

Wahlpflichtliteratur für Studierende mit Studienbeginn SS19 und WS19/20

Angewandte Medien und Film und Fernsehen

Methoden und Techniken der empirischen Kommunikationsforschung

Sandberg, B. (2017): Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion, 3., durchgesehen und erweiterte Auflage, Berlin; Boston, DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110514810>

Stamann, C.; Janssen, M.; Schreier, M. (2016): Qualitative Inhaltsanalyse – Versuch einer Begriffsbestimmung und Systematisierung. In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Jg. 17, Heft 3 (2016), DOI: <https://doi.org/10.17169/fqs-17.3.2581>.

Früh, W. (1981): Inhaltsanalyse und strukturelle Textanalyse. In: Analyse und Kritik. Jg. 3, Heft 1 (1981), S. 93-116, online veröffentlicht: 12.05.2016, DOI: <https://doi.org/10.1515/auk-1981-0105>

Medien- und Kommunikationswissenschaften

Grampp, S. (2016): Medienwissenschaft. Konstanz; München.

Breunig, C.; van Eimeren, B. (2015): 50 Jahre „Massenkommunikation“: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien. In: Media Perspektiven, Heft 11 (2015), S. 505-525, https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2015/11-2015_Breunig_vanEimeren_NEU.pdf.

Broersma, M.; Eldrige II, S. A. (2019): Journalism and Social Media: Redistribution of Power? In: Media and Communication. Jg. 7, Heft 1 (2019), S. 193-197, DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.2048>

Medienbetriebswirtschaftslehre

Thommen, J.-P. et al. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8., vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden, <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00768-6>.

Friedrichsen, M.; Grüblbauer, J.; Haric, P. (2015): Strategisches Management von Medienunternehmen. Einführung in die Medienwirtschaft mit Case-Studies, 2., aktualisierte Auflage, Wiesbaden, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09501-7>.

Noam, E. M. (2019): Managing Media and Digital Organizations. Marketing of Media and Information. o.O., S. 397-452, <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71288-8>.