungnahmen gegenüber Politik und Öffentlichkeit zu verfassen.</li> </ul>
Modulinhalte:	Teil Dombrowski: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telekommunikationsrecht: Marktregulierung Rundfunk- und Frequenzregulierung (Marktanalyseverfahren, Regulierungsverpflichtungen, Missbrauchsaufsicht, Rechtsschutz), Kundenschutz und Universaldienst. Aufgaben und Funktion der Bundesnetzagentur.</li> <li>• Mediendienst und Rundfunk. Abgrenzung Tele- und Mediendienste. Generelle Prinzipien der Dienste und rechtliche Verankerung.</li> </ul> Teil Prof. Dr. Hentsch:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Europäisches Medienrecht: Medienrecht nach EMRK; Europarechtliche Grundlagen des Medienrechts (Primärrechtliche Verankerung und Sekundärrechtliche Ausgestaltung, insb. AVMD-Richtlinie).</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit sowie ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Öffentliches Medienrecht I“
Empfohlene Literatur:	Schütz, Kommunikationsrecht, in Schwartmann (Hrsg.), Praxishandbuch, Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Dörr/Schwartmann, Medienrecht, 6. Auflage, 2019; Holznagel/Enaux/Nienhaus, Telekommunikationsrecht, 2. Auflage, 2006; Fink/Cole/Keber, Europäisches und Internationales Medienrecht, 2008.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesungen finden aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans ab dem Sommersemester 2022 unter dem Modulnamen „Medienrecht II“ statt, siehe Stundenplan für das <u>2. Semester</u>.</p> <p>Die Modulprüfung „Öffentliches Medienrecht II“ wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den Inhalten der jeweils aktuellen Modulvorlesungen im Modul „Medienrecht II“, siehe in ILIAS unter „2. Sem. SoSe 2023 PO3“.</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.6 Medienwirtschaftsrecht II

Modulnummer:	MR 1.06.
Modulbezeichnung:	Medienwirtschaftsrecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Richter am OLG Dirk Büch RA Dr. Ingo Jung RAin Nadja Siebertz
Dozierende:	Dirk Büch, Richter am OLG Köln  RA Dr. Ingo Jung, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, CBH Rechtsanwälte  Dr. Christina Oelke, Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin) / Lawyer, Senior Legal Counsel, Stellvertretende Justiziarin / Deputy Legal Counsel, VAUNET - Verband Privater Medien e. V  RAin Nadja Siebertz, Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, CBH Rechtsanwälte.
Learning Outcome:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chancen und Risiken von Werbemaßnahmen gegeneinander abzuwägen, die eigenen und fremden Marketingstrategien mit Blick auf die rechtliche Zulässigkeit zu überwachen und gegebenenfalls Handlungsbedarf abzuleiten, indem sie sich mit den Vorschriften aus dem Bereich des Wettbewerbs- und Werberrechts auseinandersetzen und die ergangene Rechtsprechung reflektieren, um später im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit als Bindeglied zwischen den zuständigen Fachabteilungen bei der Einführung von neuen Produkten zu beraten und Lösungen zu entwickeln.</li> <li>• unter Anwendung der einschlägigen Vorschriften aus dem BGB, UWG und der Zivilprozessordnung sowie der gängigen Rechtsprechung Erfolgsaussichten und Risiken eines gerichtlichen Verfahrens einzuschätzen und notwendige rechtliche Schritte einzuleiten, um später Wettbewerbsprozesse steuern zu können.</li> <li>• Kartellrechtliche Fragestellungen zu beantworten, indem sie die zugrundeliegenden rechtlichen Vorschriften und Theorien auf Fallbeispiele anwenden und auslegen, um bei dem Entwurf, der Prüfung und Kommentierung von Verträgen in kartellrechtlicher Hinsicht unterstützen zu können.</li> </ul>

Modulinhalte:	<p>Teil Büch:  <b>• Wettbewerbsverfahrensrecht</b></p> <p>Teil Dr. Jung  <b>• Wettbewerbsrecht:</b> Unlautere Wettbewerbshandlungen nach UWG, Formen der Unlauterkeit, Rechtsfolgen bei unlauterem Wettbewerb  <b>• Werberecht:</b> Werberecht nach UWG: Direktwerbung; Sales Promotion; Unlautere Werbung, vergleichende Werbung im Rundfunk und in den Telemedien; Jugendmedienschutz; Medienspezifische Regelungen im Wettbewerbsrecht; Werbung im Internet; Markenlizenzen in der werblichen und medialen Nutzung</p> <p>Teil Dr. Oelke  <b>• Kartellrecht:</b> Bedeutung der Kartellbehörden in der Medienwirtschaft; Regelungsgegenstand des Kartellrechts nach dem GWB; Verbot wettbewerbsbeschränkender Verträge und abgestimmter Verhaltensweisen zwischen Wettbewerbern; Generelles Kartellverbot und Ausnahmen; (Besondere) Missbrauchsaufsicht, Fusionskontrolle, Kartellordnungswidrigkeiten und deren Verfolgung, Rechtsschutz; Abgrenzung zum Medienkonzentrationsrecht; Europäisches Kartellrecht/DMA</p> <p>Teil Siebertz:  <b>Einführung in das UWG</b> (Darstellung zulässiger Werbeformen)</p>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit sowie ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\cong$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Medienwirtschaftsrecht I“
Empfohlene Literatur:	<p>Eckardt/Klett/Schwartzmann/Jung, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht und Gewerblicher Rechtsschutz, Vorschriftensammlung, 6. Auflage, 2019; Dreher/Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 11. Auflage, 2021;</p> <p>Theilmann, Medienwirtschaft und Kartellrecht: Der Begriff des relevanten Marktes im deutschen und europäischen Medienkartellrecht, 2007;</p> <p>Trafkowski, Medienkartellrecht, 2001;</p> <p>Wissmann (Hrsg.), Telekommunikationsrecht Praxishandbuch, 2. Auflage, 2006;</p> <p>Boege/Doetz/Dörr/Schwartzmann (Hrsg.), Wieviel Macht verträgt die Vielfalt – Möglichkeiten und Grenzen von Medienfusionen, 2007;</p> <p>Dreher / Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 11. Aufl.2021</p> <p>Emmerich, Kartellrecht, 15. Auflage, 2021</p> <p>Faull/Nikpay, The EU Law of Competition, 3. Auflage 2014;</p> <p>Bechtold/Bosch, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB, 10. Auflage 2021</p>

	<p>Bien/Käseberg/Klumpe/Körber/Ost, Die 10. GWB-Novelle, 1. Auflage 2021</p> <p>Bunte, Kartellrecht, Bd. 1 Deutsches Kartellrecht, Bd. 2 Europäisches Kartellrecht, 14. Auflage, 2021</p> <p>Bechtold / Bosch / Brinker, EU-Kartellrecht: EU-KartellR, 4. Aufl. 2022 (erscheint im Dez.2022)</p> <p>Säcker/Wolf, Kartellrecht in Fällen, 2010 (Neuaufgabe. 2023).</p>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den oben dargestellten Modulinhalten.</p> <p>Die Vorlesung von Dr. Oelke zum Kartellrecht findet jeweils im Wintersemester im Drittsemestermodul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht III“ statt.</p> <p>Der Prüfungsteil zum Kartellrecht wird auf dieser Vorlesung + Unterlagen (abrufbar in ILIAS unter „Module 3. Sem. WS 2022/23 PO3“) beruhen.</p> <p>Die Vorlesungen von RAin Siebertz und RA Dr. Jung zum Wettbewerbsrecht und Herrn Büch zum Wettbewerbsverfahrensrecht finden im Sommersemester im Modul „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht II“ statt.</p> <p>Die diesbezügliche Modulprüfung wird auf diesen Vorlesungen basieren, abrufbar in ILIAS unter „Module 2. Sem. SoSe 2023 PO3“</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.7 Informationstechnologierecht II

