



**Modularisierung
Masterstudium
Kultur- und Medienmanagement
(Präsenzstudium)**

Studienplan des Master-Studiengangs Kultur- und Medienmanagement (Präsenzstudium)

Modul	Titel	Workload in h (max.) / davon Kontaktzeit	ECTS	Prüfungsform
1. Semester			30	
MP 1.1	Grundlagen Recht und Wirtschaft	210 / 100	7	Klausur
MP 1.2	Angewandtes Kultur- und Medienmanagement I	420 / 200	14	Referat (40%) und Hausarbeit (60%)
MP 1.3	Projektstudium I	270 / 80	9	Projekt-Präsentation & Dokumentation
2. Semester			30	
MP 2.1	Vertiefung Recht und Wirtschaft	210 / 92	7	Klausur
MP 2.2	Angewandtes Kultur- und Medienmanagement II	420 / 130	14	Referat (40%) und Hausarbeit (60%)
MP 2.3	Projektstudium II	270 / 64	9	Projekt-Präsentation & Dokumentation
3. Semester			30	
MP 3.1	Externe Station (12 Wochen)	570 / extern	19	Projekt- und Lernbericht mit Reflexionsgespräch (Unbenotete Studienleistung)
MP 3.2	Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements	90 / 60	3	Unbenotete Studienleistung
MP 3.3	Cultural Entrepreneurship Projects	240 / 80	8	Projekt-Präsentation & Dokumentation
4. Semester			30	
MP 4.1	Vertiefungen Kultur- und Medienmanagement	120 / 80	4	Unbenotete Studienleistung
MP 4.2	Examenskolloquium	60 / 40	2	Exposé (Unbenotete Studienleistung)
MP 4.3	Masterthesis und -prüfung	720 / individuell	24	Thesis (18 CP) und Mündliche Prüfung (6 CP)



Module – Übersicht

1. Semester

MP 1.1 – Grundlagen Recht und Wirtschaft	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 1.1
Semester	1. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Keine
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Dirk Dünwald (Sprecher Fachgruppe Recht) Prof. Dr. Andreas Hoffmann (Sprecher Fachgruppe Wirtschaft & Marketing)
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	7 ECTS
Workload / Umfang	Bis zu 210 Stunden (davon i.d.R. 100 Stunden Kontaktzeit)
Prüfungsform(en)	Klausur gem. § 24, Abs 1, Nr. 3 SPO 105 Minuten Dauer, Verpflichtende Anteile aus den Bereichen Recht, Wirtschaft & Marketing, sowie ein Wahlanteil
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und erfolgreiches Bestehen der Klausur
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... Fachgruppe Recht <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Systematik und Grundlagen von Rechtsgebieten, die für das Kultur- und Medienmanagement wesentlich und praxisrelevant sind, zu erfassen, darzustellen und auf verschiedene berufspraktische Sachverhalte anzuwenden. Fachgruppe Wirtschaft <ul style="list-style-type: none"> ▪ grundlegende Strukturen des Kulturbetriebes zu verstehen, ▪ grundlegende Methoden und Techniken der BWL, des betrieblichen Rechnungswesens, des Brandings und Brand Managements, des Cultural Entrepreneurships, Kreativitäts- und Innovation Managements in einer postpandemischen Umwelt anzuwenden, ▪ aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Betriebsökologie und Nachhaltigkeit zu reflektieren.

