



Institut für Kultur- und Medienmanagement

**Fernstudium
Kultur- und Medienmanagement**

Master of Arts (M.A.)

Informationen zum Master-Studium
am Institut KMM Hamburg

www.KMM-Hamburg.de



hochschule für musik und theater

Fernstudium
Kultur- und Medienmanagement

Weiterbildendes Master-Studium (Master of Arts / M.A.)

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an dem weiterbildenden Fernstudium „Kultur- und Medienmanagement“ mit dem Studienziel „Master of Arts (M.A.)“ am Institut KMM der Hochschule für Musik und Theater Hamburg.

Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Informationen zum weiterbildenden Master-Studium. Sollten Sie darüber hinaus Fragen haben, dann scheuen Sie sich bitte nicht, uns diese zu stellen. Sie erreichen uns unter den unten angegebenen Kontaktdaten.

Unabhängig von weiteren Fragen möchten wir Ihnen empfehlen, regelmäßig unsere Website www.KMM-Hamburg.de zu besuchen.

Kurzdarstellung

Das weiterbildende Master-Studium „Kultur- und Medienmanagement“ wendet sich an Interessenten, die über einen ersten Hochschulabschluss sowie erste berufspraktische Erfahrung verfügen und die sich spezialisieren möchten und/oder eine leitende Funktion in Einrichtungen bzw. im Rahmen von Projekten der Bereiche Kultur und/oder Medien anstreben.

Kompetenzziele

Während des Studiums vermitteln wir Ihnen vielfältige Qualifikationen, die Sie in verschiedenen Feldern des Kultur- und Medienbereichs zu kompetentem Handeln befähigen sollen:

- Systematisches Wissen über Wirtschaft und Recht,
- Analyse- und Beurteilungsfähigkeit von gesellschaftlich-politischen Zusammenhängen in Hinsicht auf die Entwicklungen des Kultur- und Mediensektors,
- strategische und operative Konzipierung, Planung und Durchführung von Projekten,
- Kenntnisse zum Personalmanagement, insbesondere zur Mitarbeiterführung und zur kommunikativen Kompetenz,
- Entwicklung von Strategien zu Fundraising und Sponsoring,
- Management im Non-Profit-Bereich.

Die Studierenden sollen in allen Bereichen die Fähigkeit erwerben, ihr Wissen eigenständig zu erweitern, neue Inhalte vertiefend zu erarbeiten und zu strukturieren und Standpunkte nachzuvollziehen, zu hinterfragen, und eigene Standpunkte zu entwickeln und diese zu vertreten.

Berufsfelder (Beispiele)

Das weiterbildende Master-Studium KMM soll Sie in Ihrer Profilbildung unterstützen und für leitende Funktionen in der Kultur- und Medienbranche qualifizieren. Hierzu gehören beispielsweise folgende Tätigkeiten:

- Assistenz der Geschäftsführung / der Intendanz etc. in Kultur- und Medieninstitutionen (Theater, Museum, Konzerthäuser, Veranstaltungsbüros, Stiftungen etc.),
- Leitungsfunktion in kultur- und mediennahen Unternehmen,
- leitende Funktion in Kulturämtern und Kulturbehörden,
- Projektleitung / Projektmanagement,
- Wissenschaftliche Mitarbeit in Kultur- und Medieninstitutionen,
- Selbständigkeit im Kultur- und Medienmanagement,
- Künstlermanagement,
- Orchestermanagement,
- Kultur- und Medienberatung,
- Künstlerische Leitung, Geschäftsführung und Intendanz in Kulturinstitutionen.

Studienstruktur

Das Fernstudium am Institut KMM kann im Sommersemester und im Wintersemester aufgenommen werden. Es ist als 4-semesteriges Vollzeit-Studium konzipiert. Sie können Ihre Studiendauer selbst beeinflussen. Je nach Studienintensität kann sich Ihr Studium entsprechend verlängern. Das heißt: Wenn Sie beispielsweise aus persönlichen oder beruflichen Gründen nur jeweils die Hälfte des Studienprogramms in der dafür vorgesehenen Zeit absolvieren können, dann ist

dies ohne weiteres möglich; Ihre Studienzeit verlängert sich in diesem Fall dementsprechend.

Für das Studium sind 120 Credit Points (CP) vorgesehen. Diese verteilen sich gleichmäßig zu jeweils 30 CP auf die vier Semester. Ein CP entspricht in der Regel einem Arbeitsumfang von 30 Semesterwochenstunden. Eine SWS sind 45 Minuten.

Die Modulstruktur können Sie der Übersicht in der Anlage entnehmen. Die im Studienverlauf zu absolvierenden Studienabschnitte im Überblick:

- a) In den ersten beiden Semestern („Basis-Semester“) wird den Studierenden durch Pflicht- und Wahlpflicht-Studienbriefe und durch -Veranstaltungen aufbauendes Fachwissen vermittelt und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden unterstützt.
- b) Die konkreten Schwerpunkte in den Themenbereichen der Module im 3. Semester („Vertiefungs-Semester“) können die Studierenden weitgehend nach ihrer Wahl aus dem für sie zusammengestellten Angebot absolvieren.

Das akademische 4. Semester beinhaltet das Abschlussmodul, in dem unter anderem die Examensvorbereitung im Rahmen eines Kolloquiums zur Master-Arbeit Platz findet. Im Mittelpunkt steht die Master-Abschlussprüfung, die sich aus der schriftlichen Master-Arbeit und der mündlichen Master-Prüfung zusammensetzt.

