

Wahlpflichtliteratur für Studierende mit Studienbeginn WS18/19

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>

Döring, N.; Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Human- und Sozialwissenschaften. 5., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage, Berlin; Heidelberg, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>

Brosius, H.-B.; Haas, A.; Koschel, F. (2016): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19996-2>

Medien- und Kommunikationswissenschaften

Beck, Klaus (2018): Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung, 2. Auflage, Wiesbaden.

Pürer, H. (2015): Journalismusforschung. Konstanz und München, S. 88-117.

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 (09.05.2020).

Medienbetriebswirtschaftslehre

Weber, W.; Kabst, R.; Baum, M. (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden.

Friedrichsen, M.; Grüblbauer, J.; Haric, P. (2015): Strategisches Management von Medienunternehmen. Einführung in die Medienwirtschaft mit Case-Studies, 2., aktualisierte Auflage, Wiesbaden, S. 23-44, 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>