Regelmäßige Inhalte	<p>Fachgruppe Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertragsrecht ▪ Urheberrecht I ▪ Rechtliche Aspekte der Veranstaltungsorganisation I ▪ Presse- und Persönlichkeitsrecht I ▪ Individualarbeitsrecht I ▪ Steuerrecht I ▪ Gesellschaftsrecht I <p>Fachgruppe Wirtschaft & Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Rahmenbedingen des Museumsmanagements ▪ Grundlagen Kulturmarketing ▪ Grundlagen Strategie ▪ Cultural Entrepreneurship: Von der Idee zum Geschäftsmodell ▪ Rechnungswesen: Einführung in die Einnahmen-Überschuss-Rechnung ▪ Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements
Didaktische Formen	Seminare, Exkursionen, Fallbeispiele, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beater, Axel (2016). Medienrecht. 2. Auflage. Tübingen. ▪ Fechner, Frank (2021). Medienrecht - Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. 21. Auflage. Tübingen. ▪ Wanckel, Endress (2017). Foto- und Bildrecht. 5. Auflage. München. ▪ Korte, Benjamin (2019). Praxis des Presserechts. 2. Auflage. München. ▪ Götting, Horst-Peter / Schertz, Christian / Seitz, Walter (2019). Handbuch Persönlichkeitsrecht. 2. Auflage. München. ▪ Löffler, Martin (2023). Presserecht. 7. Auflage. München. ▪ Paschke, Marian / Berlit, Wolfgang / Meyer, Claus / Kröner, Lars (2021). Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht. 4. Auflage. Baden-Baden. ▪ Ricker, Reinhart / Weberling, Johannes (2021). Handbuch des Presserechts. 7. Auflage. München. ▪ Soehring, Jörg / Hoene, Verena (2019). Presserecht: Recherche, Darstellung, Haftung im Recht der Presse, des Rundfunks und der neuen Medien. 6. Auflage. Köln. ▪ Wenzel, Karl Egbert (2018). Das Recht der Wort- und Bildberichterstattung. 6. Auflage. Köln. ▪ Baumast, Annett (2020): Nachhaltigkeit im Kulturbetrieb. Annäherung an ein Konzept und Umsetzungsmöglichkeiten für Kulturbetriebe. in: Lorenz Pöllmann / Mandy Risch-Kerst / Gereon Röckrath / Oliver Scheytt (Hrsg.). Kulturmanagement & Kulturpolitik. <p>Weitere Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.</p>

MP 1.2 – Angewandtes Kultur – und Medienmanagement I	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 1.2
Semester	1. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Keine
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Manuela Rousseau (Sprecherin Fachgruppe Stiftung & Fundraising) Prof. Manuel J. Hartung (Sprecher Fachgruppe Medien & Digitales) Prof. Martina Kurth (Sprecherin Fachgruppe Organisation & Leadership) Dr. Robert Peper (Sprecher Fachgruppe Kultur & Gesellschaft)
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	14
Workload / Umfang	Bis zu 420 Stunden (davon i.d.R. 200 Stunden Kontaktzeit)
Prüfungsform(en)	Ein Referat und eine Hausarbeit gem. § 24, Abs 1, Nr. 1+2 SPO. Die Gesamtnote für das Modul bildet sich aus der Note für das Referat (40% Gewichtung) und der Hausarbeit (60% Gewichtung).
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit.
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... Fachgruppe Stiftung & Fundraising <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Stiftungswesen und -managements zu erläutern, ▪ Grundlagen des Fundraisings aus Perspektive der Geförderten und der fördernden Unternehmen zu reflektieren. Fachgruppe Medien & Digitales <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Entwicklungen in Medien- und Digitalwirtschaft zu beschreiben, kritisch zu diskutieren und analytisch anzuwenden, ▪ Grundlagen medienethischer Fragestellungen reflektiert zu kennen und Entscheidungsproblematiken in der Praxis analytisch zu hinterfragen, ▪ erweiterte Medienkompetenz wertorientiert und reflektiert anzuwenden, ▪ Grundlagen medialer Praxis, journalistischer Genres und redaktioneller Entscheidungskriterien zu verstehen und anzuwenden.

