

## Studienplan und Modulbeschreibungen für den weiterbildenden Masterstudiengang „Kultur- und Medienmanagement“ im Fernstudium an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg mit dem Abschluss „Master of Arts“ (M.A.)

### STUDIENPLAN

Modul	Bezeichnung	LV und SLM	ECTS	Prüfungen	ECTS	ECTS $\Sigma$
MF 1.1	Einführung: Grundlagen des Kultur- und Medienmanagements	- 1 Pflicht-SLM - 1 Pflicht-LV - 1 Wahl-LV	6 ECTS	-SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit	4 ECTS	10 ECTS
MF 1.2	Recht und Wirtschaft I	- 1 Pflicht-SLM - 2 Wahl-LV	6 ECTS	-SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit	4 ECTS	10 ECTS
MF 1.3	Theoretische Grundlagen: Kultur & Medien, Politik und Gesellschaft	- 1 Pflicht-SLM - 1 Wahl-SLM - 1 Wahl-LV	6 ECTS	-SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit oder 1 Referat	4 ECTS	10 ECTS
MF 2.1	Cultural Leadership in Arts and Media I	- 1 Pflicht-SLM - 2 Wahl-LV	6 ECTS	-SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit oder 1 Referat oder 1 mündliche Prüfung	4 ECTS	10 ECTS
MF 2.2	Recht und Wirtschaft II	- 1 Pflicht-SLM - 1 Wahl-SLM - 1 Wahl-LV	6 ECTS	-SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung	4 ECTS	10 ECTS
MF 2.3	Wissenschaftliche Methoden und Transfer: Forschendes Lernen	- 2 Pflicht-SLM - 2 Wahl-LV	8 ECTS	-LV: 1 Referat oder 1 Hausarbeit, oder 1 Projekt- präsentation	2 ECTS	10 ECTS
MF 3.1	Cultural Leadership in Arts and Media II	- 1 Wahl-SLM - 2 Wahl-LV	6 ECTS	- SLM: 1 Klausur - LV: 1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung	4 ECTS	10 ECTS
MF 3.2	Recht und Wirtschaft III	- 1 Wahl-SLM - 2 Wahl-LV	6 ECTS	- SLM: 1 Klausur - LV: Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung	4 ECTS	10 ECTS
MF 3.3	Kultur, Medien und Gesellschaft in Transformation	- 1 Wahl-SLM - 2 Wahl-LV	6 ECTS	- SLM: 1 Klausur -LV: 1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung	4 ECTS	10 ECTS
MF 4.1	Cultural Leadership in Arts and Media III: Professionsentwicklung	- 2 Wahl-SLM	4 ECTS	/	/	4 ECTS

MF 4.2	Examensvorbereitung: Kolloquium	- 1 Pflicht-LV - 1 Wahl-IV	<b>4 ECTS</b>	- 1 Referat (unbenotet, Präsentation Kolloquium)	<b>2 ECTS</b>	<b>6 ECTS</b>
MF 4.3	Master-Abschlussprüfung: Schriftliche Masterarbeit und mündliche Prüfung	- Schriftliche Masterarbeit	<b>16 ECTS</b>	- mündliche Masterprüfung	<b>4 ECTS</b>	<b>20 ECTS</b>
						<b>120</b>

## LEGENDE

ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System	Punkte-System für Studienleistungen, auch unter Credit Points (CP) oder Leistungspunkten (LP) bekannt.
IV	Intervention	Semesterweise werden zu einigen Selbstlernmaterialien (SLM) sogenannte Interventionen (IV) angeboten, um gemeinsam mit Expert:innen nach dem Prinzip der Inverted Classroom-Methodik offene Fragen der Studierenden in Bezug auf die Selbstlernmaterialien (SLM) zu vertiefen.
LV	Lehrveranstaltung	Die Lehrveranstaltungen können analog am Institut KMM der Hochschule für Musik und Theater Hamburg stattfinden oder an einem der regionalen Standorte. Zudem werden auch Online-Formate angeboten. Dies ist individuell bei den Veranstaltungen im Semesterprogramm angegeben.
MF	Masterfernstudium	
MF x.x	Modulbezeichnung	Die Modulbezeichnung setzt sich aus der Abkürzung MF, d.h. Masterfernstudium und der Modulnummer zusammen.
SLM	Selbstlernmaterial	Nicht alle Selbstlernmaterialien (SLM) müssen mit einer Prüfungsleistung abgeschlossen werden. Sollte keine Prüfungsleistung angegeben sein, können dennoch unbenotete Studienleistungen zum erfolgreichen Abschluss des Moduls verlangt werden (bspw. Portfolio über mehrere Studienbriefe, Lerntagebuch, Reflexion o.Ä.). Darüber hinaus kann eine eidesstattliche Erklärung angefordert werden, die bestätigt, dass das Material bearbeitet worden ist. Die Selbstlernmaterialien setzen sich aus Pflicht-Selbstlernmaterialien und Wahlpflicht-Selbstlernmaterialien, die eine Auswahl an Themen ermöglichen, zusammen.