Wissensvermittlung

Die Wissens*vermittlung* dient dem Auf- und Ausbau theoretischen Wissens über Anforderungen des Kultur- und Medienmanagements. Sie erfolgt durch Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen in vier Themenbereichen:

1. Wirtschaft und Recht
2. Politik und Gesellschaft
3. Kommunikation und Organisation
4. Kultur und Medien, mit den Fachschwerpunkten:
 - a. Bildende Kunst
 - b. Darstellende Kunst
 - c. Musik
 - d. Literatur
 - e. Kulturelles Erbe
 - f. Kulturtourismus
 - g. Veranstaltungswesen
 - h. Neue Medien
 - i. Audio- und AV-Medien
 - j. Printmedien
 - k. Internationales Kultur- und Medienmanagement

Die Studieninhalte orientieren sich an den theoretischen und praktischen Erfordernissen von Berufsfeldern aus dem Bereich Kultur- und Medienmanagement. Dazu zählen insbesondere:

- Kultur- und Medienpolitik sowie
- Management in den Bereichen
- klassische und populäre Musik,
- Sprech-, Musik- und Tanztheater,
- Bildende Kunst, Museen und Ausstellungen,
- Literatur und Verlage,
- Angewandte Kunst,
- Printmedien,

- Audiovisuelle Medien,
- Neue Medien,
- Non-Profit-Organisationen,
- Stiftungen,
- Veranstaltungen und Events,
- Kulturwirtschaft,
- Corporate Social Responsibility erwerbswirtschaftlich ausgerichteter Unternehmen.

Leistungsnachweise

Die Module werden studienbegleitend durch benotete Leistungsnachweise abgeschlossen, in denen die Studierenden nachweisen können, dass sie die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben. Als Leistungsnachweis werden Klausuren (auf Grundlage der Studienbriefe) und Hausarbeiten (auf Grundlage der Präsenzveranstaltungen, alternativ können – je nach Veranstaltung – Referate gehalten werden) absolviert.

Studienbriefe

Studienbriefe ersetzen im Fernstudium die Vorlesungen eines Präsenzstudiums. Sie bieten den Studierenden die Möglichkeit, zu jeder Zeit, an jedem Ort und nach ihren individuellen Bedürfnissen zu lernen. Die Studienbriefe sind gebührenpflichtig.

In jedem Studienbrief wird ein Thema abschließend behandelt. Demnach können die Studienbriefe völlig unabhängig voneinander bearbeitet und belegt werden. In jedem Studienbrief finden die Studierenden

Übungsaufgaben, mit denen sie das Gelesene und Gelernte anwenden und überprüfen können.

Aus dem Modulplan wird je Modul ersichtlich, welche Briefe zur Auswahl stehen. Das Institut KMM bietet den Studierenden bei der konkretisierenden Auswahl der Wahlpflicht-Studienbriefe eine Studienberatung an.

Präsenzveranstaltungen

Präsenzveranstaltungen sind studienbegleitende Veranstaltungen, die in der Regel am Wochenende (Freitag und/oder Samstag) an wechselnden Orten stattfinden. Präsenzveranstaltungen sind im weiterbildenden Masterstudiengang gebührenpflichtig.

Ziel der Präsenzveranstaltungen ist es zum einen, einen Praxisbezug zu den Themenfeldern des Kultur- und Medienmanagements herzustellen und zum anderen, aktuelle Themen und Trends zu erörtern. Daher finden einige Veranstaltungen auch direkt in Kultur- und Medieneinrichtungen statt. Das Programm zu den Präsenzveranstaltungen finden Sie auf unserer Website und im KMM-Portal, dort wird je Veranstaltung ersichtlich, zu welchem Modul sie belegt werden kann.

Klausuren

Im Rahmen der Klausuren soll nachgewiesen werden, dass die Inhalte des Lehrmaterials reproduziert und reflektiert werden können. Gegenstand der Klausuren ist jeweils ein Studienbrief.

Für die Bearbeitung der Aufgaben stehen Ihnen vier Zeitstunden zur Verfügung. Wir bieten Ihnen in jedem Monat an zahlreichen Orten die Gelegenheit, an Klausuren teilzunehmen. Orte und Termine entnehmen Sie bitte unserer Website. Sollten Sie eine Klausur im Ausland schreiben wollen, so ist natürlich auch dies nach Absprache möglich.

Hausarbeiten

Das Verfassen von Hausarbeiten soll Sie darin trainieren, ein gewähltes Thema in den wichtigsten Facetten zu erfassen sowie zusammenfassend und meinungsbildend schriftlich darzustellen. Hausarbeiten nehmen Bezug auf Präsenzveranstaltungen. Folglich stimmen Sie die Themen mit den Dozentinnen und Dozenten der jeweiligen Präsenzveranstaltung ab. Der Umfang einer Hausarbeit beträgt bis zu 15 DIN A4-Seiten.

Studienverlauf

Der Verlauf der beiden Basissemester sieht vor:

- 11 Studienbriefe, davon 8 Pflicht- und 3 Wahlpflicht-Studienbriefe,
- 5 Klausuren,
- 9 Präsenzveranstaltungen, hiervon 1 Pflicht- und 8 Wahlpflicht-Präsenzveranstaltungen, zu denen die Studierenden insgesamt 5 Leistungsnachweise erbringen.

Im Vertiefungssemester können Sie Ihr Studium stärker nach Ihren persönlichen Interessen ausrichten. Der allgemeine Studienverlauf sieht für die Vertiefungssemester vor:

- 5 Wahlpflicht-Studienbriefe,

- 2 Klausuren und
- 5 Wahlpflicht-Präsenzveranstaltungen, zu denen Sie insgesamt 3 Leistungsnachweise in Form von Hausarbeiten erbringen.