Modulnummer:	MR1.07.
Modulbezeichnung:	Informationstechnologierecht II
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen
Learning Outcome:	<p>Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in Bezug auf die u.a. Vertragstypen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Anforderungen für verschiedene Formen von Outsourcing-Verträgen zu strukturieren und notwendige Inhalte zu erkennen und zu bewerten,</li> <li>• den Einfluss regulatorischer Vorschriften auf Verträge im Bereich IT (einschl. Auslagerung/Ausgliederung) zu bewerten und die notwendigen vertraglichen Regelungen zu entwerfen,</li> <li>• das Internetvertragsrecht anzuwenden und Verträge im Zusammenhang mit diesem zu erfassen und zu überprüfen,</li> <li>• Vertragsklauseln in verschiedenen Arten von IT-Verträgen mit Internetbezug rechtlich zu bewerten, Risiken aus solchen Verträgen abzuschätzen und selbst Klauseln zur Regelung solcher Risiken zu entwerfen.</li> </ul>
Modulinhalte:	General-/Subunternehmerverträge, Rahmenverträge, Rechenzentrumsverträge, Outsourcing-/ Backsourcingverträge, Hard-/Softwarevertriebsverträge, Großhändlerverträge, OEM-Gestaltungen, Quellcodehinterlegung/Escrow, regulatorische Vorschriften für den Betrieb von IT; ISP-Vertrag, ASP/XaaS; Informationshandel über Online-Datenbanken, Vertrag über Webdesign, Vertrag über den Erwerb von Rechten an Webcontent.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Lösung von Übungsfällen / Fallstudien, z.T. in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Informationstechnologierecht I“
Empfohlene Literatur:	Köhler/Fetzer, Recht des Internet, 8. Auflage, 2016; Gennen/Völkel, Das Recht der IT-Verträge, 2009; Gennen, Gennen u.a. in Schwartmann (Hrsg.): Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Bräutigam, IT-Outsourcing und Cloud-Computing, 4. Auflage 2019.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Die Vorlesung zu diesem Modul findet wie gewohnt im Sommersemester statt, vgl. <u>Stundenplan 2. Semester</u> .  Die Klausur wird auf dieser Vorlesung, Unterlagen abrufbar in ILIAS unter Module 2. Sem. SoSe 2023 PO3“, basieren.
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.8 Recht und Ethik in der Medienwirtschaft

Modulnummer:	MR 1.08
Modulbezeichnung:	Recht und Ethik in der Medienwirtschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Dr. Tobias Jacquemain, LL.M. RA Maximilian Hermann, LL.M. RAin Dr. Frauke Schmid-Petersen Prof. Dr. Rolf Schwartmann,
Dozierende:	Dr. Tobias Jacquemain, LL.M. RA Maximilian Hermann, Syndikusrechtsanwalt Markt, Datenschutz & digitale Geschäftsmodelle, EnBW Energie Baden-Württemberg AG RAin Dr. Frauke Schmid-Petersen, Höcker Rechtsanwälte. Prof. Dr. Rolf Schwartmann, Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht und Studiengangsleiter
Learning Outcome:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können presserechtlich relevante Fragestellungen unter Berücksichtigung der ethischen Grundsätze prüfen und einschätzen. Sie kennen außerdem die im Presserecht geltenden Sicherungsmechanismen und sind damit in ihrem späteren Berufsleben in der Lage, Mandanten und/oder andere Interessengruppen zu beraten und gegebenenfalls, die notwendigen rechtlichen Schritte einzuleiten und zu verhandeln.</li> </ul>



---

### Die Studierenden

- verstehen die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeit von Zeitungsverlagen, indem sie sich mit unterschiedlichen datengetriebenen Geschäftsmodellen und den Herausforderungen der sich wandelnden Mediennutzung auseinandersetzen und diese weiterdenken,
- analysieren die auf Landes- und Bundesebene geltenden Rahmenbedingungen indem sie die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften und politischen Positionen auf vorgegebene Sachverhalte anwenden und diskutieren

um im Rahmen von Umstrukturierungsprozessen und bei der Entwicklung von neuen Erlös- und Verwertungsmodellen rechtliche Risiken und Möglichkeiten einzuschätzen und auf politischer und Fachebene alternative Regulierungsansätze vorzuschlagen und zu verhandeln.

- Die Studierenden können datenschutzrechtliche Regelungen anwenden und mit den täglich von ihnen genutzten Produkten und Dienstleistungen in Verbindung bringen sowie datenschutzrechtliche und datensicherheitstechnische Zusammenhänge und Zulässigkeiten erkennen, indem sie die relevanten Normen der DSGVO und des angepassten nationalen Datenschutzrechts kennenlernen, verstehen und anwenden können, um später beurteilen und entscheiden zu können, ob eine Verarbeitung personenbezogener Daten die Anforderungen des Datenschutzrechts erfüllt oder ob Anpassungen in der Praxis notwendig sind.
  - Weiter sind die Studierenden dazu in der Lage innerhalb von Unternehmen Abläufe auf die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen hin zu überwachen und notwendige Maßnahmen abzuleiten und zu entwickeln.
- 

### Modulinhalte:

Teil Dr. Schmid-Petersen:

Bezüge des Medienrechts zu medienethischen Fragen; Medienethische Grundbegriffe; Ethik als Steuerungsressource in den Medien und Notwendigkeit einer bereichsspezifischen Ethik in den Medien; Ansatzpunkte der angewandten Medienethik: Verantwortung und Selbstkontrolle; Selbstkontrolleinrichtungen und -mechanismen; freiwillige Selbstkontrolle (mit besonderem Blick auf den Deutschen Presserat und den Pressekodex); Vergleich und Abgrenzung zu privatrechtlichen Ansprüchen und Mechanismen im Presse-recht sowie Regulierung in den Landespressegesetzen; Co-regulierte Selbstkontrolle im Jugendmedienschutz und Schutz der Menschenwürde nach dem JMStV, insbesondere ineinandergreifen von staatlicher Aufsicht und Selbstregulierung

Teil Prof. Dr. Schwartmann/Dr. Jacquemain/RA Hermann

- Einführung in das Datenschutzrecht
    - Kundendatenschutz
    - Datenschutzmanagement
    - Accountability
    - Aufbau und Organisationsanforderungen
    - Datenschutz-Folgenabschätzung
    - Dokumentation/Verfahrensverzeichnis
    - Grundlagen des BDSG und DS-GVO
    - Allgemeines zur Zulässigkeit personenbezogener Datenverarbeitung
    - Spezielle Zulässigkeitsregelungen
    - Informations- und Korrekturrechte
    - Exkurs: Datensicherheit aus rechtlicher Sicht
    - Die Kontrollen zur Gewährleistung des Datenschutzes
- 