	<p>Fachgruppe Organisation & Leadership</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Projektmanagements anzuwenden (Methoden, Instrumente und Werkzeuge zur Planung, Organisation und Durchführungsbegleitung / Steuerung von Projekten, Werkzeuge zum qualitätsorientierten Projektprozesscontrolling). <p>Fachgruppe Kultur & Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen soziologischer Begriffe und Theorie mit besonderem Fokus auf dem Spannungsverhältnis von Transformation und Stabilität zu diskutieren, ▪ die verschiedenen Bedeutungen des Kulturbegriffs einordnen und wissenschaftlich wie auch arbeitspraktisch anwenden zu können, ▪ Wechselwirkungen von Kultur, Gesellschaft und Politik zu erfassen und kritisch zu diskutieren, ▪ die komplexen Strukturen der deutschen Kulturpolitik in ihrem Alltag als Kulturmanager:innen reflektieren und nutzen zu können, ▪ aktuelle Themen gesellschaftlicher Transformation zu benennen und auf das Fach Kulturmanagement anzuwenden.
Regelmäßige Inhalte	<p>Fachgruppe Stiftung & Fundraising:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in das Stiftungswesen ▪ Programmentwicklung und Projektmanagement ▪ Förderanträge und Wirkungsmessung ▪ Einführung Corporate Social Responsibility ▪ Fundraising Inhalte und Akteure ▪ Praxisbeispiel unternehmerische Kulturförderung <p>Fachgruppe Medien & Digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Medien- und Internetwirtschaft ▪ Medienethik ▪ Journalistische Praxis ▪ Werteorientierte Kommunikation <p>Fachgruppe Organisation & Leadership:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektmanagement I + II <p>Fachgruppe Kultur & Gesellschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen Kulturwissenschaften/-philosophie ▪ Grundlagen (Kultur-)Soziologie ▪ Grundlagen Kulturpolitik ▪ Wechselnde Veranstaltungen zu gesellschaftlicher Transformation und zu aktuellen kulturellen Prozessen bzw. der Analyse gesellschaftlicher Prozesse (z.B. Antidiskriminierung / Demokratie / Digitalproduktion / Diversität / Erinnerungskultur / Feministische Theorien / Haltung und Werte / Inter- und Transkulturalität / Kulturelle Teilhabe und Publikumsforschung / Kulturmanagement und Sport / Kunst- und Meinungsfreiheit / Machtverhältnisse, Herrschaftsstrukturen /

	Nachhaltigkeit / Performance Praktiken / Räume u. Dritte Orte / Vernetzung u. Netzwerkforschung / Stadt- und Regionalforschung)
Didaktische Formen	Seminare, Exkursionen, Thementage, Ringveranstaltungen, Podiumsdiskussionen, Fallbeispiele, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Literatur wird in den einzelnen Veranstaltungen jeweils aktuell zur Verfügung gestellt.

MP 1.3 Projektstudium I	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 1.3
Semester	1. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Keine
Modulverantwortliche Person(en)	Tom Zimmermann
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	9
Workload / Umfang	Bis zu 270 Stunden (davon i.d.R. 80 Stunden Kontaktzeit)
Prüfungsform(en)	Präsentation & Schriftliches Konzept gem. § 24, Abs 1, Nr. 6 SPO
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und Mitwirkung an Projekten inkl. Projekt-Präsentation und Schriftlichem Konzept
Qualifikationsziele	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aus einem allgemeinen Auftrag der Projektgeber*innen konkrete Projektziele zu formulieren, ▪ Projekte zu strukturieren und ihren Verlauf zu organisieren, ▪ Probleme und Herausforderungen, die in der Teamarbeit entstehen zu erkennen und zu verbalisieren, ▪ mit dem Team sowie mit den Projektgeber*innen zu kommunizieren, ▪ Projekte für ein Nicht-Fachpublikum ansprechend in Wort und Schrift zu präsentieren.
Regelmäßige Inhalte	Organisationsanalyse, Zeit- und Budgetpläne, Zielformulierungen, Teambesprechungen, Ergebnispräsentation, Risikomanagement, kollektive Fallberatung, Maßnahmenplanung, PowerPoint-Präsentationen (o.ä.), Teamuhr, Projektmanagement, Fallanalyse, Organisationsberatung, Projektstrukturplanung, Präsentation auf der Bühne, Verhandlungstraining.