## MODULBESCHREIBUNGEN

### 1. Semester

<b>MF 1.1</b>	<b>Einführung: Grundlagen des Kultur- und Medienmanagements</b>	
Modul-Nr.	MF 1.1	
Semester	1. Semester	
Dauer des Moduls	Ein Semester	
Frequenz	2x / Jahr, jeweils zur Zulassung (Sommer- und Wintersemester)	
Teilnahmevoraussetzung	Keine	
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Pflicht-SLM	LV 1 Pflicht-LV  1 Wahl-IV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements zu benennen, Geschichte der Fächer zu reflektieren und Aufgabenfelder des Kultur- und Medienmanagements zu systematisieren;</li> <li>- Chancen und Herausforderungen des Kultur- und Medienmanagements zu bestimmen;</li> <li>- das Kultur- und Medienmanagement in einen breiteren Gesellschaftskontext</li> </ul>	

	einzuordnen; - gesellschaftlichen Anpassungsstrategien an veränderte Umweltbedingungen demographischer, ökonomischer, technologischer oder kultureller Art aufzuzeigen; - Entwicklungen und Themen des Leaderships zu benennen; - Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens zu benennen und anzuwenden - eigene Ansätze für berufliche und forschungsgezogene Fragestellungen zu entwickeln.
Regelmäßige Inhalte	- Einführungsveranstaltung KMM Kompakt - Orientierung zur Organisation des Studienverlaufs und zur Einordnung in die Berufstätigkeit - Thematische Einführung zu zentralen Studienbestandteilen - Einführung in das Kultur- und Medienmanagement - Einführung in Cultural Leadership - Inverted Classroom als kooperatives Lehr-Lernformat
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen und Intervention
Besondere Hinweise	Hilfreiche Materialien sind u.a. - Handreichung „Informationen zum wissenschaftlichen Arbeiten“ - Selbstlernkurs zum wissenschaftlichen Arbeiten in moodle

<b>MF 1.2</b>	<b>Recht und Wirtschaft I</b>
Modul-Nr.	MF 1.2
Semester	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Frequenz	in jedem Semester
Teilnahmevoraussetzung	Keine
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Vertreter:innen aus den Fachgruppen Wirtschaft & Marketing und Recht
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)

ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Pflicht-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- rechtliche Rahmenbedingungen des Kultur- und Medienmanagements zu benennen und zu erläutern;</li> <li>- den Markt der Kultur- und Kreativwirtschaft und dessen Teilmärkte darzustellen;</li> <li>- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre auf den Bereich des Kulturmanagements zu übertragen und in der Praxis anzuwenden sowie wissenschaftlich zu reflektieren;</li> <li>- im Bereich des Projektmanagements die maßgeblichen Erfolgsfaktoren zu priorisieren und im Alltag von Kulturmanager:innen anzuwenden, insbesondere in Leitungspositionen.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Kulturmanager:innen</li> <li>- Einführung in Recht für Kultur- und Medienmanager:innen, insbesondere Gesellschafts-, Steuer- und Vertragsrecht;</li> <li>- Verwaltungsrecht für Kultur- und Medieninstitutionen sowie Veranstaltungsorte;</li> <li>- Überblick über historische Wurzeln und aktuelle Trends im Non-Profit-Bereich.</li> </ul>	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	
Besondere Hinweise		

<b>MF 1.3</b>	<b>Theoretische Grundlagen: Kultur &amp; Medien, Politik und Gesellschaft</b>
Modul-Nr.	MF 1.3
Semester	1. Semester

Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Keine	
Modulverantwortliche Person(en)	Dr. Robert Peper Sprecher der Fachgruppe Kultur und Gesellschaft  Prof. Dr. Barbara Hans Sprecherin der Fachgruppe Medien und Digitales	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Pflicht-SLM 1 Wahl-SLM	LV 1 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 Referat
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- die verschiedenen Bedeutungen des Kulturbegriffs einzuordnen und wissenschaftlich wie auch arbeitspraktisch anzuwenden;</li> <li>- Mediale Formate und digitale Entwicklungen zu benennen und einzuordnen;</li> <li>- Wechselwirkungen von Kultur, Medien, Gesellschaft und Politik einzuordnen und einander gegenüberzustellen;</li> <li>- die komplexen Strukturen der deutschen Kultur- und Medienpolitik zu beschreiben und auf ihren Alltag als Kultur- und Medienmanager:innen zu übertragen;</li> <li>- aktuelle Themen gesellschaftlicher Transformation zu erläutern und in ihren späteren Arbeitsalltag des Kulturmanagements einzuplanen.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung Kulturpolitik</li> <li>- Kultur- und Mediensoziologische Themen</li> <li>- Konzeptionalisierung des Kultur- und Medienbegriffs</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bürgerschaftliches Engagement/Zivilgesellschaft</li> <li>- Ehrenamt und Praxis Freiwilligenmanagement</li> <li>- Medien und Digitalisierung: Entwicklungen und konkrete digitale Tools</li> <li>- Stiftungsmanagement, insbesondere in Form Stiftungs- und steuerrechtlicher Grundlagen, Stiftungsgründung, Entwicklung einer Stiftungsstrategie, Programmentwicklung und Projektarbeit, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit für Stiftungen</li> <li>- Kulturförderung</li> <li>- Kulturfinanzierung zwischen staatlicher Förderung und Förderung von Stiftungen</li> </ul>
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen
Besondere Hinweise	

## 2. Semester

<b>MF 2.1</b>	<b>Cultural Leadership in Arts and Media I</b>
Modul-Nr.	MF 2.1
Semester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Frequenz	in jedem Semester
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 1.3 wird empfohlen.
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Barbara Hans und Prof. Dr. Martin Zierold
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)
ECTS	10 ECTS
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden

Lehrform	SLM 1 Pflicht-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 Referat oder 1 mündliche Prüfung
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- verschiedene Konzepte von Leadership wissenschaftlich wie auch praktisch einzuordnen und auf unterschiedliche Bereiche des Kultur- und Medienmanagements zu übertragen;</li> <li>- unterschiedliche Formen von Führungsstilen zu benennen und zu analysieren;</li> <li>- das Innen- wie auch das Außenleben von Organisationen soziologisch einzuordnen und Konzepte der Organisationssoziologie sowie der Organisationspsychologie in eigenen Forschungsarbeiten anzuwenden;</li> <li>- zu reflektieren, welche gesellschaftliche Verantwortung Organisationen haben und wie eine eingennommene Haltung auf die Organisationsumwelt wirkt;</li> <li>- Aufbau und Evaluation projektgebundenen Managements wissenschaftlich zu erfassen;</li> <li>- sowie Aufbau und Evaluation von systematischer Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen in Organisationen vor dem Hintergrund personalpolitischer Reflexion;</li> <li>- den Begriff Strategie und die vielfältigen dahinterstehenden Konzepte wissenschaftlich zu reflektieren.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultural Leadership</li> <li>- Organisationssoziologie und -psychologie</li> <li>- Personalmanagement in Kulturorganisationen</li> <li>- Handlungsfelder und Instrumente von Cultural Leadership</li> <li>- Personalmanagement: Vorbereitung und Durchführung von Personalauswahl- und Personalentwicklungsverfahren / Personalmanagement als quantitative und qualitative Personalarbeit / Integration</li> <li>- Projektentwicklung: Ziele und Qualität in Projekt und Projektprozess, Projektcontrolling, Evaluationsverfahren im Projektmanagement</li> </ul>	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	
Besondere Hinweise		