Lehr- und Lernmethoden: Seminaristischer Unterricht

Prüfungsformen: Präsentation: 50 % (Teil Hermann/Dr. Jacquemain)

Klausur: 50%

---

	Dauer der Klausur: 45 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (á 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	<p>Module:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Öffentliches Medienrecht I“, Semester 1</li> <li>• „Recht und E-Commerce“, Semester 2</li> <li>• „Informationstechnik I“, Semester 1</li> <li>• „Marketingmanagement im Medienunternehmen“</li> </ul>
Empfohlene Literatur:	<p>Dörr/Schwartmann, Medienrecht, 6. Auflage, C.F. Müller, 2019;</p> <p>Rüpke /v. Lewinski /Eckhardt, Datenschutzrecht, 2. Auflage, 2022;</p> <p>Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelman – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 2. Auflage 2020;</p> <p>Fechner/Mayer, Medienrecht, Vorschriftensammlung, 17. Auflage, 2022;</p> <p>Christian Schicha, Medienethik, utb 2019;</p> <p>Paschke/Berlit/Meyer/Kröner, Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht, 4. Aufl. 2020.</p>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den dargestellten Modulinhalte.</p> <p>Die dazugehörigen Unterlagen von Dr. Schmid-Petersen sind im ILIAS-Portal im Ordner „Module 3. Semester WS 2021/22“ abrufbar.</p> <p>Die Einführungsvorlesung im Datenschutzrecht bei Prof. Schwartmann findet nach neuem Studienverlaufsplan im Erstsemestermodul „Datenschutz und Datensicherheit I“ im Wintersemester statt, siehe Stundenplan erstes Semester.</p> <p>Die Vorlesungsunterlagen sind abrufbar in ILIAS unter „Module 1. Sem. WS 2022/23 PO3“.</p> <p>Die Vorlesung von Dr. Jacquemain und RA Hermann zum Datenschutzrecht findet jeweils im Sommersemester im Zweitsemestermodul „Datenschutz und Datensicherheit II“ statt, vgl. <u>Stundenplan 2. Semester</u>. Dieser Prüfungsteil besteht aus einer Präsentation. Weitere Informationen erhalten Sie in der entsprechenden Lehrveranstaltung und im ILIAS-Kurs, abrufbar im Ordner „Module 2. Semester SoSe2023 PO3“</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023



### 3.9 Medienwirtschaftsrecht III

Modulnummer:	MR1.09.
Modulbezeichnung:	Medienwirtschaftsrecht III
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen RA Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M. RA Christoph Lepper, LL.M.
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen 2 SWS RA Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M. 1 SWS RA Christoph Lepper, LL.M. Fachanwalt für Strafrecht, tdwe-Rechtsanwälte.1 SWS,
Learning Outcome:	Mit dem Ende des Moduls können die Studierenden  (Teil Gennen) <ul style="list-style-type: none"> <li>• die für das IT- und Medienrecht relevanten Bezüge des Rechts der Beschäftigung, insbesondere des Arbeitsrechts, in IT- und Medienunternehmen benennen, arbeits-, sozial- und steuerrechtlich verschiedene Möglichkeiten der Beschäftigung bewerten,</li> <li>• kollektivrechtliche Bezüge/Auswirkungen auf Tendenzbetriebe und tarifvertragliche Bestandteile für Medienschaffende beurteilen,</li> <li>• die für das IT- und Medienrecht wichtigen Bezüge des Schutzes schöpferischer Leistungen im Beschäftigungs- bzw. Arbeitsverhältnis bestimmen, insbes. im Arbeitnehmerurheberrecht und Arbeitnehmererfinderrecht, insoweit Gemeinsamkeiten und Unterschiede in verschiedenen Schutzstatuten erkennen, die Auswirkungen für die Vertragsgestaltung im Arbeitsverhältnis bewerten und eigene Klauseln zu Rechten an Arbeitsergebnissen entwerfen,</li> </ul> (Teil Hentsch) <ul style="list-style-type: none"> <li>• können die gesetzlich vorgesehenen Haftungsansprüche und Haftungstatbestände im Zusammenhang mit dem Internet prüfen und die rechtlichen und wirtschaftlichen Folgen abschätzen, indem sie die zugrundeliegenden gesetzlichen Vorschriften strukturiert erfassen, Fälle aus der Praxis unter die gesetzlichen Tatbestände subsumieren und Ergebnisse diskutieren.</li> </ul>

- verstehen die Herausforderungen für die Medienregulierung durch die Digitalisierung indem sie die aktuellen gesellschaftlichen und politischen Debatten aufgreifen, reflektieren und themenspezifische Diskussionen führen und eigene Ideen entwickeln, um später Fachabteilungen/Mandanten etc. hinsichtlich der Risiken und Möglichkeiten von Geschäftsmodellen und Medieninhalten zu beraten und ausgewogene Lösungsvorschläge zu entwickeln, zu verhandeln und koordinieren.

(Teil Lepper)

- können Strafbarkeitsrisiken im Geschäftsalltag eines IT- oder Medienunternehmens identifizieren, indem sie die Prinzipien und Mechanismen des Straf- und Ordnungswidrigkeitsrechts auf Sachverhalte in der Medienwirtschaft anwenden. Das Erkennen von Risiken versetzt die Studierenden in die Lage, Lösungen zu erarbeiten oder unternehmensintern einzufordern.

Modulinhalte:

**Teil Prof. Gennen:**

**Medienarbeitsrecht** (jeweils mit Bezug nur zu IT- und Medienunternehmen): arbeitsrechtlicher Begriff des Arbeitnehmers/Abgrenzung zu anderen Personengruppen, arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlicher Status von Mitarbeitern, sozialversicherungsrechtliche Einordnung von Mitarbeitern, Grundzüge der Künstler-sozialversicherung, steuerrechtliche Behandlung von Mitarbeitern, Befristung von Arbeitsverhältnissen, Auswirkungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) auf Medienunternehmen, Beendigung von Mitarbeiterverträgen, Betriebsverfassungsrecht (§ 118 BetrVG), Tarifvertragsrecht, Tarifverträge für Medienunternehmen (z.B. Tarifvertrag für Film- und Fernsehschaffende), Schutz von schöpferischen Leistungen im Arbeitsverhältnis (Arbeitnehmerurheber- und –erfinderrecht)

**Teil Prof. Hentsch**

**Verantwortung in digitalen Medienmärkten:** Haftung im Internet: Providerhaftung, Linking/Hyperlinks, Framing, Seitensperren, Suchmaschinenhaftung; Erstellung eines FAQ für Influencer zu rechtlichen Fragen.

**Teil RA Lepper:**

Geltung deutschen Strafrechts im IT- und Medienkontext (§§ 3 ff. StGB), Implikationen des Allgemeinen Teils des Strafrechts im IT- und Medienkontext (Geltung deutschen Strafrechts, Vorsatz / Fahrlässigkeit, Täterschaft / Teilnahme, Sanktionen / Nebenfolgen für natürliche und juristische Personen etc.), Straftatbestände des Kern- und Nebenstrafrechts mit besonderer IT- und Medienrelevanz, strafprozessuale Besonderheiten im IT- und Medienkontext.

