

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 Σ
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	4 ECTS	-1 Referat (unbenotet, Präsentation Kolloquium)	2 ECTS	6 ECTS
MF 4.3	Master-Abschlussprüfung: Schriftliche Masterarbeit und mündliche Prüfung	-Schriftliche Masterarbeit	16 ECTS	-mündliche Masterprüfung	4 ECTS	20 ECTS
						120

LEGENDE

ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System	Punkte-System für Studienleistungen, auch unter Credit Points (CP) oder Leistungspunkten (LP) bekannt.
IV	Intervention	Die Lehrveranstaltung „Intervention“ wird semesterweise angeboten und setzt sich aus einem Inverted Classroom zu den Selbstlernmaterialien und einem Methodenworkshop zusammen. Im Inverted Classroom wird das Arbeiten mit den Selbstlernmaterialien eingeführt und gemeinsam mit Expert:innen die Inhalte einzelner SLM vertieft. Im Methodenworkshop werden variierende Inhalte von Methoden für die individuelle Studienplanung und Selbstorganisation bis zu Peer-to-Peer-Lernformaten angeboten.
LV	Lehrveranstaltung	Die Lehrveranstaltungen können analog am Institut KMM der Hochschule für Musik und Theater Hamburg stattfinden oder in geeigneten Veranstaltungsräumen in anderen Städten. 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.
Pflicht/ Wahl		Pflicht-Anteile von Modulen sind für alle Studierenden obligatorisch. Als wesentlicher Bestandteil des Curriculums müssen sie absolviert werden. Wahl(pflicht)-Anteile von Modulen beinhalten die Möglichkeit, aus einem Angebot auswählen zu können. So wird ermöglicht, das Studium individuell zu gestalten und persönliche Schwerpunkte zu setzen.
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 Stand 9.12.2025

1. Semester

MF 1.1	Einführung: Grundlagen des Kultur- und Medienmanagements	
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)	Elena Römer Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen 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 1 Pflicht-LV 1 Wahl-LV
Prüfungsform	1 Klausur	1 Hausarbeit (LV)
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"> - aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements zu benennen, die Geschichte der Fächer zu reflektieren und Aufgabenfelder des Kultur- und Medienmanagements zu systematisieren; - Chancen und Herausforderungen des Kultur- und Medienmanagements zu bestimmen; - das Kultur- und Medienmanagement in einen breiteren Gesellschaftskontext einzuordnen; - Anpassungsstrategien aus der Praxis des Kultur- und Medienmanagements an veränderte Umweltbedingungen demographischer, ökonomischer, technologischer oder kultureller Art aufzuzeigen; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - Einführungsveranstaltung „KMM Kompakt“ - Lehrveranstaltung „Intervention“ als kooperatives Lehr-/Lernformat - Orientierung zur Organisation des Studienverlaufs und zur Einordnung in die Berufstätigkeit - Thematische Einführung zu zentralen Studienbestandteilen und in das wissenschaftliche Arbeiten - Einführung in das Kultur- und Medienmanagement - Einführung in das Cultural Leadership
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen

MF 1.2	Recht und Wirtschaft I	
Modul-Nr.	MF 1.2	
Semester	1. Semester	
Dauer des Moduls	ein Semester	
Frequenz	in jedem Semester	
Teilnahmevoraussetzung	Keine	
Modulverantwortliche Person(en)	Prof. Dr. Andreas Hoffmann Sprecher der Fachgruppe „Wirtschaft und Marketing“ Prof. Iris Siegfried Sprecherin der Fachgruppe „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"> - rechtliche Rahmenbedingungen des Kultur- und Medienmanagements zu benennen und zu erläutern; - den Markt der Kultur- und Kreativwirtschaft und dessen Teilmärkte darzustellen; - Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre auf den Bereich des Kulturmanagements zu übertragen und in der Praxis anzuwenden sowie wissenschaftlich zu reflektieren; - im Bereich des Projektmanagements die maßgeblichen Erfolgsfaktoren zu priorisieren und im Alltag von Kulturmanager:innen anzuwenden, insbesondere in Leitungspositionen.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, das Projektmanagement und Marketing für Kultur- und Medienmanager:innen - Einführung in Recht für Kultur- und Medienmanager:innen, insbesondere Arbeitsrecht sowie Gesellschafts-, Steuer- und Vertragsrecht; - Grundlagen und Spezifika des Non-Profit-Bereichs
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen

MF 1.3	Theoretische Grundlagen: Kultur & Medien, Politik und Gesellschaft
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"> - die verschiedenen Bedeutungen des Kulturbegriffs einzuordnen und wissenschaftlich wie auch arbeitspraktisch anzuwenden; - mediale Formate und digitale Entwicklungen zu benennen und einzuordnen; - Wechselwirkungen von Kultur, Medien, Gesellschaft und Politik einzuordnen und einander gegenüberzustellen; - die komplexen Strukturen der deutschen Kultur- und Medienpolitik zu beschreiben und auf ihren Alltag als Kultur- und Medienmanager:innen zu übertragen; - aktuelle Themen gesellschaftlicher Transformation zu erläutern und in ihren späteren Arbeitsalltag des Kulturmanagements einzuplanen. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung Kulturpolitik - Kultur- und Mediensoziologische Themen - Konzeptionalisierung des Kultur- und Medienbegriffs - Bürgerschaftliches Engagement/Zivilgesellschaft - Ehrenamt und Praxis Freiwilligenmanagement - Medien und Digitalisierung: Entwicklungen und konkrete digitale Tools - Stiftungsmanagement, insbesondere in Form Stiftungs- und steuerrechtlicher Grundlagen, Stiftungsgründung, Entwicklung einer Stiftungsstrategie, Programmentwicklung und Projektarbeit, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit für Stiftungen - Kulturförderung - Kulturfinanzierung zwischen staatlicher Förderung und Förderung von Stiftungen - Gesellschaftliche Diskurse und Umgang in Kultur- und Medienorganisationen 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	

2. Semester

MF 2.1	Cultural Leadership in Arts and Media I
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	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedene Konzepte von Leadership wissenschaftlich wie auch praktisch einzuordnen und auf unterschiedliche Bereiche des Kultur- und Medienmanagements zu übertragen; - unterschiedliche Formen von Führungsstilen zu benennen und zu analysieren; - das Innen- wie auch das Außenleben von Organisationen soziologisch einzuordnen und Konzepte der Organisationssoziologie sowie der Organisationspsychologie in eigenen Forschungsarbeiten anzuwenden; - zu reflektieren, welche gesellschaftliche Verantwortung Organisationen haben und wie eine eingennommene Haltung auf die Organisationsumwelt wirkt; - Aufbau und Evaluation projektgebundenen Managements und Innovationsmanagements wissenschaftlich zu erfassen; - den Begriff Strategie und die vielfältigen dahinterstehenden Konzepte wissenschaftlich zu reflektieren. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Handlungsfelder und Instrumente von Cultural Leadership; - Leadership im Spannungsfeld aus Stabilität, Innovation und Transformation; - Organisationssoziologie und -psychologie - Personalmanagement in Kulturorganisationen; insbesondere Vorbereitung und Durchführung von Personalauswahl- und Personalentwicklungsverfahren / Personalmanagement als quantitative und qualitative Personalarbeit / Integration - Projektentwicklung: Ziele und Qualität in Projekt und Projektprozess, Projektcontrolling, Evaluationsverfahren im Projektmanagement 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	

MF 2.2	Recht und Wirtschaft II	
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)	Prof. Dr. Andreas Hoffmann Sprecher der Fachgruppe „Wirtschaft und Marketing“ Prof. Iris Siegfried Sprecherin der Fachgruppe „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"> - rechtliche Problemstellungen des künstlerischen, kreativen und medialen Arbeitsalltags zu erkennen und lösen; - die Grundlagen des Kulturmarketings auf spezifische aktuelle Themenfelder anzuwenden; - 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; - eine (Kultur-/Medien-)Organisation mit Fokus auf Corporate Social Responsibility und Gemeinwohlorientierung weiterzuentwickeln; - soziale Medien für die Kommunikation strategisch auszuwählen und kritisch zu bewerten. 	

Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche Anwendungsfelder und Problemstellungen für Kultur- und Medienmanager:innen, insbesondere des Urheber-, Presse- und Arbeitsrechts - Marketingmanagement - (digitale) Marketingentwicklung und -kommunikation - strategisches und operatives Marketingcontrolling - Methoden und Instrumente der Marktanalyse und -segmentierung - Audience Development - Corporate Social Responsibility: Motive, Ziele, Instrumente und Nutzen von CSR
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen

MF 2.3	Wissenschaftliche Methoden und Transfer: Forschendes Lernen	
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. Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen 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 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"> - aktuelle Forschungsthemen des Kultur- und Medienmanagements zu identifizieren; - empirische Methoden zu beschreiben und deren Möglichkeiten, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen zu verstehen; - passende Methoden für spezifische Fälle des Kultur- und Medienmanagements zu benennen; - alleine oder im Team ein Forschungsprojekt zu planen, durchzuführen und eine Vorstellung der Ergebnisse auszuarbeiten; - den eigenen Forschungsprozess und seine Grenzen zu reflektieren; - erlernte Methodenkompetenz nicht nur im wissenschaftlichen Kontext anzuwenden, sondern diese auch in die Kultur- und Medienpraxis zu übersetzen.
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - (Empirische) Forschung im Kultur- und Medienmanagement - Kritisches Forschen im Kultur- und Medienmanagement - Fokussierungen auf einzelne Forschungsmethoden - Forschendes Lernen und Potenziale wissenschaftlicher Methoden für Kultur- und Medienmanagement - Programme und Tools zum wissenschaftlichen Arbeiten - Forschender Zugang zu aktuellen Themen und Entwicklungen des Kultur- und Medienmanagements - Kultur- und Medienmanagement im internationalen Vergleich - Kultur- und Medienvermittlung: Vermittlungskonzepte und -formate
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen

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 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	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung auf die Praxis des Kultur- und Medienmanagements zu übertragen; - beschleunigende und hemmende Faktoren von Veränderungsprozessen zu identifizieren und wissenschaftlich einzuordnen; - Grundlagen von Personalmanagement u.a. mit Blick auf Teamzusammenstellung und Teammotivation zu reflektieren; - Diversitätskriterien zu benennen und in (Projekt-)Konzeptionen zu berücksichtigen; - aktuelle Führungsthemen und -Herausforderungen des Kultur- und Medienmanagements zu analysieren; auch unter Berücksichtigung inter- und transkultureller Aspekte. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung - Modelle des Change-Managements - Diversity-Management - Nachhaltigkeitsmanagement - Konfliktmanagement und Krisenkommunikation - Führungstraining und Coaching, Mitarbeiter:innenmotivation 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	

MF 3.2	Recht und Wirtschaft III
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)	Prof. Dr. Andreas Hoffmann Sprecher der Fachgruppe „Wirtschaft und Marketing“ Prof. Iris Siegfried Sprecherin der Fachgruppe „Recht“ Prof. Manuela Rousseau Sprecherin der Fachgruppe „Stiftungen und Fundraising“	
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"> - verschiedene Säulen der Kulturfinanzierung voneinander abzugrenzen und deren Chancen und Herausforderungen in verschiedenen Kontexten zu beurteilen; - Methoden der Betriebswirtschaftslehre und des Finanzmanagements in der eigenen Kulturorganisation zur Anwendung zu bringen; - Aspekte des Kultur- und Medienrechts zu vertiefen und fundiert anzuwenden; - Aspekte unternehmerischer Kulturförderung zu vertiefen; - Strategien zu entwickeln, um Fördermittel zu akquirieren. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Fokusthemen im Bereich Recht - Methoden der Betriebswirtschaftslehre für Kultur- und Medienmanager:innen - Fundraising - Management, Methoden und Instrumente - Finanzierungsmodelle in Kultur und Medien - Modelle und Methoden zur Erstellung und Auswertung von Business-Plänen - Strukturen und Entwicklungen des Dritten Sektors 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	