<b>MF 2.2</b>	<b>Recht und Wirtschaft II</b>	
Modul-Nr.	MF 2.2	
Semester	2. Semester	
Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 1.3 wird empfohlen.	
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Vertreter:innen aus den Fachgruppen Wirtschaft & Marketing und Recht	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Pflicht-SLM 1 Wahl-SLM	LV 1 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten urheberrechtlichen Rahmenbedingungen zu benennen und rechtliche Problemstellungen des künstlerischen, kreativen und medialen Arbeitsalltags zu lösen;</li> <li>- die Grundlagen des (digitalen) Marketings in den Bereich des Stakeholder Managements einzuordnen und die Relevanz dessen für die eigene Kultur- und Medien-Organisation zu beurteilen;</li> <li>- eine (Kultur-/Medien-)Organisation mit Fokus auf Corporate Social Responsibility und Gemeinwohlorientierung weiterzuentwickeln;</li> <li>- soziale Medien für die Kommunikation strategisch auszuwählen und kritisch</li> </ul>	

	zu bewerten; - die Grundlagen des Kulturmarketings auf spezifische aktuelle Themenfelder anzuwenden.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingmanagement</li> <li>- Marketingentwicklung und -kommunikation</li> <li>- strategisches und operatives Marketingcontrolling</li> <li>- Methoden und Instrumente der Marktanalyse und -segmentierung</li> <li>- Audience Development</li> <li>- Corporate Social Responsibility: Motive, Ziele, Instrumente und Nutzen von CSR</li> </ul>
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen
Besondere Hinweise	

<b>MF 2.3</b>	<b>Wissenschaftliche Methoden und Transfer: Forschendes Lernen</b>
Modul-Nr.	MF 2.3
Semester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Frequenz	in jedem Semester
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 1.3 wird empfohlen.
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)
ECTS	10 ECTS
Workload / Umfang	250 - 300 Stunden

Lehrform	SLM 2 Pflicht-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	/	1 Referat oder 1 Hausarbeit oder 1 Projekt-präsentation
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- empirische Methoden zu beschreiben und deren Möglichkeiten, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen zu verstehen und anzuwenden;</li> <li>- passende Methoden für spezifische Fälle der Kultur- und Medienmanagement-Praxis zu benennen;</li> <li>- erlernte Methodenkompetenz nicht nur im wissenschaftlichen Kontext anzuwenden, sondern diese auch in die Kultur- und Medienpraxis zu übersetzen (z.B. Besucher:innenbefragung, Marktanalyse);</li> <li>- aktuelle Forschungsthemen des Kultur- und Medienmanagements zu identifizieren;</li> <li>- den eigenen Forschungsprozess und seine Grenzen zu reflektieren; eigene Forschungsergebnisse zu diskutieren, aufzubereiten und vorzustellen alleine oder im Team ein Forschungsprojekt zu planen, durchzuführen und eine Vorstellung der Ergebnisse auszuarbeiten;</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empirische Forschung im Kultur- und Medienmanagement</li> <li>- Digitale Kommunikation im Kulturmarketing</li> <li>- Kulturelle Kompetenz und Medien-Kompetenz</li> <li>- Kultur- und Medienmanagement im internationalen Vergleich</li> <li>- Schlüsselbegriffe der Medientheorie</li> <li>- Anforderungen medialer Verfügbarkeit und ihre Auswirkungen auf die Akteure</li> <li>- Kultur- und Medienvermittlung: Vermittlungskonzepte und -formate</li> </ul>	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	
Besondere Hinweise	Selbstlernkurs zum wissenschaftlichen Arbeiten (moodle)	

### 3. Semester

MF 3.1	Cultural Leadership in Arts and Media II
Modul-Nr.	MF 3.1
Semester	3. Semester

Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 2.3 wird empfohlen.	
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Barbara Hans und Prof. Dr. Martin Zierold	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 - 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1Wahl-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung auf die Praxis des Kultur- und Medienmanagements zu übertragen;</li> <li>- beschleunigende und hemmende Faktoren von Veränderungsprozessen zu identifizieren und wissenschaftlich einzuordnen;</li> <li>- Grundlagen von Personalmanagement u.a. mit Blick auf Teamzusammenstellung und Teammotivation zu reflektieren;</li> <li>- Diversitätskriterien zu benennen und in (Projekt-)Konzeptionen zu berücksichtigen,</li> <li>- verschiedene Kontexte des Kultur- und Medienmanagements souverän zu differenzieren und dabei auch inter- und transkulturelle Inhalte zu beurteilen.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung</li> <li>- Modelle des Change-Managements</li> <li>- Diversity-Management</li> <li>- Nachhaltigkeitsmanagement</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konfliktmanagement und Krisenkommunikation</li> <li>- Führungstraining und Coaching, Mitarbeiter:innenmotivation</li> </ul>
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen
Besondere Hinweise	