Im Akademischen Semester sind folgende Leistungen vorgesehen:

- 2 Wahlpflicht-Studienbriefe,
- 1 Pflichtveranstaltung,
- und die Master-Abschlussprüfung.

Master-Abschlussprüfung

Die Master-Abschlussprüfung setzt sich zusammen aus der Master-Arbeit im Umfang von bis zu 50 DIN A4-Seiten und der Mündlichen Master-Prüfung von bis zu 45 Minuten.

Die Bearbeitungszeit für die Master-Arbeit beträgt 12 Wochen. Das Thema ist frei wählbar, es muss jedoch einen Bezug zum Kultur- und Medienmanagement aufweisen und wissenschaftlichen Anforderungen genügen.

Die mündliche Prüfung setzt sich zusammen aus der Disputation der Masterarbeit und Fragestellungen aus zwei weiteren Themenbereichen.

Zulassungsbedingungen

Grundsätzliche – also von der zuständigen Behörde verordnete – Zulassungsbedingungen sind:

- Nachweis eines berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses bzw. eines ersten akademischen Grades.

- Nachweis von berufspraktischer Erfahrung im Kultur- und/oder Medienbereich mit einem Umfang von mindestens 12 Monaten.

In begründeten Einzelfällen kann von dieser Vorgabe abgewichen werden. Dazu bedarf es auf entsprechenden Antrag hin einer Einzelfallprüfung durch die Aufnahmeprüfungskommission.

Bewerbungsverfahren

Zur Bewerbung senden Sie bitte das aktuelle Antragsformular (Download auf www.KMM-Hamburg.de) und die dort angeführten Unterlagen ein.

Insbesondere dem Motivationsbericht kommt eine hohe Bedeutung zu. Als Bewerberinnen und Bewerber sollen Sie hier

- Ihre Zielsetzungen und Beweggründe für ein KMM-Master-Studium erläutern,
- Ihre Kenntnisse über einzelne Problemfelder der gegenwärtigen Praxis des Kulturmanagements bzw. des Medienmanagements darlegen,
- eigene Zielvorstellungen für eine aus Ihrer Sicht anzustrebende Praxis im Kultur- und Medienmanagement entwickeln.

Der Motivationsbericht sollte ferner Ihre Formulierungs- und Ausdrucksfähigkeit erkennen lassen.

Bewerberinnen und Bewerber aus nicht deutschsprachigen Ländern müssen ein Sprachzertifikat TestDaF Niveaustufe 4 oder einen äquivalenten Nachweis vorlegen.

Zulassungen zum Studium erfolgen jeweils zu Semesterbeginn eines jeden Semesters (Wintersemester ab 01.10. und Sommersemester ab 01.04. eines jeden Jahres), **Bewerbungsschluss ist jeweils der 1. Juli** (für das Wintersemester) **und der 01. Februar** (für das Sommersemester) – es gilt das Datum des Poststempels (**Ausschlussfrist**).

Auf unserer Website können Sie das Formular für die Bewerbung downloaden. Sollte Ihnen dies nicht möglich sein, dann übersenden wir Ihnen das Formular gern auf einem anderen Weg.

Semesterbeitrag

Der Semesterbeitrag ist bereits VOR dem jeweiligen Semester zu zahlen – für das Sommersemester bis Ende Februar und für das Wintersemester bis Ende August. Die Rückmeldung ist erst nach Zahlungseingang des Semesterbeitrages vollzogen und erst dann können die Studienunterlagen versandt werden.

Zur Zeit (Stand Wintersemester 2014) beträgt der Semesterbeitrag € 134. Darin enthalten sind:

- € 50 Verwaltungskostenbeitrag (gemäß §6a Hamburgisches Hochschulgesetz),
- € 9 Beitrag für den AstA (gemäß Beitragsordnung für die Studierendenschaft der HfMT) und
- € 75 Beitrag für das Studierendenwerk (gemäß §3 der Beitragsordnung des Studierendenwerks Hamburg).

Bitte beachten Sie: Er wird auch bei einem Urlaubssemester fällig. Im Fernstudium ist leider kein HVV-Semesterticket im Semesterbeitrag enthalten.

Gebühren

Gemäß der „Gebührenordnung für weiterbildende Studienangebote im Bereich Kultur- und Medienmanagement im Fernstudium an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg“ werden folgende Gebühren erhoben:

Grundgebühr im 1. Semester	300,- €
Grundgebühr ab dem 2. Semester	250,- €
Je Studienbrief (einschließlich Klausuren)	95,- €
Je Präsenzveranstaltung (einschließlich Hausarbeiten)	195,- €
Abschlussprüfung	150,- €
Ausstellung Datenabschrift	75,- €
Zweitausfertigung von Erläuterungen und Bescheiden	15,- €
Storno für Präsenzveranstaltungen:	
- Abmeldung 28 bis 14 Tage vor PV-Termin	50,- €
- Abmeldung 13 bis 4 Tage vor PV-Termin	75,- €
- Abmeldung 3 bis 1 Tage vor PV-Termin	95,- €
- Abmeldung am PV-Termin bzw. Nicht-Erscheinen ohne Abmeldung	195,- €

Storno für Klausurtermine:	
- Abmeldung nach Anmeldeschluss bzw. Nicht-Erscheinen ohne Abmeldung	30,- €

Die Stornogebühren entfallen bei Vorlage eines ärztlichen Attestes.

Die Gebühren werden quartalsweise abgerechnet. Sie erhalten die Bescheide mit Erläuterungen jeweils im Monat nach Quartalsende.