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit

Prüfungsformen:

Klausur: 100 %  
Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten

Workload  
(25 bis 30 h  $\hat{=}$  1 ECTS credit) :

4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

Präsenzzeit:

60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:

135 Stunden unabhängige Studienzzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	Module „Medienwirtschaftsrecht I + II“
Empfohlene Literatur:	Müller, Keber in Schwartmann (Hrsg.): Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 4. Auflage, 2018; Schwartmann/Hentsch, Falltraining im Urheberrecht, 2017; Reidt/Stickler/Glahs (Hrsg.), Vergaberecht, 4. Auflage, 2018; Gennen in Moll (Hrsg.), Münchener Anwaltshandbuch Arbeitsrecht, 5. Auflage, 2021, § 16 S. 386 - 454 („Rechte am Arbeitsergebnis“); Mitsch, Medienstrafrecht, 2012.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den dargestellten Modulinhalten.</p> <p>Die dazugehörigen Unterlagen von Prof. Hentsch sind im ILIAS-Portal im Ordner „Module 3. Semester WS 2021/22 PO2“ abrufbar.</p> <p>Die Inhalte „Medienarbeitsrecht“ sind im Wintersemester Bestandteil der Vorlesung von Prof. Gennen im Drittsemestermodul „Informationstechnologierecht III“, siehe Stundenplan 3. Semester. Die Unterlagen sind abrufbar in ILIAS unter „Module 3. Sem. WS 2022/23 PO3“.</p> <p>Die Inhalte „Medienstrafrecht“ bei RA Lepper sind im Wintersemester Bestandteil seiner Vorlesung im Drittsemestermodul „Medienrecht III“, siehe Stundenplan 3. Sem. Dieser Klausurteil wird auf dieser Vorlesung + Unterlagen, abrufbar in ILIAS unter „Module 3. Sem. WS 2022/23 PO3“ basieren.</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.10 Medienwirtschaft im Unternehmen

Modulnummer:	MW 2.01
Modulbezeichnung:	<b>Medienwirtschaft im Unternehmen</b>
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Klaus Böhm, Leiter Media, Deloitte Consulting GmbH Professor Dr. Christian Zabel, TH Köln
Dozierende:	Klaus Böhm, Leiter Media, Deloitte Consulting GmbH (2 SWS) Professor Dr. Christian Zabel, TH Köln (2 SWS)
Learning Outcome:	<p><b>1. Teil - Klaus Böhm</b></p> <p>Die Studierenden verstehen mikroökonomische Grundlagen des Medienmarktes, indem sie empirische und anwendungsorientierte Analysen von Konsum- und Unternehmensentscheidungen, Unternehmensumfeld und Unternehmensperformance erarbeiten und auswerten und die Spezifika unterschiedlicher Mediengüter charakterisieren, um die Handlungsmöglichkeiten im Medienunternehmen zu evaluieren und Handlungsempfehlungen aufzuzeigen.</p> <p><b>2. Teil - Medienökonomie, Prof. Dr. Zabel</b></p> <p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage zentrale Elemente von Medienproduktion, Mediaplanung und -finanzierung zu erfassen und den ökonomischen und publizistischen Wettbewerb in zentralen Medienmärkten konzeptgestützt zu untersuchen und zu bewerten,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• indem sie die besonderen Eigenschaften von Mediengütern und daraus resultierende medienökonomische Effekte erfassen und</li> <li>• das theoretisch und fachmethodisch erlernte Wissen auf ein konkretes Projektthema anwenden,</li> </ul> <p>um bei der Beratung und Überwachung von Unternehmensprozessen und –produkten die ökonomischen Herausforderungen und Risiken mit den rechtlichen beurteilen und interdisziplinär moderieren zu können.</p>

Modulinhalte:	<p><b>1. Teil - Klaus Böhm</b></p> <p>Economics and Finance: Grundlagen der Mikroökonomie; Grundlagen der Makroökonomie; Corporate Finance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation und Unternehmensführung: Organisationsmodelle, Wertschöpfungsketten, Führung und Management</li> <li>• Marketing und Strategie</li> <li>•</li> </ul> <p><b>2. Teil - Medienökonomie, Prof. Dr. Zabel</b></p> <p>Eigenschaften von Mediengütern</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyserahmen für Medienmärkte, Effekte der Konzentration in Medienmärkten</li> <li>• Grundlagen der Medienfinanzierung</li> <li>• Volkswirtschaftliche Betrachtung der Wertschöpfungsstufen der Mediaplanung, Medienproduktion, Mediennutzung</li> <li>• Entwicklung digitaler Medien</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Einführende Vorlesungen zu jedem Thema.  Erarbeitung und Vorstellung empirischer Analysen in Gruppenarbeit zu jedem Thema.  Analyse und Diskussion von Fallstudien zu jedem Thema - Problemorientiertes Lernen</p>
Prüfungsformen:	<p>Klausur: 100 %  Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten</p>
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	<p>4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand</p>
Präsenzzeit:	<p>60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)</p>
Selbststudium:	<p>135 Stunden unabhängige Studienzzeit</p>
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	<p>Begg, David et al, Economics, 12. Auflage, 2020;  Brealey, Richard A. et al, Principles of Corporate Finance;  Wöhe, Günter, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Auflage, 2020;  Weber, Jürgen, Einführung in das Rechnungswesen, 10. Auflage, 2020;  Kotler, Philip, Marketing-Management, 15. Auflage, 2017;  Grunewald, Gesellschaftsrecht, 11. Auflage 2020;  Koch, Gesellschaftsrecht, 12. Auflage 2021;  Windbichler, Gesellschaftsrecht, 24. Auflage 2017.</p> <p>Teil Medienökonomie:  Gläser, Martin, Medienmanagement, 4. Aufl., Vahlen, München 2021.  Heinrich, Jürgen, Medienökonomie, Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, 3. Aufl., Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2010.  Heinrich, Jürgen, Medienökonomie, Band 2: Hörfunk und Fernsehen, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 1999.  Kiefer, Marie Luise; Steininger, Christian Medienökonomik, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 3. Aufl., München 2013.  Schumann, Matthias; Hess, Thomas, Grundfragen der Medienwirtschaft, 6. Aufl., Springer Verlag, Berlin et al. 2016.  Von Rimscha, Björn; Siegert, Gabriele, Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung. Springer VS, Wiesbaden 2015.</p>



---

Verwendung des Moduls in  
weiteren Studiengängen:

...

---

Besonderheiten:

Die Modulvorlesungen finden aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans ab dem WS 2021/22 unter dem Modulnamen „Medienwirtschaft I“ (jeweils im Wintersemester) statt, siehe Modulhandbuch ab WS 2021/22.