<b>MF 3.2</b>	<b>Recht und Wirtschaft III</b>	
Modul-Nr.	MF 3.2	
Semester	3. Semester	
Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 2.3 wird empfohlen.	
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Vertreter:innen aus den Fachgruppen Wirtschaft & Marketing und Recht	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 - 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Wahl-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	

Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- verschiedene Säulen der Kulturfinanzierung voneinander abzugrenzen und deren Chancen und Herausforderungen in verschiedenen Kontexten zu beurteilen;</li> <li>- Methoden der Betriebswirtschaftslehre und des Finanzmanagements in der eigenen Kulturorganisation zur Anwendung zu bringen;</li> <li>- die Betriebswirtschaftslehre wissenschaftlich einzuordnen und von anderen Forschungsdisziplinen abzugrenzen bzw. sie auch anderen Fachbereichen gewinnbringend gegenüberzustellen;</li> <li>- rechtliche Aspekte der Kultur- und Medienfinanzierung fundiert zu schildern und Lösungen zu entwickeln;</li> <li>- den Bereich der unternehmerischen Kulturförderung benennen zu können;</li> <li>- Strategien zu entwickeln, um Fördermittel zu akquirieren;</li> </ul>
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Methoden der Betriebswirtschaftslehre für Kultur- und Medienmanager:innen</li> <li>- Fundraising - Management, Methoden und Instrumente</li> <li>- Finanzierungsalternativen für Kultur und Medien</li> <li>- Kulturfinanzierung</li> <li>- Modelle und Methoden zur Erstellung und Auswertung von Business-Plänen</li> <li>- Strukturen und Entwicklungen des Dritten Sektors</li> </ul>
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen
Besondere Hinweise	

<b>MF 3.3</b>	<b>Kultur, Medien und Gesellschaft in Transformation</b>
Modul-Nr.	MF 3.3
Semester	3. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Frequenz	in jedem Semester
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 2.3 wird empfohlen.
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. aus Team wissenschaftliche Mitarbeitende und Prof. Dr. Martin Zierold

Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	10 ECTS	
Workload / Umfang	250 – 300 Stunden	
Lehrform	SLM 1 Wahl-SLM	LV 2 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit oder 1 mündliche Prüfung
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage... <ul style="list-style-type: none"> <li>- eigenständig thematische Spezialisierungen zu identifizieren und ausgewählte Themenfelder in das Gesamtfeld Kultur- und Medienmanagement einzuordnen;</li> <li>- das interdisziplinäre Arbeitsumfeld des Kultur- und Medienmanagements mitsamt gesellschaftlicher Transformationsprozesse kritisch zu reflektieren und ein eigenes Profil, eigene Positionierung und Anpassungsfähigkeit als Kultur- und Medienmanager:in zu entwickeln;</li> <li>- verschiedenen Herausforderungen in der Kultur- und Medienpraxis (bzw. auch branchenübergreifenden Arbeitsfeldern) zu identifizieren und kreative Lösungsansätze zu entwerfen.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kultur- und Medientheorie</li> <li>- Transformation</li> <li>- Fallbeispiele aus dem Bereich Kultur</li> <li>- Fallbeispiele aus dem Bereich Medien</li> <li>- Medienanwendungen im Fokus</li> <li>- Kultur- und Kreativwirtschaft, Kunstmarkt</li> </ul>	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	
Besondere Hinweise		

#### 4. Semester

<b>MF 4.1</b>	<b>Cultural Leadership in Arts and Media III: Professionsentwicklung</b>	
Modul-Nr.	MF 4.1	
Semester	4. Semester	
Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Es gibt keine formale Teilnahmevoraussetzung. Abschluss der MF 1.1 - 3.3 wird empfohlen.	
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Barbara Hans und Prof. Dr. Martin Zierold	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	4 ECTS	
Workload / Umfang	100 - 120 Stunden	
Lehrform	SLM 2 Wahl-SLM	LV Keine
Prüfungsform	keine	Keine
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>- die eigenen Kompetenzen und Potentiale zu identifizieren, zu reflektieren und Lernziele und Lernstrategien individuell zu entwickeln und zu verfolgen</li> <li>- den Transfer der Lernprozesse aus dem Studium auf berufliche Situationen zu reflektieren und zu verbessern</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategisches Management: Strategische Analyse- und Planungskonzepte</li> <li>- Projektsteuerung und Evaluation im Kultur- und Medienmanagement</li> <li>- Qualitätsmanagement</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existenzgründung</li> <li>- Führen in Zeiten des Umbruchs und im Zeichen wachsender Komplexität</li> </ul>
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien
Besondere Hinweise	

