



**Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe  
Studiengang: B.A. Medienproduktion**

Producing					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4-7	Jährlich	1 Semester	Wahlpflichtfach	10	300 Stunden davon 60 Stunden Präsenzstudium, 240 Stunden Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsform/Prüfungsdauer)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Bestehen der Sperrfächer (§ 24)	-	§ 21 Bearbeitung einer Aufgabe aus dem Bereich Medienwirtschaft (B) oder mit Präsentation (BP)	Seminaristische Lehre und praktische Projektarbeit	Prof.in Dipl.-Prod. Ass.-jur Kathrin Lemme	

**Qualifikationsziele**

Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse der Filmwirtschaft und der produzentischen Tätigkeitsfelder. Sie verstehen die Abgrenzung der verschiedenen Arbeitsbereiche sowie deren Interaktion untereinander. Fachwissen zur Ideenfindung, Planung, Finanzierung und Durchführung von Filmprojekten wird vertieft.

Das Modul trägt zu folgenden Qualifikationszielen bei: Q1, Q2, Q3, Q5, Q6

**Lehrinhalte**

Im Wahlpflichtfach Producing werden audiovisuelle Produkte, deren Finanzierung und Vermarktung, sowie Tendenzen in der internationalen, nationalen und regionalen Film- und Fernsehwirtschaft, der Werbe- und Industriefilmindustrie sowie der Neuen Medien behandelt.

Die produzentischen Tätigkeitsfelder (Produzent/in, Producer/in, Herstellungsleitung, Produktions- und Aufnahmeleitung u.v.m.) werden in ihrer wirtschaftlichen, organisatorischen und kreativen Dimension vorgestellt. Anhand einer eigenen Stoffidee wird ein Konzept ausgearbeitet, das die produzentischen Entwicklungsschritte beinhaltet: Ideenfindung, Stoffentwicklung, Packaging, Kalkulation, Pitching, Networking, Finanzierung, Rechtlklärung, Lizenzen, Teamzusammenstellung, Drehorganisation, Fertigstellung, Test-Screening und Herausbringung.

Literatur

- Benkowitz, Peter (2020): Corporate Film: Workbook für Filmemacher, 2. Auflage, Konstanz: UVK
- Dannenbaum, Jed / Hodge, Carroll / Mayer, Doe (2003): Creative Filmmaking from the Inside Out : Five Keys of Making Inspired Movies and Television, New York: Fireside. -
- Eder, Dieter / Keil, Klaus (2010): Finanzierung von Film- und Fernsehwerken, Schriftenreihe des Erich Pommer Instituts, Band 4, Vistas Verlag.
- Fechner, Frank: Medienrecht (2020), 20. Auflage, Stuttgart: UTB. -
- Gläser, Martin (2020): Medienmanagement, 4. Auflage, München: Vahlen.
- Heiser, Albert (2009): Bleiben Sie dran! Konzeption, Produktion und Postproduktion von Werbespots, -filmen und Virals, 2. Auflage, Bergisch Gladbach: Lübbe.
- Kerigan, Finola (2017): Film Marketing, 2. Auflage, New York: Routledge. -
- Kurz, Sybille / van Messel, Esther / Knoll, Björn (2006): Low Budget Filme: Marketing und Vertrieb optimieren, Konstanz: UVK.
- Lee, John Jr. / Gillen, Anne Marie (2018): The Producer's Business Handbook. The Roadmap for the Balanced Film Producer, 4. Auflage, New York: Routledge.
- Kirkpatrick, Scott (2019): Introduction to Media Distribution: Film, Television and New Media, New York: Routledge.
- Schmidt-Matthiesen, Cornelia / Cleve, Bastian (2010): Produktionsmanagement für Film und Fernsehen, Konstanz: UVK

**Lehrveranstaltungen**

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof.in Dipl.-Prod. Ass.-jur. Kathrin Lemme	Producing	4