Die Modulprüfung „Medienwirtschaft im Unternehmen“ wird im Sommersemester 2023 in der oben aufgeführten Prüfungsform angeboten und basiert auf den Inhalten der jeweils aktuellsten Modulvorlesungen im Modul „Medienwirtschaft I“, siehe ILLIAS „Module 1. Sem. WS 2022/23 PO3“

---

Letzte Aktualisierung:

SoSe 2023

---

### 3.11 Digitalisierung im Medienunternehmen

Modulnummer:	...
Modulbezeichnung:	Digitalisierung im Medienunternehmen
Art des Moduls:	Seminar
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Zabel
Learning Outcome:	Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte der Digitalisierung und des digitalen Wettbewerbs in der Medienbranche. Die Studierenden sind in der Lage, anhand der fünf zentralen Handlungsfelder Strategie, Produkt/Leistung, Führung, Organisation und Kultur den Stand der Digitalisierung in Medienunternehmen zu beschreiben. Sie können das Zusammenspiel der einzelnen Faktoren in konkreten Fallbeispielen analysieren und bewerten, um Handlungsbedarfe abzuleiten. Damit sind sie später in der Lage, ein Vorgehen für Digitalisierungs- und Transformationsprozesse zu entwickeln und in der Umsetzung zu begleiten.
Modulinhalte:	<p>Grundlagen der Digitalisierung und Innovationsökonomie (2 Sitzungen)</p> <p>technologische &amp; ökonomische Kernbegriffe</p> <p>ökonomische Effekte der Digitalisierung auf Medienunternehmen und Wettbewerb (Medienkonvergenz, Veränderungen in der Wertschöpfungskette)</p> <p>Strategien im digitalen Wettbewerb (3 Sitzungen)</p> <p>Strategische Antworten auf den technologischen Wandel</p> <p>Digitale Geschäftsmodelle, Service Dominant Logic</p> <p>Entwicklung von Strategien (u.a. Blue Ocean Strategy)</p> <p>Wertschöpfungssysteme</p> <p>Plattformgeschäftsmodelle</p> <p>Innovation und Kreativität (2 Sitzungen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativität in Medienunternehmen</li> <li>• Entwicklung von Medienprodukten: Value Proposition Design, Integrierte Usability &amp; Produkt Konzeption, Design Thinking</li> </ul> <p>Organisation der Digitalisierung (2 Sitzungen)</p>

	<p>Gestaltung &amp; Agilisierung digitaler Prozesse</p> <p>Agilisierung von Unternehmensstrukturen (Kooperationen, Netzwerke, Open Innovation)</p> <p>Digitalisierungsstrategien von Medienunternehmen (3 Sitzungen)</p> <p>Change-Prozesse in Medienunternehmen und unterschiedliche Kulturen (Newsroom vs. Management)</p> <p>Steuerung multimedialer Produktportfolios</p> <p>Strategische Diversifikation</p> <p>Fallstudien zum multimedialen Produzieren, Online-Video-Markt, Digital Publishing</p>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien zu konkreten Unternehmensfällen,
Prüfungsformen:	Wissenschaftliche Hausarbeit/Präsentation
Workload (30 h $\cong$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Besuch der Grundlagenvorlesung Medienökonomie, Interesse an digitalen Fragestellungen
Empfohlene Literatur:	Küng, Lucy (2017): Strategic Management in the Media. 2.A. London: Sage Bharat Anand (2016): The Content Trap. New York: Random House
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans ab dem Sommersemester 2022 unter dem Modulnamen „Medienwirtschaft II“ statt, siehe <u>Stundenplan 2. Semester</u>.</p> <p>Die Modulprüfung „Digitalisierung im Medienunternehmen“ wird im Sommersemester 2023 in der oben aufgeführten Prüfungsform angeboten. Weitere Informationen erhalten Sie in dem ILIAS-Kurs „Medienwirtschaft II“ im Ordner „Module 2. Semester SoSe 2023 PO3“ und in der entsprechenden Lehrveranstaltung.</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.12 Fernsehrecht und -Wirtschaft

Modulnummer:	MW 2.04
Modulbezeichnung:	Fernsehrecht- und -Wirtschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Dr. Stefan Sporn u.a.
Dozierende:	RA Prof. Dr. Stefan Sporn u.a.
Learning Outcome:	<p>Die Studierenden gewinnen Einblicke und teilweise vertiefte Kenntnisse in die Modulinhalte, in dem sie praktische Übungen in Einzel- und Teamarbeit erledigen, TV-Produktionsstätten besuchen und dort zum Teil auch selbst praktisch Rollen übernehmen, um nach Abschluss des Moduls die wichtigsten Grundlagen für einen potentiellen Einstieg in einer der Handlungsfelder des Studiengangs zu haben und Projekte als Bindeglied zwischen Fachabteilungen unter Anwendung ihres interdisziplinierten Wissens moderieren zu können.</p> <p>Im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Teilnehmer erfahren die Grundlagen der TV-Programmplanung durch zu-nächst eine theoretische Einführung, um dann anhand von Titellisten und Planungstools in praktischer Anwendung des zuvor Erlernten die Programmplanung in Teamarbeit zu simulieren, um zu einem vertieften und bereits praktisch erfahrenen Verständnis der Herausforderungen der Programmplanung zu gelangen und um entsprechende Entscheidungen nachvollziehen und selbst umsetzen zu können.</li> <li>• Sie erfahren die wichtigsten juristischen Rahmenbedingungen für die Veranstaltung von TV-Sendern hinsichtlich der Themen Jugendschutz, Recht der Bildberichterstattung, der Medienregulierung/-lobbying, Rechtehandel durch Vorträge und Präsentationen, auf Basis derer sie die juristischen Grenzen und Möglichkeiten von TV-Sendern verstehen, bewerten und ggf. zukünftige Kollegen beraten können.</li> <li>• Sie lernen anhand einer Präsentation die Rahmenbedingungen und Kriterien für den Programmerwerb und die Programmentwicklung und die relevanten Elemente und sind nach Abschluss in der Lage, anhand von Produktionsvertragsmustern eigene Einschätzungen für die Realisierbarkeit von Produktionen vorzunehmen und diese mitzugestalten.</li> <li>• Sie erlernen die Grundlagen der Werbeermarktung anhand von Präsentationen und Beispielen. In Team- und Einzelarbeit wenden sie das Erlernte an und reflektieren es, um Verständnis und Zusammenhänge zu vertiefen. Im Ergebnis sind die Teilnehmer befähigt, die Grundlagen der Werbeermarktung anzuwenden und Werbemaßnahmen mit zu kreieren und zu steuern.</li> </ul>

Modulinhalte:	<p>Einblick in das relevante Recht und die Fernsehwirtschaft (u. a. Rechtsrahmen, Player, Handelsplätze und Wechsel-Beziehungen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Rechte- und Lizenzerwerb inklusive Nebenrechten</li> <li>• Die Inhalteproduktion mit Praxisteil „Synchronisation“</li> <li>• Grundzüge von TV-Programmplanung</li> <li>• Die rechtlichen Rahmenbedingungen inklusive Jugendschutz, Recht der Bildberichterstattung</li> <li>• Das System der TV-Werbung</li> <li>• Medienforschung</li> <li>• Grundzüge und Besonderheiten beim Programm-Controlling</li> <li>• Medienpolitik/Lobbying</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht Einzelvorträge Gruppenarbeiten
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Öffentliches Medienrecht I“ Modul „Recht und E-Commerce“ Modul „Informationstechnik I“
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	<p>Dieses Modul steht unter der Koordination von Herrn RA Prof. Dr. Sporn.</p> <p>Die Modulvorlesung wird aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans ab dem Wintersemester 2022/23 im Rahmen der Modulvorlesung „Recht und Videowirtschaft“ in erweiterter Form stattfinden, siehe Modulhandbuch ab WS 2021/22 und Stundenplan Drittes Semester.</p> <p>Die Modulprüfung „Fernsehrecht und -wirtschaft“ wird noch bis zum WS 2023/24 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den Inhalten der letzten Vorlesungen in diesem Modul. Die diesbezüglichen Unterlagen zu der Vorlesung „Fernsehrecht und -wirtschaft“ sind in ILIAS unter „Module 3. Sem. WS 2021/22 PO2“ abrufbar.</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.13 Human Resource Management