Didaktische Formen	Projektarbeit, Projektkolloquien, Beratung
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bemmé, Sven-Oliver (2020). Kultur-Projektmanagement: Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen. 2. Auflage. Wiesbaden. ▪ Fischer-Epe, Maren (2004). Coaching: Miteinander Ziele erreichen. 4. Auflage. Reinbek bei Hamburg. ▪ Gray, Dave et al. (2011). Gamestorming: ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren. Köln. <p>Weitere Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.</p>

2. Semester

2.1 Vertiefung Recht und Wirtschaft	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 2.1
Semester	2. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 1.1-1.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Dirk Dünwald (Sprecher Fachgruppe Recht) Prof. Dr. Andreas Hoffmann (Sprecher Fachgruppe Wirtschaft & Marketing)
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	7
Workload / Umfang	Bis zu 210 Stunden, davon i.d.R. 92 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Klausur gem. § 24, Abs 1, Nr. 3 SPO 105 Minuten Dauer, Verpflichtende Anteile aus den Bereichen Recht und Wirtschaft & Marketing, sowie ein Wahlanteil
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und erfolgreiches Bestehen der Klausur
Qualifikationsziele	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <p>Fachgruppe Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebenssachverhalte, mit denen Kultur- und Medienmanager:innen typischerweise konfrontiert sind, auf der Grundlage vertiefter Kenntnisse in dafür wesentlichen und praxisrelevanten Rechtsgebieten zu erfassen, einzuordnen und zu gestalten. <p>Fachgruppe Wirtschaft & Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden und Techniken der BWL, des betrieblichen Rechnungswesens, des Cultural Entrepreneurships, des Kreativitäts- und Innovation Managements in einer postpandemischen Umwelt zu reflektieren und anzuwenden. ▪ Grundlagen des strategischen Managements zu erörtern. ▪ Grundlagen gewinnorientierten Kulturmanagements sowie die Entwicklung von Geschäftsmodellen zu erläutern. ▪ Grundlagen der systemischen Organisations- und Personalentwicklung sowie des Audience Development und Community Building zu diskutieren. ▪ Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements zu erläutern und anzuwenden.

Regelmäßige Inhalte	<p>Fachgruppe Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Urheberrecht II, Leistungsschutzrechte und Verwertungsgesellschaften, Künstlersozialversicherung ▪ Rechtliche Aspekte der Veranstaltungsorganisation II ▪ Presse- und Persönlichkeitsrecht II ▪ Individualarbeitsrecht II, Kollektives Arbeitsrecht ▪ Steuerrecht II ▪ Gesellschaftsrecht II, Insolvenzrecht <p>Fachgruppe Wirtschaft & Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buchführung ▪ Organisation und Personal in Museen ▪ Community Building ▪ Von der Theorie der Strategie zur praktischen Anwendung ▪ Strategie und Umsetzung ▪ Nachhaltigkeitsmanagement: Ansätze und Instrumente
Didaktische Formen	Seminare, Fallbeispiele, Exkursionen (z. B. Besuche von Gerichtsverhandlungen), Podiumsdiskussionen, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	keine
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	<p>Wie MP 1.1 mit Schwerpunkt auf den komplexeren Werken und</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nina Simon u.a. als TedTalks: The Art of Relevance, Opening up the Museum oder als Veröffentlichung: Simon, Nina (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz. ▪ Gesser, Susanne / Handschin, Martin / Janelli, Aangela / Lichtensteiger, Sibylle (2012). Das partizipative Museum: Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen. Bielefeld. ▪ Borwick, Doug (2012). Building Communities, Not Audiences: The Future of the Arts in the United States. Winston-Salem. ▪ Schüller, Anne M. / Steffen, Alex T. (2021). Die Orbit-Organisation: in 9 Schritten zum Unternehmensmodell für die digitale Zukunft. 3. Auflage. Offenbach. ▪ Kulturstiftung des Bundes (Hg.) (2021): Klimabilanzen in Kulturinstitutionen. Dokumentation des Pilotprojekts und Arbeitsmaterialien. https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/fileadmin/user_upload/Klimabilanzen/210526_KSB_Klimabilanzen_Publikation.pdf <p>Weitere Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.</p>