Die Kosten für das Studium belaufen sich aktuell (bei einem Semesterbeitrag von € 134) innerhalb der vorgesehenen Zeit von 4 Semestern auf insgesamt € 6.371 (exklusive Datenabschrift). Für jedes weitere Semester kommen € 250 Grundgebühr und der Semesterbeitrag hinzu.

Bestellungen

Die Bestellungen Ihrer Studienbriefe und die Anmeldung zu den Präsenzveranstaltungen können Sie in dem Online-Bestellsystem von KMM-Hamburg vornehmen. Sie erreichen es unter www.kmm-portal.de. Eine Anleitung zur Anmeldung und Benutzung des Shops erhalten Sie nach der erfolgten Immatrikulation mit weiteren Studienunterlagen für Ihr Studium.

Das Institut KMM

Das Institut für Kultur- und Medienmanagement (KMM) der Hochschule für Musik und Theater Hamburg (HfMT) weist mit dem Gründungsjahr 1987 die längste Tradition aller KMM-Einrichtungen in Deutschland auf. Das Institut ist Deutschlands größte KMM-Einrichtung. Zudem verfügt es über ein europaweit einzigartiges KMM-Studienangebot – vom "Bachelor", „Master“ und "Zertifikat" bis hin "Dr. phil.".

Das Institut KMM Hamburg gliedert sich in drei Institutsbereiche: (1) Institutsbereich STUDIUM, (2) Institutsbereich FORSCHUNG und (3) Institutsbereich SERVICE. Anliegen des Instituts KMM ist ein intensiver und fortwährender Austausch zwischen allen drei Bereichen, um zwischen ihnen größtmögliche Synergien zu erzielen. Hochrangige und prominente Kultur-

und Medienexperten wirken am Institut KMM. Sie repräsentieren einen intensiven Transfer zwischen Theorie und Praxis, das Kennzeichen des Instituts KMM. Für ein akademisches und praktisches Miteinander steht das Institut KMM selbst: Über zwei Drittel seiner Finanzbedarfe deckt das Institut KMM aus akquirierten und erwirtschafteten Drittmitteln.

Kontakt

Fernstudium KMM Hamburg

Große Bergstraße 264/266
22767 Hamburg (Altona)

Fon: 040.428.489.112

Fax: 040.428.489.122

Mail: Fernstudium@KMM-Hamburg.de

Die Kontaktdaten der Ansprechpartner zu einzelnen Themenbereichen sowie alle aktuellen Informationen zu unseren Sprechzeiten am Institut KMM erhalten Sie unter www.KMM-Hamburg.de/institut/team.

Anlage: Modulübersicht

Der Studienplan des Weiterbildenden Master-Studiengangs (Fernstudium) in der Übersicht:

Semester	Modul	Bezeichnung	PSB	LP	WSB	LP	K	LP	PPV	LP	WPV	LP	HA	LP	LP Σ
1	MF 1.1	Creative Leadership I	1	2			1	2	1	2	1	2	1	2	10
	MF 1.2	Ökonomische und juristische Bedingungen	2	4			2	4					1	2	12
	MF 1.3	Politische und soziale Faktoren	1	2	2	4					1	2			8
2	MF 2.1	Creative Leadership II	1	2							3	6	1	2	10
	MF 2.2	Marketingmanagement für Kultur und Medien	1	2	1	2	1	2			1	2	1	2	10
	MF 2.3	Methodenkompetenz in Kultur und Medien	2	4			1	2			1	2	1	2	10
3	MF 3.1	Creative Leadership III			1	2					3	6	1	2	10
	MF 3.2	Finanzmanagement für Kultur und Medien			1	2	1	2			1	2	1	2	8
	MF 3.3	Wahlbereich aus Kultur oder Medien			3	6	1	2			1	2	1	2	12
4	MF 4.1	Creative Leadership IV			2	4									4
	MF 4.2	Examensvorbereitung							1	2			1 (R)	2	4
	MF 4.3	Master-Abschlussprüfung						16						6	22
			Abschlussarbeit						Mündliche Abschlussprüfung						

MF = Master-Studiengang im Fernstudium

SB = Studienbrief | PSB = Pflicht-SB | WSB = Wahlpflicht-SB | PV = Präsenzveranstaltung | PPV = Pflicht PV | WPV = Wahlpflicht-PV
 LP = Leistungspunkte (credit points) | LN = Leistungsnachweise | K = Klausur | HA = Hausarbeit | R = Referat | E = Exposé



1. Semester	MF 1.1	LP	MF 1.2	LP	MF 1.3	LP	Σ LP
Pflicht-SB	1	2	2	4	1	2	8
Wahlpflicht-SB					2/3	4	4
Klausur	1	2	2	4			6
Pflicht-PV	1	2					2
Wahlpflicht-PV	1/2	2	1/2	2	1/2	2	6
Hausarbeit	1	2	1	2			4
Σ LP MF 1.1 – 1.3		10		12		8	30