Modulnummer:	1.5 /1050
Modulbezeichnung:	Human Resource Management (HRM)
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Carsten Knaut
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Ernst Prof. Dr. Carsten Knaut
Learning Outcome:	<p><b>WAS</b> Die Studierenden lernen, die Ressource „Personal“ zur Erfüllung der Unternehmensziele - unter Beachtung unternehmenskultureller und juristischer Besonderheiten - zu gestalten.</p> <p><b>WOMIT</b> Die Studierenden können die wichtigsten Maßnahmen, Instrumente und Prozesse des Human Resource Managements innerhalb des gegebenen rechtlichen Rahmens erfolgreich einsetzen. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse zu personalpolitischen Fragestellungen zu recherchieren und differenziert zu bewerten. Darüber hinaus lernen sie die Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Transformation im HRM kennen und kritisch zu reflektieren.</p> <p><b>WOZU</b> Die Studierenden können - vor allem aus einer Führungsperspektive heraus - die Auswirkungen dieser Instrumente hinsichtlich sozialer und gesellschaftlicher Ziele sowie ethischer Normen bewerten und eigenes Verhalten im Rahmen des personalwirtschaftlichen Handelns situationsadäquat reflektieren. Sie können Anreizsysteme sowie die Candidate Experience (CX) und Employee Experience (EX) strukturiert und kritisch beurteilen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• motivationspsychologische Erkenntnisse in einen organisationalen Kontext übertragen,</li> <li>• die Instrumente des Personalmanagements (Schwerpunkt Anreizsysteme und Talent Management) in Organisationen anwenden und</li> <li>• Ihre Lösungsansätze mit Daten prüfen und mit HR-Systemen umsetzen,</li> </ul> <p>um später Personalmanagement-Prozesse auf die Zielsetzung der Organisation und die Bedürfnisse der Mitarbeiter gerichtet weiterentwickeln zu können.</p>
Modulinhalte:	<p>Inhalte des Teilmoduls „Strategie, Mitarbeitergewinnung und -entwicklung“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rahmenbedingungen für das Human Resource Management</li> <li>▪ Personalstrategie</li> <li>▪ Personalbedarfsplanung</li> <li>▪ Personalmarketing und Employer Branding</li> <li>▪ Recruiting und Personalauswahl</li> <li>▪ Personal- und Management-Entwicklung</li> </ul> <p>Inhalte des Teilmoduls „Menschen – Organisationen – Daten“:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arbeitsleistung</li> <li>○ Motivation</li> <li>○ Emotion</li> </ul> </li> <li>• Organisation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Anreize</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Talent Management</li> <li>○ Kultur</li> <li>• Daten <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Candidate Experience</li> <li>○ Employee Experience</li> <li>○ People Analytics</li> </ul> </li> </ul>
	Dieses Modul ist Teil des Handlungsfelds „Management“ und ist auf dem Niveau des zweiten Studienzyklus (Master) einzuordnen.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht; Übungen zur Anwendung des Gelernten
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten); 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	<p>International Journal of Human Resource Management  Journal of Personell Psychology  German Journal of Human Resource Management (GHRM)  Jung Hans: Personalwirtschaft. 10. Aufl., Walter de Gruyter GmbH, Berlin – Boston 2017.  Oechsler Walter A. und Paul Christopher: Personal und Arbeit, 11. Aufl., Walter de Gruyter GmbH, Berlin – Boston 2019.  Scholz Christian, Scholz Tobias: Grundzüge des Personalmanagements, 3. Aufl., Verlag Franz Vahlen, München 2019.  Nerdinger, W. F. et al.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer, Heidelberg 3. Auflage 2014  Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, Penguin Books, London 2011  Argyris, C.: Personality and Organization Theory Revisited, Administrative Science Quarterly 1973 (Vol. 18, no. 2), S. 141-167</p>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Markorientierte Unternehmensführung (M.Sc.)
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung wird aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr im Masterstudiengang Medienrecht und Medienwirtschaft, LL.M., angeboten, kann aber jedes Semester im Masterstudiengang „Marktorientierte Unternehmensführung“ absolviert werden. Für die Vorlesungszeiten schauen Sie bitte in das Vorlesungsverzeichnis für diesen Studiengang unter <a href="https://studieren.wi.th-koeln.de/prodo/">https://studieren.wi.th-koeln.de/prodo/</a> .</p> <p>Weitere Informationen und Unterlagen zu dieser Vorlesung finden Sie in ILIAS unter dem Pfad: Magazin/F04 - Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften/Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften/Zentralordner aller Ilias Kurse und Fachgruppen/ Fachgruppe Personal/Wintersemester</p> <p>Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 in der jeweils oben benannten Form angeboten.</p>
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023

### 3.14 Marketingmanagement im Medienunternehmen

Modulnummer:	MW 2.02.
Modulbezeichnung:	Marketingmanagement im Medienunternehmen
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	1. Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M.
Dozierende:	Prof. Dr. Christian-Henner Hentsch, M.A., LL.M. RA Konstantin Ewald, RA Felix Hilgert, Chris Flato, Jens Kosche, Philipp Senkbeil Benedikt Schüler
Learning Outcome:	<p>Die Studierenden gewinnen Einblicke und teilweise vertiefte Kenntnisse in die Modulhalte, in dem sie praktische Übungen in Einzel- und Teamarbeit erledigen, u.a. Hersteller und Publisher von Computer- und Videospiele besuchen und dort zum Teil auch selbst praktisch Rollen übernehmen, um nach Abschluss des Moduls die wichtigsten Grundlagen für einen potentiellen Einstieg in einer der Handlungsfelder des Studiengangs zu haben und Projekte als Bindeglied zwischen Fachabteilungen unter Anwendung ihres interdisziplinären Wissens moderieren zu können.</p> <p>Im Einzelnen:</p> <p>Die Studierenden sind nach dem Modul in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konkrete Online-Marketingstrategien zu evaluieren, indem sie im Praxisteil im Team eine Marketing-Strategie für die Markteinführung eines Produktes entwickeln und präsentieren, um strategische und operative Marketingmaßnahmen in der Praxis zu beurteilen und zu steuern.</li> <li>• die Vernetzung der verschiedenen Marketing Tools einzuschätzen, Risiken und Nutzen gegeneinander abzuwägen und Handlungsmöglichkeiten in Medienunternehmen gezielt aufzuzeigen.</li> <li>• Die Teilnehmer erfahren die Grundlagen der Computerspieleentwicklung, des Publishings, des Vertriebs und des Marketings von Games durch zunächst eine theoretische Einführung, um dann anhand von Praxisbeispielen und use cases in praktischer Anwendung des zuvor Erlernten insbesondere Marketingmaßnahmen wie Esport, Let's Plays und Social Advertising zu simulieren, um zu einem vertieften und bereits praktisch erfahrenen Verständnis der Herausforderungen</li> </ul>