MF 3.3	Kultur, Medien und Gesellschaft in Transformation
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)	Dr. Fabian Lehmann Team wissenschaftliche Mitarbeitende 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"> - eigenständig thematische Spezialisierungen zu identifizieren und ausgewählte Themenfelder in das Gesamtfeld Kultur- und Medienmanagement einzuordnen; - 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; - exemplarische Herausforderungen in der Kultur- und Medienpraxis (bzw. auch branchenübergreifenden Arbeitsfeldern) zu identifizieren und kreative Lösungsansätze zu entwerfen. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefende Reflexionen zum Spannungsfeld „Transformation und Stabilität“ - Fallbeispiele aus dem Bereich Kultur - Fallbeispiele aus dem Bereich Medien - Medienanwendungen im Fokus - Grundlagen der Kultur- und Kreativwirtschaft - Vertiefungen Kultur- und Medientheorie 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien, Lehrveranstaltungen	

4. Semester

MF 4.1	Cultural Leadership in Arts and Media III: Professionsentwicklung	
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	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die eigenen Kompetenzen und Potentiale zu identifizieren, zu reflektieren und Lernziele und Lernstrategien individuell zu entwickeln und zu verfolgen - den Transfer der Lernprozesse aus dem Studium auf berufliche Situationen zu reflektieren und zu verbessern 	
Regelmäßige Inhalte	<p>- Selbstlernmaterialien zu konkreten Handlungsfeldern des Kultur- und Medienmanagements, die die Reflexion der eigenen professionellen Haltung, Rolle und Entwicklungsperspektive ermöglichen sowie helfen, Lernerfolge und Lernbedarfe zu identifizieren, darunter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Führung in Zeiten der Transformation und wachsender Komplexität - Existenzgründung und Cultural Entrepreneurship - Strategie als Prozess und Strategisches Management - Projekt- und Qualitätsmanagement, Evaluation und Lernende Organisation 	
Didaktische Formen	Selbstlernmaterialien	

MF 4.2	Examensvorbereitung: Kolloquium	
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)	Susanne Stephani Team der wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen 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	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	<p>Studierende, die das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struktur und Thesen der Schriftlichen Masterarbeit zu schildern und zu analysieren und diese einer Gruppe zu präsentieren - die erzielten Ergebnisse zu analysieren, ggfls. weiterzuentwickeln - die Forschungsvorhaben der anderen Studierenden einzuordnen und zu analysieren - Feedback einzuordnen und umzusetzen sowie Peer-Feedback zu äußern. 	
Regelmäßige Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Kolloquium: im Kolloquium werden die Themen und Inhalte der Abschlussarbeiten präsentiert und diskutiert. Die Teilnehmer erhalten individuelles Feedback. - Lehrveranstaltung „Intervention“ als kooperatives Lern- / Lehrformat 	
Didaktische Formen	Lehrveranstaltung, Interventionen	

MF 4.3	Master-Abschlussprüfung: Schriftliche Masterarbeit und mündliche Masterprüfung	
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)	Prof. Dr. Martin Zierold Vorsitz des Prüfungsausschusses	
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"> - selbstständig eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem Bereich Kultur- und Medienmanagement in angemessener Form zu bearbeiten; - geeignete Methoden zu identifizieren und die erzielten Forschungsergebnisse zu interpretieren und zu reflektieren; - Forschungsergebnisse in verschiedenen Theorie- und Praxiskontexten im Rahmen einer mündlichen Masterprüfung reflektiert zu äußern und zu beurteilen. 	
Regelmäßige Inhalte	Pflicht <ul style="list-style-type: none"> - schriftliche Masterarbeit - mündliche Masterprüfung 	
Didaktische Formen	Selbststudium	