MF 1.1				Creative Leadership I			
SB	PV	LN	LP	1 PSB	1 PPV + 1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	2 + 2 / 4 + 2 = 10 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 1 Leadership PPV 1 KMM Kompakt WPV 1 Mitarbeitergespräche WPV 2 Verhandlungstraining			
Qualifikationsziele				Einordnung der Lehrgebiete und wesentlichen Arbeitsfelder des Kultur- und Medienmanagements sowie deren Zusammenhänge / Erkennen der Praxis- und Forschungsrelevanz der Studieninhalte / Entwicklung eigener Ansätze für berufliche und forschungsbezogene Fragestellungen / Erlernen des Führens von Mitarbeitergesprächen und Verhandlungen / Erfahren einer Sensibilisierung für Wechselwirkungen zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern sowie für den Ablauf von Kommunikationsprozessen mit dem Ziel, reflexive Fähigkeiten zur Erarbeitung praktischer Möglichkeiten, einen Status neu zu verhandeln und sich selbst in zielführendere, effektivere Positionen und Rollen zu bringen, zu nutzen			
Inhalte				Orientierung zur Organisation des Studienverlaufs und zur Einordnung in die Berufstätigkeit / Darstellung aktueller Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt eingebettet in aktuelle gesellschaftliche, politische und ökonomische Entwicklungen / Grundlagen und Methoden der Verhandlungsführung / Theorien und Methoden von Statusverhalten in Management- und Verhandlungssituationen mit Behörden, Kreativen, Mitarbeitern, Sponsoren / Kommunikationstheoretische Grundlagen zur zielführenden Gestaltung von Kommunikation (u.a. Fragen stellen, aktives Zuhören) / Führung von Mitarbeitergesprächen (u.a. kritisieren, loben, coachen) und von Beratungsgesprächen / Methoden der Konflikterkennung und Konfliktlösung			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 1.2				Ökonomische und juristische Bedingungen			
SB	PV	LN	LP	2 PSB	1 aus 2 WPV	2 K + 1 HA	4 + 4 / 2 + 2 = 12 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 2 Ökonomie in Kultur und Medien PSB 3 Recht in Kultur und Medien WPV 1 NPO-Management WPV 2 Vertragsrecht			
Qualifikationsziele				Erlangen einer Anwendungskompetenz von Methoden der Betriebswirtschaftslehre zur eigenständigen Bearbeitung praxis- und forschungsorientierter Fragestellungen anhand einer problemorientierten Auseinandersetzung mit Theorieansätzen insbesondere betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Methoden in Kenntnis wesentlicher Bestimmungsvorschriften (UStG, KStG, EStG, GewStG, AO) / Schaffen einer Sensibilität für den Umgang mit verschiedenen Anspruchsgruppen vor dem Hintergrund des Stakeholder-Ansatzes / Erlangung von Kenntnissen im Urheberrecht und verwandter Schutzrechte			
Inhalte				Methoden der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere der Produktions- und Kostentheorie, von Investition und Finanzierung, des Marketing / Charakter und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung und des betrieblichen Rechnungswesens / Marketing als Managementaufgabe inklusive ethischer Bedingungen eines marktorientierten Denkens und Handelns / Gesellschafts- und Steuer sowie Vertragsrecht / Verfassungsrechtliche, Europarechtliche, kartellrechtliche, wettbewerbsrechtliche und datenschutzrechtliche Grundlagen / Verwaltungsrecht für Kulturinstitutionen und Veranstalter / Überblick über historische Wurzeln und aktuelle Trends von Non-Profit-Märkten			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, 2 Klausuren und 1 Hausarbeit			

MF 1.3				Politische und soziale Faktoren			
SB	PV	LN	LP	1 PSB + 2 aus 3 WSB	1 aus 2 WPV	-	6 / 2 = 8 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 3 Grundlagen der Politik und Verwaltung WSB 1 Kultursoziologie WSB 2 Wissensmanagement WSB 3 Bürgerschaftliches Engagement WPV 3 Stiftungsmanagement WPV 4 Management von Ehrenamtlichen			
Qualifikationsziele				Erkennen und kritische Diskussion um Ambivalenzen, Reibungspunkte und Synergien der Wechselwirkungen und Positionierungen von Politik und Gesellschaft / Erfassen von Theorien und Modellen komplexer gesellschaftlicher Zusammenhänge / Erarbeitung theoretischer Grundlagen politik- und gesellschaftswissenschaftlicher Forschung / Erfahren des wechselseitigen Aufeinandereinflusses von Akteuren oder Systemen in Politik und Gesellschaft allgemein sowie einzelner Ausprägungen (u.a. Bürgerschaftliches Engagement) im Besonderen			
Inhalte				Konzeptionalisierung des Kulturbegriffs, Massenkultur und Hochkultur, Konstruktion kultureller Wirklichkeit, Kultur als Anpassung des Menschen an seine eigene Natur, Kultur als Weltfrömmigkeit / Staatliche und kommunale Grundprinzipien, Staatsorgane in Bund und Ländern, staatlicher und kommunaler Verwaltungsaufbau / Verfassungsrecht aller Gebietskörperschaften / Willensbildung und Entscheidungsfindung in Kommunen / Verwaltungsorganisation und Neues Steuerungsmodell unter Beachtung der Rechtsquellen und Regelungen, Ziele, Maßnahmen und Mitteln des Verwaltungshandelns / Merkmale, Herausforderungen und Probleme der Wissensgesellschaft, insbesondere anhand des „lebenslangen Lernens“ und „lernender Organisationen“ / Bürgerschaftliches Engagement, insbesondere in Form von Ehrenamt und Stiftungswesen (u.a. rechtlich selbstständige und unselbstständige Stiftungen, fördernde und operative Stiftungen, Familienstiftungen, Treuhandstiftungen) / Stiftungs- und steuerrechtliche Grundlagen, Stiftungsgründung, Entwicklung einer Stiftungsstrategie, Programmentwicklung und Projektarbeit, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit für Stiftungen / Historische Einordnung des Ehrenamtes, Theorie und Praxis des Freiwilligenmanagements, Aufbau ehrenamtlicher Arbeitsgebiete, Integration Ehrenamtlicher in Institutionen			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme			

