

M11 Recht					
Kennnummer M11	Workload 250 h	Credits 10	Studien- semester 1. u. 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester u. Sommersemester	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wirtschafts- und Privatrecht b) Medienrecht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h 4 SWS / 60 h	Selbststudium 130 h	geplante Gruppengröße 55 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ein Grundverständnis für juristische Problemstellungen und die geltende Rechtsordnung in einem praxisnahen Kontext zu entwickeln (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“), ▪ die wichtigsten Anspruchsgrundlagen aus dem BGB (Allgemeiner Teil, Schuldrecht Allgemeiner und Besonderer Teil), dem HGB und Grundzüge des Gesellschaftsrechts zu identifizieren und anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“), ▪ Fälle aus dem Bereich des Wirtschaftsprivatrechts zu erfassen und nach den Regeln juristischer Dogmatik zu bearbeiten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“), ▪ die relevanten Rechtsgrundlagen des Medienrechts bei der Erstellung und Nutzung von Medien (insb. Film, Fernsehen, Internet, Print, Musik) zu verstehen und anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“), ▪ die im Tätigkeitsbereich des Kommunikations- und Multimediamanagements typischerweise entstehenden rechtlichen Problemstellungen (u.a. in den Bereichen Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Jugendschutzrecht, Datenschutzrecht, Domainrecht) zu identifizieren, zu verstehen und entsprechende Lösungen zu finden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“), ▪ in einer Projektgruppe juristische Problemstellungen zu diskutieren, Lösungen zu erarbeiten und argumentativ zu vertreten (Sozialkompetenz). 				
3	<p>Inhalte:</p> <p><u>Wirtschafts- und Privatrecht</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung: Was ist Recht? Gesellschaftliche Bedeutung des Rechts, Recht im Alltag, Überblick über die Rechtsgebiete Zivilrecht, Strafrecht, Öffentliches Recht ▪ Rechtsgeschäftslehre/BGB AT: <ul style="list-style-type: none"> ○ Vertragsschluss ○ Stellvertretung ○ Allgemeine Geschäftsbedingungen ○ Verjährung von Ansprüchen ○ Abstraktionsprinzip ▪ Pflichtverletzungen im Schuldverhältnis (Recht der Leistungsstörung, Verzug und Unmöglichkeit) ▪ Vertragstypen des BGB, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kaufvertrag ○ Werkvertrag ○ Dienstvertrag / Arbeitsvertrag ○ Mietvertrag 				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überblick über das Deliktsrecht ▪ Gesellschaftsverträge / Einführung in das Gesellschaftsrecht, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> ○ Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) ○ Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) ○ Organhaftung ▪ Überblick über das Handelsrecht, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kaufmannsbegriff ○ Firma ○ Handelsregister ▪ Juristische Arbeitsmethodik (Grundzüge) <p><u>Medienrecht</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung: Medienrecht – ein Rechtsgebiet? Querschnittsmaterie aller Rechtsgebiete ▪ Überblick über die Medienbranche, insbesondere: Film, Fernsehen, Musik, Presse, Agenturen ▪ Allgemeiner Teil des Medienrechts: <ul style="list-style-type: none"> ○ Überblick über Rechtsquellen des Medienrechts ○ Medien im Grundgesetz, Art. 5 GG, Presse-, Rundfunk-, Kunst- und Informationsfreiheit, ○ das allgemeine Persönlichkeitsrecht und seine Erscheinungsformen ▪ Besonderer Teil des Medienrechts: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufbau eines Medienunternehmens, z.B. Filmproduktionsunternehmen, Musiklabel ○ gesellschaftsrechtliche Struktur ○ Aufgabenverteilung ○ Aufgaben einer Rechtsabteilung ▪ Rechtliche Betreuung eines Medienunternehmens <ul style="list-style-type: none"> ○ relevante Rechtsbeziehungen ○ Vertragsgestaltung und -verhandlung ○ Das Internet – ein rechtsfreier Raum? ▪ Social Media (z.B. Facebook: was können Unternehmen dort präsentieren?) ▪ Abwehrrechte und Rechtsschutz gegenüber Medien ▪ Grundlagen des <ul style="list-style-type: none"> ○ Telemedienrechts (inklusive Haftung für Inhalte, Impressumspflichten) ○ Urheberrechts (inklusive Filesharing) ○ Rundfunkrechts ○ Presserechts ○ Wettbewerbsrechts ○ Markenrechts ○ Jugendschutzrechts ○ Datenschutzrechts ○ Domainrechts ▪ Europäische und internationale Medienordnung
4	<p>Lehr- und Lernformen: Seminaristischer Unterricht, fallstudienbezogene Übungen in Kleingruppen mit Coaching durch Dozenten, Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen (Kenntnisse und Fähigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung): Formal: keine</p>

	Inhaltlich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lesen der Begleitliteratur
6	Prüfungsformen Klausur von 180 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: M4 Konsumentenforschung, Data Analytics & digitale Ethik, M21 Start-up: Gründung und Businessplan
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sabine Otte-Gräbener, LL.M. (Modulverantwortliche) Lehrbeauftragte/r
11	Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird ein Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht, 13. Aufl., München 2017 ▪ Führich, Ernst/ Werdan, Ingrid: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 7. Aufl., München 2017 ▪ Förchler, Peter: Privat- und Prozessrecht, 2. Aufl., Bad Wörishofen 2018 ▪ Kindler, Peter: Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht, 9. Aufl., München 2019 ▪ Dörr, Dieter/ Schwartmann, Rolf: Medienrecht, 6. Aufl., Heidelberg 2019 ▪ Fechner, Frank: Medienrecht, 15. Aufl., München 2019 ▪ Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, 3. Aufl., München 2018 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>