<b>MF 4.2</b>	<b>Examensvorbereitung: Kolloquium</b>	
Modul-Nr.	MF 4.2	
Semester	Letztes Semester	
Dauer des Moduls	Ein Semester	
Frequenz	In jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Abschluss der MF 1.1 - 3.3 sowie MF 4.1 Zulassung zur Master-Abschlussprüfung / zum MF 4.3	
Modulverantwortliche Person(en)	N.N. / N.N. Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen	
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)	
ECTS	6 ECTS	
Workload / Umfang	150 - 180 Stunden	
Lehrform	SLM keine	LV 1 Pflicht-LV 1 Wahl-LV
Prüfungsform		1 Referat (unbenotet, Präsentation Kolloquium)
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Aktive Teilnahme sowie Bearbeitung und erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen	

Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>- Struktur und Thesen der Schriftlichen Masterarbeit zu schildern und zu analysieren und diese einer Gruppe zu präsentieren</li> <li>- die erzielten Ergebnisse zu analysieren, ggfls. weiterzuentwickeln</li> <li>- die Forschungsvorhaben der anderen Studierenden einzuordnen und zu analysieren</li> <li>- Feedback einzuordnen und umzusetzen sowie Peer-Feedback zu äußern.</li> </ul>
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kolloquium: im Kolloquium werden die Themen und Inhalte der Abschlussarbeiten präsentiert und diskutiert. Die Teilnehmer erhalten individuelles Feedback.</li> <li>- kooperative Lern- und Lehrformate im Inverted Classroom</li> </ul>
Didaktische Formen	Lehrveranstaltung, Interventionen
Besondere Hinweise	

<b>MF 4.3</b>	<b>Master-Abschlussprüfung: Schriftliche Masterarbeit und mündliche Masterprüfung</b>
Modul-Nr.	MF 4.3
Semester	letztes Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Frequenz	In jedem Semester
Teilnahmevoraussetzung	Zulassung zur Master-Abschlussprüfung
Modulverantwortliche Person(en)	Vorsitzender des Prüfungsausschusses: Prof. Dr. Martin Zierold
Lehrsprache	Deutsch / Englisch (einige Lernmaterialien sind ggfls. in englischer Sprache verfasst; weitere Regelungen zu Lehrsprache, z.B. bei Prüfungen siehe Studien- und Prüfungsordnung)
ECTS	20 ECTS
Workload / Umfang	500 – 600 Stunden

Lehrform	SLM keine	LV Keine
Prüfungsform	Schriftliche Masterarbeit und mündliche Masterprüfung	
Voraussetzung zum Erwerb der ECTS	Absolvieren von MF 4.2 sowie von Schriftlicher Masterarbeit und mündlicher Prüfung	
Qualifikationsziele	Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>- selbstständig eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem Bereich Kultur- und Medienmanagement in angemessener Form zu bearbeiten;</li> <li>- geeignete Methoden zu identifizieren und die erzielten Forschungsergebnisse zu interpretieren und zu reflektieren;</li> <li>- Forschungsergebnisse in verschiedenen Theorie- und Praxiskontexten im Rahmen einer mündlichen Masterprüfung reflektiert zu äußern und zu beurteilen.</li> </ul>	
Regelmäßige Inhalte	Pflicht <ul style="list-style-type: none"> <li>- schriftliche Masterarbeit</li> <li>- mündliche Masterprüfung</li> </ul>	
Didaktische Formen	Selbststudium	
Besondere Hinweise	Hilfreiche Materialien sind u.a. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Handreichung „Informationen zum wissenschaftlichen Arbeiten“</li> <li>- Selbstlernkurs zum wissenschaftlichen Arbeiten in moodle</li> <li>- Erwartungshorizonte zu Abschlussprüfungen</li> </ul>	