2. Semester	MF 2.1	LP	MF 2.2	LP	MF 2.3	LP	Σ LP
Pflicht-SB	1	2	1	2	2	4	8
Wahlpflicht-SB			1/2	2			2
Klausur			1	2	1	2	4
Pflicht-PV							
Wahlpflicht-PV	3/4	6	1/2	2	1/2	2	10
Hausarbeit	1	2	1	2	1	2	6
Σ LP MF 2.1 – 2.3		10		10		10	30

MF 2.1				Creative Leadership II			
SB	PV	LN	LP	1 PSB	3 aus 4 WPV	1 HA	2 / 6 + 2 = 10 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 1 Projektsteuerung und Evaluation im Kultur- und Medienmanagement WPV 1 Personalwirtschaft WPV 2 Personalmanagement WPV 3 Personalauswahl WPV 4 Projektentwicklung			
Qualifikationsziele				Wissenschaftliches Erfassen von Aufbau und Evaluation projektgebundenen Managements / Erfahren der Bedeutung von Projektzielen und ihrer Strukturierungsfunktion sowie Verständnis des Qualitätsbegriffs / Erlangen eines Bewusstseins für Bedeutung von Teamarbeit und die vielfältigen Interdependenzen von Teamkonstellationen / Bildung eines Anwendungsverständnisses für Anforderungen, die an Führung und Delegation gestellt werden / Einführung in die Theorie beschränkt rationaler personalpolitischer Entscheidungen / Erlernen der systematischen Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen in Organisationen vor dem Hintergrund personaltheoretischer und personalpolitischer Konsequenzen / Erkennen der Relevanz von verbaler und nonverbaler Kommunikation zwischen Angehörigen einer bestimmten Gruppe oder Organisation zum Zweck der Optimierung organisatorischer Abläufe (Effizienz), Informationsverbreitung (Transparenz), Austausch (Dialog) sowie Motivation und Bindung			
Inhalte				Entwicklungshintergrund und Begriffsabgrenzung von „Projekt“ und „Projektmanagement“ / Ziele und Qualität in Projekt und Projektprozess, Projektcontrolling, Evaluationsverfahren im Projektmanagement / Strategische Projektsteuerung im Management-Alltag unter Anwendung von Mehrphasen-Programmen zur Strategieentwicklung / Relevanz, Grundbegriffe und „Philosophie“ der Personalarbeit / Einsatzbereiche des Personalmanagements in (Kultur- und Medien-)Organisationen, Methoden und Instrumente zur Planung / Vorbereitung und Durchführung von Personalauswahl- und Personalentwicklungsverfahren / Personalmanagement als quantitative und qualitative Personalarbeit / Integration von Personalmanagement und Organisationsentwicklung / Personalentwicklung als qualitative Personalarbeit / Erfolgsfaktor „Personalentwicklung“			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur			

MF 2.2				Marketingmanagement für Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	1 PSB + 1 aus 2 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	4 + 2 / 2 + 2 = 10 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 2 Marketing-Management WSB 1 Marketing-Mix WSB 2 Marketing-Konzeption WPV 5 Corporate Social Responsibility WPV 6 Marketingkommunikation und -entwicklung			
Qualifikationsziele				Befähigung zur selbständigen, strukturierten Bewältigung spezifischer Marketinganforderungen / Aneignung von Marketingstrategien, Erlernen der Instrumente zu Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketing-Maßnahmen / Erlangen von Kenntnis der Struktur der Marktsegmente und des Verhaltens der mittelbaren und unmittelbaren Marktteilnehmer / Erlernen der Bedingungen zur Preisgestaltung im privat und im öffentlich getragenen Kultur- und Medienbetrieb / Erlangen von grundlegendem Wissen über Bedeutung, Funktionen und Einsatzmöglichkeiten der Managementinformationssysteme / Erkennen der Bedeutung von CSR als below-the-line-Tool / Erlernen von Marketingcontrolling-Instrumenten und Bewertung der Leistungsfähigkeit von Marketingaktivitäten im Hinblick auf Organisationsziele und -strategien			
Inhalte				Kulturelle Grundlagen der marktwirtschaftlichen Ordnung / Ziele und Elemente des Marketing-Managements unter Einbindung der Verhaltenstheorie / Marketingperspektiven kultureller und medialer Institutionen / Methoden und Instrumente der Marktanalyse und -segmentierung / Strategische Marketingentscheidungen sowie strategische Aspekte von Marketingplanung, Marketingstrategien und -programmen / Entscheidungsmodelle für Internationalisierungsstrategien und Wettbewerbsstrategien / Methoden der Preisbestimmung / strategisches und operatives Marketingcontrolling / Bausteine einer Konzeption für das interne Marketing, Integration in das Unternehmensmanagement / Wirtschafts- und Unternehmensethik im Hinblick auf Konzepte der gesellschaftlichen Verantwortung und des sozialen Engagements von Unternehmen / Motive, Ziele, Instrumente und Nutzen von CSR / Interne und externe Kommunikation, Evaluation und Reporting			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 2.3				Methodenkompetenz in Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	2 PSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	4 + 2 / 2 + 2 = 10 LP
Bestandteile des Moduls				PSB 3 Kultur- und Medienforschung PSB 4 Kultur- und Medienkompetenz WPV 7 Medien- und Kulturforschung WPV 8 Kulturelle Kompetenz und Medien-Kompetenz			
Qualifikationsziele				Erlernen von Möglichkeiten, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen des Einsatzes der Methoden der Datengewinnung, Grundlagenwissen über mathematisch-statistische Verfahren zur eigenständigen Beantwortung der jeweiligen Fragestellung / Erlangen methodischen Wissens zur Analyse des Makro- und Mikroumfelds von kulturellen und medialen Entscheidungen			
Inhalte				Methodologie und Methodik, Auswertungs- und Prognosemethoden / Datenauswertung und -prognose, insbesondere Auswertungsmethoden zur Erstellungs- und Imagemessung, zur Umfeld- und Wettbewerbsanalyse, zur Analyse des Makro- und Mikroumfeldes / Analyse des eigenen Betriebes, insbesondere Struktur und Methoden der Organisationsanalyse / Kulturmanagement im internationalen Vergleich / Methoden der telemetrischen Zuschauerforschung, Ansätze der Hörerforschung, der Programmforschung und der Darstellung von Konsequenzen dieser Forschung für die Programmpolitik / Methodik von Bevölkerungsumfragen / Soziale und ästhetische Dimensionen der Mediatisierung, Ästhetik des Synthetischen, Einführung in medienwissenschaftliche Fragen ästhetischer Phänomene, Schlüsselbegriffe der Medientheorie, Anforderungen medialer Verfügbarkeit und ihrer Auswirkungen auf die Akteure / Kulturelle Vielfalt, Kulturvermittlung, Vermittlungskonzepte und -formate			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