	<p>der Games-Wirtschaft zu gelangen und um entsprechende Entscheidungen nachvollziehen und selbst umsetzen zu können.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie erfahren die wichtigsten juristischen Rahmenbedingungen für die Produktion und Lokalisierung hinsichtlich der Themen Urheberrecht, Verbraucherschutz, Datenschutz, Jugendschutz sowie der Medienregulierung/-lobbying durch Vorträge und Präsentationen, auf Basis derer sie die juristischen Grenzen und Möglichkeiten von Games-Publishern verstehen, bewerten und ggf. zukünftige Kollegen beraten können.</li> </ul>
Modulinhalte:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellung Games-Markt, EA und EA Deutschland</li> <li>• Vorstellung Games-Produkte (Überblick, insbesondere auch über die verschiedenen Auswertungsformen, inkl. Origin, Loot Boxen, Abo-Modelle, Trailer)</li> <li>• Markteinführung von Produkten (am Beispiel FIFA20, Produktionszyklen, Überblick über Werbemaßnahmen, Einblicke in die Koordinierung des internationalen Roll-out)</li> <li>• Events als Marketing-Tool (E3, gamescom, EA-eigene Events)</li> <li>• Let's Plays und Influencer als Marketing-Tool, eSports als Marketing-Tool</li> <li>• Marketing Case Study</li> <li>• Influencer als Marketing Tool, Marketing Case Study</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Die Veranstaltung besteht aus seminaristischem Unterricht, Praxisvorträgen und -übungen. Der seminaristische Unterricht und der Vortrag dienen dazu, den im Skript umfänglich dargestellten Stoff interaktiv zu veranschaulichen und Praxisbeispielen in einen Zusammenhang zu stellen. Die Übungen finden in kleineren Gruppen statt. Studierende entwickeln und präsentieren in Gruppenarbeit beispielsweise eine Marketing-Strategie für die Markteinführung eines fiktiven/konkreten Spiels.</p>
Prüfungsformen:	<p>Klausur: 100 % Dauer: 90 Minuten</p>
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	<p>4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand</p>
Präsenzzeit:	<p>60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)</p>
Selbststudium:	<p>135 Stunden unabhängige Studienzzeit</p>
Empfohlene Voraussetzungen:	<p>keine</p>
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2022/23 im Prüfungszeitraum angeboten und basiert auf den oben dargestellten Modulinhalten. Die dazugehörigen Unterlagen sind im ILIAS-Portal unter den Modulen des Sommersemesters 2021 abrufbar.</p>

---

Letzte Aktualisierung: SoSe 2023

---

### 3.15 Informationstechnik I

Modulnummer:	IT 3.01
Modulbezeichnung:	Informationstechnik I
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	1 Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Matthias Groß Volker Koch
Dozierende:	Prof. Dr. Matthias Groß 3 SWS Volker Koch 1 SWS
Learning Outcome:	<p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnik, insbesondere der Signalverarbeitung, die allen Informationsübertragungen zugrunde liegen und somit zur Basistechnik jedes Medienunternehmens gehören, zu verstehen und anzuwenden</li> <li>• die zugrundeliegenden theoretischen und technischen Voraussetzungen der Übertragungswege von Informationsübertragung und die Probleme und Risiken bei der Nutzung der einzelnen Übertragungswege zu verstehen. Sie übertragen die technischen Möglichkeiten und Anforderungen auf die rechtliche Gestaltung von Verträgen, Geschäftsmodellen und Sicherheitskonzepten, um damit rechtliche Steuerungselemente zu entwickeln und im Team umzusetzen.</li> <li>• Berechnungen von Übertragungsvolumina und Dimensionierung von Übertragungswegen und –einrichtungen vorzunehmen.</li> <li>• die Risiken der unterschiedlichen Übertragungswege einzuschätzen.</li> </ul>
Modulinhalte:	<p>Teil Koch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Signaltechnik</li> <li>• Datenkommunikation</li> <li>• Gerätetechnische Grundlagen der Informationsübertragung</li> <li>• Besonderheiten einzelner Übertragungswege</li> <li>• Probleme und Risiken bei der Nutzung der einzelnen Übertragungswege</li> <li>• Berechnungen von Übertragungsvolumina, Dimensionierung von Übertragungswegen und -einrichtungen</li> </ul> <p>Teil Groß:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalisierung von Daten <ul style="list-style-type: none"> <li>– Grundlagen rund um Bits und Bytes</li> <li>– Digitalisierung von Zahlen, Texten, Bildern</li> </ul> </li> </ul>

- 
- Dokumenttypen
  - Grundlagen Signale, Digitalisierung von Tönen und Videos
  - Absicherung der Datenübertragung (Paritätsprüfung u.ä.)
  - Netzwerke (LAN und WAN)
  - Aufbau/Topologien lokaler und anderer Netze
  - Paket- vs. Leitungsvermittlung
  - TCP/IP Kommunikationsmodell Modell
  - Komponenten in Netzwerken (Switch, Router etc.)
  - Wegfindung und Routing
  - Bandbreiten und typische Übertragungswege
  - VPN, NAT, DHCP, Sicherheit bei (privaten) Zugang ins Internet
  - Weitere Grundlagen des Internets
  - Client-Server-Architektur
  - Verschiedene Dienste im Internet wie DNS, SMTP
  - Aufgaben und Funktionsweise eines Browsers
  - Sicherheit durch Verschlüsselung, SSL etc.

Dieses Modul ist Teil des Handlungsfelds „Vermittlung und Vertiefung von wirtschaftlichem oder technischem Fachwissen“ und ist auf dem Niveau des zweiten Studienzyklus (Master) einzuordnen.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Lösung von Übungsfällen / Fallstudien in Gruppenarbeit
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Bearbeitungsdauer: 90 Minuten
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	
Empfohlene Literatur:	Meyer, Kommunikationstechnik, Konzepte der modernen Nachrichtenübertragung, 6. Auflage, 2019; Herter/Lörcher, Nachrichtentechnik, 9. Auflage, 2003; Digitalisierungsbericht 2010 der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Landesmedienanstalten ( <a href="http://www.alm.de/309.html">http://www.alm.de/309.html</a> )
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt. Die Modulprüfung wird nach wie vor im Prüfungszeitraum angeboten und setzt sich aus den oben dargestellten Modulinhalten zusammen.  Die dazugehörigen Unterlagen zu dem Modulteil von Herrn Koch sind im ILIAS-Portal im Bereich der Module aus dem Wintersemester 2020/21 abrufbar.

---

Die Vorlesung von Prof. Groß fand im WS 2021/22 im Modul „Datenschutz und Datensicherheit I“ statt. Der Prüfungsteil in diesem Themenbereich wird auf dieser Vorlesung basieren, die Unterlagen erhalten Sie bei Bedarf auf Anfrage an [medienrecht-master@f04.th-koeln.de](mailto:medienrecht-master@f04.th-koeln.de) .