MP 2.2 Angewandtes Kultur- und Medienmanagement II	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 2.2
Semester	2. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 1.1-1.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Manuela Rousseau (Sprecherin Fachgruppe Stiftung & Fundraising) Prof. Manuel J. Hartung (Sprecher Fachgruppe Medien & Digitales) Prof. Martina Kurth (Sprecherin Fachgruppe Organisation & Leadership) Dr. Robert Peper (Sprecher Fachgruppe Kultur & Gesellschaft)
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	14
Workload / Umfang	Bis zu 420 Stunden, davon i.d.R. 130 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Referat und Hausarbeit gem. § 24, Abs 1, Nr. 1+2 SPO
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und erfolgreiches Bestehen des Referats / der Hausarbeit
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... Fachgruppe Stiftung & Fundraising <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundraising als Strategisches Tool anzuwenden ▪ Sponsoring als Fundraisinginstrument einzusetzen Fachgruppe Medien & Digitales <ul style="list-style-type: none"> ▪ erweiterte Entwicklungen in Medien- und Digitalwirtschaft zu beschreiben, kritisch zu diskutieren und analytisch anzuwenden. ▪ Grundlagen sozialer Medien und der Inhaltevermittlung in sozialen Medien zu kennen, zu analysieren und anzuwenden. ▪ Journalistische Genres analysieren und in die mediale Praxis umsetzen zu lernen. ▪ redaktionelle Produktentwicklung zu verstehen und analytisch nachzuvollziehen. ▪ aktuelle Fragestellungen medialer Fortentwicklungen zu reflektieren und diskutieren. Fachgruppe Organisation & Leadership

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Organisationstheorie und -soziologie für das Verständnis von Kultur- und Medienorganisationen einzusetzen. ▪ strategisches Denken in kulturpolitischen Zusammenhängen zu entwickeln. ▪ Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren für gute Teamarbeit zu reflektieren. ▪ Grundlagen der Kommunikationstheorie und Techniken und Strategien für erfolgreiche Gespräche anzuwenden. <p>Fachgruppe Kultur & Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewählte Anwendungsfelder des Kulturmanagements zu beschreiben und die Interdisziplinarität der Kulturarbeit abzuleiten. ▪ aktuelle Themen gesellschaftlicher Transformation aufzugreifen und in ihren späteren Arbeitsalltag des Kulturmanagements einfließen zu lassen.
Regelmäßige Inhalte	<p>Fachgruppe Stiftung & Fundraising:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategisches Fundraising ▪ Sponsoring als Fundraising Instrument ▪ Grundsätze guter Stiftungsarbeit und Gremienarbeit <p>Fachgruppe Medien & Digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Thementage Digitale Medien zu aktuellen Fragestellungen ▪ Medien- und Internetwirtschaft (Fortsetzung) ▪ Einführung in die Medienpraxis (Fortsetzung) ▪ Digitale Inhalte und ihre Auffindbarkeit ▪ Exkursion Medienpraxis <p>Fachgruppe Organisation & Leadership:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisationstheorie und -soziologie ▪ Teamarbeit, Teamentwicklung ▪ Kommunikationstraining ▪ Strategieentwicklung in Kulturpolitik und Kulturmanagement <p>Fachgruppe Kultur & Gesellschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Spartenspezifische Felder der Kulturarbeit oder anderen Branchen ▪ Gesellschaftliche Transformationen und aktuelle kulturelle Prozesse / Analyse gesellschaftlicher Prozesse
Didaktische Formen	Seminare, Exkursion (Berlin / Ausland im jährlichen Wechsel), Thementage, Ringveranstaltungen, Podiumsdiskussionen, Fallbeispiele, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Literatur wird in den einzelnen Veranstaltungen jeweils aktuell zur Verfügung gestellt.