3. Semester	MF 3.1	LP	MF 3.2	LP	MF 3.3	LP	Σ LP
Pflicht-SB							
Wahlpflicht-SB	1/2	2	1/2	2	3/4	6	10
Klausur			1	2	1	2	4
Pflicht-PV							
Wahlpflicht-PV	3/4	6	1/2	2	1/2	2	10
Hausarbeit	1	2	1	2	1	2	6
Σ LP MF 3.1 – 3.3		10		8		12	30

MF 3.1				Creative Leadership III			
SB	PV	LN	LP	1 aus 2 WSB		3 aus 4 WPV	
				1 HA		2 / 6 + 2 = 10 LP	
Bestandteile des Moduls				WSB 1 Organisationsentwicklung WSB 2 Modelle des Change Managements WPV 1 Organisationsentwicklung WPV 2 Konfliktmanagement und Krisenkommunikation WPV 3 Führungstraining und Coaching WPV 4 Mitarbeitermotivation			
Qualifikationsziele				Erlernen von techno-, sozio- und systemstrukturierten organisationstheoretischen Ansätzen sowie von Modellen und Methoden der Organisationsentwicklung / Aneignung der Fähigkeit zur Auseinandersetzung mit Kultur, Kulturbegriff und Kultur- und Medien-Kritik / Entwicklung eines Verständnisses für Business Process Reengineering unter Berücksichtigung von Umweltkonstellationen sowie betriebsinterner und -externer Entscheidungsprozesse / Erlernen von Reaktionsmöglichkeiten auf ein sich wandelndes Managementverständnis / Erkennen und Berücksichtigen von Triebkräften und Hemmnissen zur Analyse von Innovationspotenzialen			
Inhalte				Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung / Modelle des Kulturwandels zweiter Ordnung / Umgang mit Vielfalt (Managing Diversity) / Grundlagen des Business Process Reengineering und Anwendbarkeit des BPR auf Kultur- und Medieninstitutionen / Prozesse als Gliederungskriterien / Spektrum prozessorientierter Organisationskonzepte / IT-Unterstützung und Yield-Management / Management von Reorganisationsprojekten, einer Innovationsorganisation und von Forschungs- und Entwicklungsarbeit / Möglichkeiten und Grenzen der Mediation sowie Ablauf von Mediationsverfahren / Krise und Prävention unter Berücksichtigung von sozialpsychologischen Bestimmungsfaktoren / Coaching-Modelle			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Hausarbeit			

MF 3.2				Finanzmanagement für Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	1 aus 2 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	2 + 2 / 2 + 2 = 8 LP
Bestandteile des Moduls				WSB 3 Finanzanalyse WSB 4 Fundraising WPV 5 Finanzierungsalternativen für Kultur und Medien WPV 6 Fundraising-Management			
Qualifikationsziele				Erfahren finanzwirtschaftlicher Zusammenhänge und der dahinter liegenden Gesetzmäßigkeiten / Gewinnen von Erkenntnissen über finanzpolitische Anforderungen unter Berücksichtigung betriebsinterner und -externer Strukturen und Prozesse / Erlernen des kontinuierlichen, systematischen, auf wissenschaftlichen Methoden basierenden und objektiven Finanzprozesses zum Zwecke der Findung oder Absicherung von Entscheidungen			
Inhalte				Finanzanalyse, Finanzplanung und -controlling, unter anderem anhand der Kennzahlenanalyse / Modelle und Methoden zur Erstellung und Auswertung von Business-Plänen / Darstellung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Profit- und Non-Profit-Finanzierung in Dienstleistungsorganisationen / Sonderformen der Finanzierung unter Berücksichtigung des Einflusses der betrieblichen Umwelt auf die Finanzplanung / Fundraising als Beschaffungs- und Beziehungsinstrument / Strukturen und Entwicklungen des Dritten Sektors			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 3.3				Wahlbereich aus Kultur oder Medien			
SB	PV	LN	LP	3 aus 4 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	6 + 2 / 2 + 2 = 12 LP
Bestandteile des Moduls				WSB 5 Kulturelle Identität(en) WSB 6 Museen und ihre Transferrelevanz für die Kultur WSB 7 Medieneinsatz WSB 8 Die Auktion auf dem internationalen Kunstmarkt WPV 7 Fallbeispiele aus dem Bereich Kultur WPV 8 Fallbeispiele aus dem Bereich Medien			
Qualifikationsziele				Erkennen und kritische Diskussion um Ambivalenzen, Reibungspunkte und Synergien der Wechselwirkungen und Positionierungen von Ästhetik und Management / Erkennen der Bedeutung von kultureller Bildung für eine nachhaltige Beeinflussung des sozialen Lebens sowie der Fähigkeit, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend zu nutzen / Erfahren der soziologischen Aspekte von Architektur, Bildenden Künsten, Literatur, Musik, Darstellenden Künsten usw. / Erlernen der gesellschaftlichen Anpassungsstrategien an veränderte Umweltbedingungen demographischer, ökonomischer, technologischer oder kultureller Art			
Inhalte				Kultur- und Mediengeschichte, Kultur- und Medientheorie / Erwerb von Kultur, Selbst- und Fremdentifikation anhand von Bildern und Stereotypen / Bedeutung der Immaterialität und der Integrativität für Kultureinrichtungen / Konsequenzen der Integrativität für Besucher und weitere Anspruchsgruppen / Konsequenzen für die Gestaltung und Steuerung von Dienstleistungsprozessen / Gestaltung und Steuerung des Leistungserstellungsprozesses unter Berücksichtigung des Zusammenwirkens von Leistungspotenzial und Leistungserstellungsprozess / Strategische Aspekte der Identifikation und des Erfassens von Leistungspotenzialen, operative Aspekte eines besucherorientierten Einsatzes des Leistungspotenzials / Verfahren zur sozialwissenschaftlichen Informationsgewinnung und Besucherforschung / Ausgewählte Befragungs- und Evaluationsprojekte			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