---

Letzte Aktualisierung:

SoSe 2023

---

### 3.16 Informationstechnik II + Planspiel/Verhandlungsworkshop

Modulnummer:	IT 3.02
Modulbezeichnung:	Informationstechnik II und Planspiel
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester (SoSe)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr (SoSe)
Modulverantwortliche*r:	RA Prof. Klaus Gennen 2 SWS Prof. Dr. Rainer Gerling 2 SWS
Dozierende:	RA Prof. Klaus Gennen 2 SWS  Prof. Dr. Rainer W. Gerling, Stellvertretender Vorsitzender, Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. (GDD) 1 ½ SWS  Steve Ritter, Referatsleiter, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, ½ SWS
Learning Outcome:	<p>Teil Prof. Gennen:</p> <p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das theoretisch und fachmethodisch im ersten und zweiten Semester (Informationstechnologierecht I und II) erlernte Wissen auf ein konkretes Projektthema anzuwenden, die unterschiedlichen Interessenlagen der Vertragsparteien herauszuarbeiten und in ihrer Bedeutung für das Projekt zu ermitteln,</li> <li>• eigenverantwortlich und im Team rechtliche Themenstellungen im Zusammenhang mit Vertragsverhandlung und -gestaltung zu bearbeiten, d.h. die rechtlichen Aspekte eines IT-Projekts zu analysieren, zu beurteilen und schriftlich und mündlich zu verhandeln und damit einen Vertragsentwurf (Rohzustand) zu entwickeln,</li> <li>• für einzelne, für das Projekt wesentliche Themenbereiche Inhalte zu den notwendigen Vertragsklauseln zu bestimmen und die Klauseln zu entwerfen.</li> </ul> <p>Teil Prof. Dr. Gerling/Herr Ritter</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bausteine der Informationssicherheit erläutern und die datenbasierte Organisation anhand der rechtlichen und technischen Anforderungen überprüfen und einordnen</li> <li>• Risiken analysieren und Lösungen entwickeln indem sie die Mechanismen auf die jeweiligen Sachverhalte anwenden.</li> </ul>
Modulinhalte:	<p>Teil Planspiel/Verhandlungsworkshop bei Prof. Gennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erhalten einen vorgegebenen Sachverhalt in einem IT-Projekt zur Kenntnis, gemäß dem in dem IT-Projekt an vier bis fünf halben Tagen (Blöcken) Vertragsunterlagen zu strukturieren und zu verhandeln sind.</li> </ul>

- Die Studierenden werden in Gruppen (Anzahl je nach Teilnehmerzahl) aufgeteilt und sollen für den Lieferanten einerseits und den Kunden andererseits Verhandlungen über die rechtlichen und (soweit für die Studierenden nachvollziehbar) fachlichen Aspekte des IT-Projekts durchführen.

Prof. Dr. Gerling:

**IT-Sicherheit, Informationssicherheit und Datenschutz**

- Grundlagen der Informationssicherheit
- Bausteine der Informationssicherheit

**Anforderungen**

- DS-GVO und BDSG
- ISO Normen
- BSI und Grundschutz
- Weitere Standards
- Technisch-organisatorische Maßnahmen (TOM)

**Organisation der Informationssicherheit**

- Organisation im Unternehmen
- Deming Kreis (PCDA) und die ständige Verbesserung
- Risikoanalyse und Kronjuwelen
- Grundlegende Dokumentation
- Meldepflichten und Vorfallsmanagement
- Awareness und Beschäftigte

**Bausteine der technischen IT-Sicherheit**

- Biometrie
- Chipkarten und Secure Hardware Token

**Lösungen und Umsetzungen**

- Backup
- Verschlüsselung im Einsatz
- Monitoring
- Patch Management
- Zugangssicherung und Authentisierung
- Anwendungssicherheit

RD Ritter:

**Rechtliche Vorgaben zur Informationssicherheit**

- -NIS-Richtlinie (EU)
- · Rechtsakt zur Cybersicherheit (EU)
- · eIDAS Verordnung (EU)
- · BSI-Gesetz (D)
- · Geschäftsgeheimnisgesetz (D)
- · Onlinezugangsgesetz (D)
- · Sozialgesetzbuch V (D)
- · TKG und TTDSG (D)
- -Abgrenzung des BGB zu den öffentlich rechtlichen Regelungen im Recht der Informationssicherheit
- 

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht Verhandlungsworkshop – Studierende verhandeln in Gruppen in unterschiedlichen Rollen über ein IT-Projekt
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer der Ausarbeitung: 90 Minuten
Workload	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

---

 (25 bis 30 h  $\cong$  1 ECTS credit) :
 

---

Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
--------------	--

---

Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzzeit
----------------	--------------------------------------

---

Empfohlene Voraussetzungen:	Module: <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Informationstechnologierecht I und II“</li> <li>• „Informationstechnik I“</li> <li>• „Marketingmanagement im Medienunternehmen“</li> <li>• „Recht und Ethik in der Medienwirtschaft“</li> </ul>
-----------------------------	---

---

Empfohlene Literatur:	Für den Teil Gennen s. die Empfehlungen zu den Modulen Informationstechnologierecht I und II (insoweit wiederholend) <p>Kühling/Klar/Sackmann, Datenschutzrecht, 5. Auflage (2021)</p> <p>Laue/Kremer, Das neue Datenschutzrecht in der betrieblichen Praxis, 2. Auflage (2019)</p> <p>v. Lewinski/Rüpke/Eckhardt, Datenschutzrecht, 2. Auflage, 2022;</p> <p>Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann – Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar), C.F. Müller, 2. Auflage 2020</p>
-----------------------	--

---

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
--	-----

---

Besonderheiten:	<p>Die Modulvorlesung findet aufgrund der mit Änderungssatzung vom 06.09.2021 geänderten Prüfungsordnung und des Studienverlaufsplans nicht mehr in der dargestellten Form statt.</p> <p>Die Modulprüfung wird noch bis zum WS 2023/24 angeboten und setzt sich aus den oben genannten Inhalten zusammen.</p> <p>Die dazugehörigen Unterlagen von Prof. Gennen, Gerling und Herrn Ritter sind im ILIAS-Portal unter „Module 4. Sem. SoSe 2022/23“ abrufbar.</p> <p>Die Vorlesung von Prof. Gennen im Rahmen des Planspiels findet außerdem ab dem WS 2022/23 jeweils im Wintersemester im Erstsemestermodul „Datenschutz und Datensicherheit I“ statt. Zeiten und Ort entnehmen Sie bitte dem Stundenplan.</p> <p>Die Vorlesungen von Prof. Gerling und Herrn Ritter finden ab dem Sommersemester 2023 jeweils im Sommersemester im Zweitsemestermodul „Datenschutz und Datensicherheit II“ statt. Zeiten und Ort entnehmen Sie bitte dem Stundenplan. Die Modulprüfung in diesem Modul wird auf den jeweiligen Vorlesungsveranstaltungen basieren. Die Unterlagen sind abrufbar im ILIAS Ordner „Module 2. Semester SoSe 2023 PO3“.</p>
-----------------	--

---

Letzte Aktualisierung:	SoSe 2023
------------------------	-----------

---



Impressum:

TH Köln  
Gustav-Heinemann-Ufer 54  
50968 Köln

[www.th-koeln.de](http://www.th-koeln.de)