MP 2.3 Projektstudium II	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 2.3
Semester	2. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 1.1-1.3
Modulverantwortliche Person(en)	Tom Zimmermann
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	9
Workload / Umfang	270 Stunden, davon i.d.R. 64 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Präsentation & Schriftliches Konzept gem. § 24, Abs 1, Nr. 6 SPO
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme, erfolgreiche Präsentation und Abgabe eines Schriftlichen Konzepts
Qualifikationsziele	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aus Wünschen, Herausforderungen oder allgemeinen Problemlagen in Kultureinrichtungen selbständig Projektaufträge zu formulieren. ▪ Komplexe Projekte zu strukturieren und ihren Verlauf zu organisieren. ▪ Komplexe Probleme und Herausforderungen, die in der Teamarbeit entstehen, zu erkennen und zu bearbeiten. ▪ Erfolgreich mit dem Team als auch mit den Projektgeber*innen zu kommunizieren. ▪ Projekte für ein Nicht-Fachpublikum ansprechend in Wort und Schrift zu präsentieren.
Regelmäßige Inhalte	Organisationsanalyse, Zeit- und Budgetpläne, Zielformulierungen, Teambesprechungen, Ergebnispräsentation, Risikomanagement, kollektive Fallberatung, Maßnahmenplanung, PowerPoint-Präsentationen (o.ä.), Teamuhr, Projektmanagement, Fallanalyse, Organisationsberatung, Projektstrukturplanung, Präsentation auf der Bühne, Verhandlungstraining.
Didaktische Formen	Seminare, Projektarbeit, Fallbeispiele, Diskussionsrunden, Kolloquien
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bemmé, Sven-Oliver (2020). Kultur-Projektmanagement: Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen. 2. Auflage. Wiesbaden. ▪ Fischer-Epe, Maren (2004). Coaching: Miteinander Ziele erreichen. 4. Auflage. Reinbek bei Hamburg. ▪ Gray, Dave et al. (2011). Gamestorming: ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren. Köln.



Weitere Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.

3. Semester

MP 3.1 Externe Station	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 3.1
Semester	3. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 2.1-2.3
Modulverantwortliche Person(en)	Vera Heimisch
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	19
Workload / Umfang	570 Stunden – davon 480 Stunden extern durchgeführt, durch das Institut KMM nach Bedarf beratend begleitet
Prüfungsform(en)	Projekt- und Lernbericht & Reflexionsgespräch, Unbenotete Studienleistung nach §24, Absatz 1
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Absolvieren der Externen Station (mindestens 12 Wochen), Projekt- und Lernbericht, Reflexionsgespräch (unbenotet)
Qualifikationsziele	<p>Studierende, die das Modul in Form eines Praktikums oder eines Forschungsprojekts erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ das im Studium erworbene Wissen in der Praxis beziehungsweise in der Forschung anzuwenden, ▪ neue Tätigkeits- und Funktionsfelder in Kulturpraxis bzw. Forschung zu benennen, ▪ berufspraktische bzw. wissenschaftliche und kommunikative Kompetenzen anzuwenden, ▪ Netzwerke aufzubauen oder zu vertiefen, ▪ Individuelle Situationen im beruflichen oder Forschungs-Kontext möglichkeitsorientiert zu reflektieren. <p>Studierende, die das Modul in Form eines Auslandssemesters abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Neu erlangte Wissensbereiche und Kompetenzen zu benennen und anzuwenden, ▪ Individuelle Situationen im universitären Kontext möglichkeitsorientiert zu reflektieren, ▪ Interkulturelle Kompetenz aufzubauen und zu vertiefen, ▪ Unterschiedliche Formen der Lehre zu vergleichen sowie Multiperspektivität in der Forschung zu erkennen,