4. Semester	MF 4.1	LP	MF 4.2	LP	MF 4.3	LP	Σ LP
Pflicht-SB					MAA	16	16
Wahlpflicht-SB	2/3	4					4
Klausur							
Pflicht-PV			1	2	MMP	6	8
Wahlpflicht-PV							
Referat			1	2			2
Σ LP MF 4.1 + 4.2		4		4		22	30

MF 4.1				Creative Leadership IV			
SB	PV	LN	LP	2 aus 3 WSB		-	4 LP
Bestandteile des Moduls				WSB 1 Qualitätsmanagement WSB 2 Strategisches Management WSB 3 Kulturmanagement-Repetitorium			
Qualifikationsziele				Erlernen von Aufgaben, Maßnahmen und Tätigkeiten zu bereichsübergreifenden und inhaltlich weit reichenden Veränderung – zwecks Umsetzung von neuen Strategien, Strukturen, Systemen, Prozessen und/oder Verhaltensweisen in einer Organisation / Erfahren von Konflikten mit Zielen und Prinzipien / Erfassen des subjektiven und absoluten Rechts auf Schutz geistigen Eigentums in ideeller und materieller Hinsicht / Erkennen der Rechtsbeziehungen des Arbeitgebers zu seinen Arbeitnehmern			
Inhalte				Qualitätsmanagementsysteme für Kultureinrichtungen / Gestaltung von QM-Systemen und die Prozesse zu ihrer Einführung unter Berücksichtigung von Exzellenzmodellen / Verfahren und Modelle zur Bestimmung der Dienstleistungsqualität (u.a. SERVQUAL, Mystery-Shopping, Blueprint, Critical Incident Technik, Problem Detecting) / Führen in Zeiten des Umbruchs und im Zeichen wachsender Komplexität / Delegation von Verantwortung / Strategische Analyse- und Planungskonzepte / Essays zur kritischen Theorie, zur Kultursoziologie, zur Organisationssoziologie und zur Systemtheorie			
Lehrformen				Studienbriefe			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung			

MF 4.2				Examensvorbereitung			
SB	PV	LN	LP	-	1 PPV	1 R	2 + 2 = 4 LP
Bestandteile des Moduls				PPV Examenskolloquium			
Qualifikationsziele				Das Kolloquium dient der Vorbereitung auf die schriftlichen und mündlichen Anforderungen im Examen.			
Inhalte				Im Kolloquium werden die Themen und Inhalte der Abschlussarbeiten präsentiert und diskutiert. Die Teilnehmer erhalten individuelles Feedback.			
Bemerkungen				Die Präsenzveranstaltung findet in Hamburg statt.			
Lehrform				Kolloquium			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Teilnahme und Präsentation			

MF 4.3				Master-Abschlussprüfung			
SB	PV	LN	LP	-	-	MAA / MMP	16 + 6 = 22 LP
Bestandteile des Moduls				Abschlussarbeit (MAA) Mündliche Abschlussprüfung (MMP)			
Qualifikationsziele				<p>Masterarbeit: In der Masterarbeit soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist, innerhalb von drei Monaten eine Aufgabe aus dem Bereich „Kultur- und Medienmanagement“ selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Thema und Aufgabenstellung der Masterarbeit müssen dem Prüfungszweck und der zur Verfügung stehenden Bearbeitungszeit entsprechen.</p> <p>Mündliche Masterprüfung: Die Mündliche Masterprüfung gliedert sich in drei gleich berechnete Teile: (a) und (b) jeweils eine Prüfung in einem Fach, das sich thematisch nicht mit der Masterarbeit deckt, (c) Verteidigung der Masterarbeit – hier sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, ihre Forschungsergebnisse in verschiedenen Theorien- und Praxiskontexten vertiefend, reflektierend und meinungsbildend zu diskutieren.</p>			
Bemerkungen				Die Mündliche Prüfung findet in Hamburg statt.			
Teilnahmevoraussetzung				Zulassung zur Masterprüfung			
Lehrform				Selbststudium			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Absolvieren von Masterarbeit und Mündlicher Prüfung			