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netzwerke mit Partnerhochschulen aufzubauen.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transfer der im Studium erlernten Inhalte in die Praxis bzw. in die wissenschaftliche Forschung ▪ Kritische Reflexion und neue Erkenntnisse aus der Praxis bzw. der Forschung ▪ Auslandsaufenthalte
Didaktische Formen	Praktikum, Forschungsprojekt, Auslandssemester
Besondere Hinweise	Zeitraum: mindestens 12 Wochen bei Vollzeit-Ausübung
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Franck, Norbert (2020). Schlüsselkompetenzen für den Beruf. Stuttgart. ▪ Job, Ulrike et al. (2020). Praktikum! Chancen nutzen: ein Ratgeber für Studierende der Geisteswissenschaften. Tübingen. ▪ Stewart, Andrew et al. (Hrsg., 2021). Internships, employability and the search for decent work experience. Genf. ▪ Sydow, Momme von (2004). Handbuch Studium und Praktikum im Ausland: Austauschprogramme, Stipendium und Sprachkurse. Frankfurt am Main. ▪ Für Auslandssemester: Büro für Internationales, HfMT Hamburg https://www.hfmt-hamburg.de/die-hfmt/internationales/ <p>Weitere Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.</p>

MP 3.2 Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 3.2
Semester	3. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 2.1-2.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Martin Zierold / N.N. in Abstimmung mit den Fachgruppen
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	3
Workload / Umfang	Bis zu 90 Stunden, i.d.R. 60 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Unbenotete Studienleistung nach §24, Absatz 1
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Gem §24, 1, Punkt 8: unbenotete Studienleistung. In der Regel wird die Studienleistung durch die aktive Teilnahme an dem Modul sowie alternativ einem unbenoteten Kurzreferat, einer Moderation, einer schriftlichen journalistischen

	Leistung (Essay, Interview, Blogbeitrag etc.) o.ä. erbracht. Die möglichen Leistungen werden zu Modulbeginn kommuniziert.
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> ▪ ausgewählte aktuelle Themen des Medien- und Kulturmanagements einzuordnen und zu diskutieren, ▪ Studieninhalte des ersten Studienjahres zu vertiefen und zu kontextualisieren, ▪ selbständig individuelle Themeninteressen zu benennen und zu verfolgen.
Regelmäßige Inhalte	Die Inhalte werden auf aktuelle Diskurse des Kultur- und Medienmanagements abgestimmt oder vertiefen und ergänzen Lehrveranstaltungen der vorherigen Semester aus den Fachgruppen nach aktuellem Bedarf oder der Interessenslage des jeweiligen Jahrgangs.
Didaktische Formen	Bitte prüfen und ggf. streichen oder ergänzen: Seminare, Exkursionen, Thementage, Ringveranstaltungen, Podiumsdiskussionen, Fallbeispiele, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Da die Inhalte dieses Moduls jeweils aktuell entwickelt werden, werden relevante Literaturangaben zu Modulbeginn bzw. im Modulverlauf bekanntgeben.

MP 3.3: Cultural Entrepreneurship Projects	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 3.3
Semester	3. Semester (Wintersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Wintersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 2.1-2.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Martin Zierold / N.N.
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	8
Workload / Umfang	Bis zu 240 Stunden, davon i.d.R. 80 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Präsentation & Schriftliches Konzept
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme, erfolgreiche Präsentation und Abgabe eines Schriftlichen Konzepts
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lerninhalte des bisherigen Studiums problemlösungsorientiert in der Erarbeitung eines Entrepreneurship Projekts anzuwenden, ▪ Relevante gesellschaftliche Probleme zu analysieren und lösungsorientiert zu bearbeiten, ▪ Grundlagen unternehmerischen Denkens und unternehmerischer Methoden anzuwenden, ▪ Die eigene professionelle Perspektive mit Blick auf eine unternehmerische Tätigkeit zu reflektieren.
Regelmäßige Inhalte	<p>Fachgruppe Wirtschaft & Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exemplarische Business Cases der Kreativwirtschaft ▪ Ideation ▪ Effectuation ▪ Nachhaltiges Wirtschaften ▪ Coaching Strategie ▪ Coaching Marketing ▪ Coaching Businessplan
Didaktische Formen	Seminare, Projektarbeit, Beratung, Kollegiales Lernen
Besondere Hinweise	keine
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.

4. Semester

MP 4.1 Vertiefungen Kultur- und Medienmanagement	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 4.1
Semester	4. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 3.1-3.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Martin Zierold / N.N.
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	4
Workload / Umfang	Bis zu 120 Stunden, davon i.d.R. 80 Kontaktstunden
Prüfungsform(en)	Unbenotete Studienleistung nach §24, Absatz 1
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Gem §24, 1, Punkt 8: unbenotete Studienleistung. In der Regel wird die Studienleistung durch die aktive Teilnahme an dem Modul sowie einem unbenoteten Kurzreferat, einer Moderation, einer schriftlichen journalistischen Leistung (Essay, Interview, Blogbeitrag etc.) o.ä. erbracht. Die möglichen Leistungen werden zu Modulbeginn kommuniziert.
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> ▪ zu aktuellen Diskursen des Kultur- und Medienmanagements reflektiert Stellung zu beziehen. ▪ die eigenen Lerninteressen zum Studienende hin zu reflektieren und selbständig zu verfolgen.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thementage Digitale Medien ▪ Exkursion Berlin oder Ausland (im jährlichen Wechsel) ▪ Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements
Didaktische Formen	Seminare, Exkursionen, Thementage, Podiumsdiskussionen, Fallbeispiele, Diskussionsrunden
Besondere Hinweise	-/-
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Lektüren werden zu Beginn der Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.

MP 4.2 Kolloquien

Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 4.2
Semester	4. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 3.1-3.3
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Martin Zierold / N.N.
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	2
Workload / Umfang	Bis zu 60 Stunden, davon i.d.R. 40 Stunden Kontaktzeit
Prüfungsform(en)	Unbenotete Studienleistung nach §24, Absatz 1
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme und Präsentation oder schriftliches Exposé der Abschlussarbeit
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eine Forschungsfrage und das Forschungsdesign für die Abschlussarbeit selbständig zu entwickeln, ▪ Wesentliche Studieninhalte aus den Fachgruppen für die mündliche Abschlussprüfung selbständig aufzubereiten und kritisch zu reflektieren.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Thesis Kolloquium mit Präsentation der Exposés ▪ Prüfungsvorbereitende Kolloquien aus den Fachgruppen
Didaktische Formen	Kolloquien
Besondere Hinweise	Keine
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	Moodle Kurs „Wissenschaftliches Arbeiten“ des Instituts KMM

MP 4.3 Thesis & Mdl. Prüfung	
Stand: Oktober 2022	
Modul-Nr.	MP 4.3
Semester	4. Semester (Sommersemester)
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	1x / Jahr in jedem Sommersemester
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der Module 3.1-3.3, 4.1 und 4.2

Seite 21

Institut für Kultur- und Medienmanagement Hamburg (KMM)
der Hochschule für Musik und Theater Hamburg (HfMT)
Wiesendamm 26, 22305 Hamburg
www.kmm.hfmt-hamburg.de

Stand: 10.2022

Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Martin Zierold / N.N.
Lehrsprache	Deutsch
ECTS Punkte	24
Workload / Umfang	Bis zu 720 Stunden
Prüfungsform(en)	Thesis & Mündliche Prüfung nach § 27-29 der SPO.
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Absolvieren von Masterarbeit und Mündlicher Prüfung
Qualifikationsziele	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eine wissenschaftliche Forschungsarbeit selbständig zu konzipieren, ▪ Ein Forschungsvorhaben durchzuführen und kritisch zu reflektieren, ▪ Forschungsergebnisse schriftlich und mündlich darzulegen und zu diskutieren, ▪ Die Relevanz von wissenschaftlicher Forschung für die Praxis von Kultur- und Medienmanagement exemplarisch zu plausibilisieren.
Regelmäßige Inhalte	Verfassen der Master-Thesis
Didaktische Formen	Begleitendes Kolloquium als freiwilliges Angebot, kollegiales Lernen, Betreuung durch Dozierende
Besondere Hinweise	Keine
Empfohlene Literatur / Lernmaterialien	KMM Moodle-Kurs „Wissenschaftliches Arbeiten“