

Dritte Satzung zur Änderung der Fachprüfungs- und Studienordnung
für den Masterstudiengang
Kultur- und Musikmanagement
mit der Abschlussbezeichnung „Master of Arts (M. A.)“
der Hochschule für Musik und Theater München

Vom 7. Juli 2026

Aufgrund von Art. 84 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), zuletzt geändert durch die Art. 15 und 16 des Gesetzes vom 8. Mai 2026 (GVBl. S. 208), erlässt die Hochschule für Musik und Theater München folgende Änderungssatzung:

§ 1
Änderungen

Die Fachprüfungs- und Studienordnung (FPSO) für den Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement mit der Abschlussbezeichnung „Master of Arts (M. A.)“ der Hochschule für Musik und Theater München vom 5. November 2024, zuletzt geändert am 16. Dezember 2026, wird wie folgt geändert:

1.

In § 7 Nr. 6 wird der Regeltermin auf das 3. Semester geändert.

2.

Die Anlage zur FPSO (Studienplan mit Modulübersicht) wird mit Wirkung ab dem Wintersemester 2026/27 ausgetauscht.

§ 2
Inkrafttreten und zeitlicher Geltungsbereich

¹Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. ²Sie gilt für alle Studierenden, die ihr Studium in diesem Studiengang ab dem Wintersemester 2026/27 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates der Hochschule für Musik und Theater München vom 7. Juli 2026 sowie der Genehmigung der Präsidentin der Hochschule für Musik und Theater München vom 8. Juli 2026.

München, den 8. Juli 2026

Prof. Lydia Grün
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 8. Juli 2026 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 8. Juli 2026 durch Anschlag in der Hochschule und im Internetauftritt der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist der 8. Juli 2026.

Studienplan Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie (Master of Arts)

Art	Modulname Titel Lehrveranstaltung	Prüfungen	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Gesamt	
			SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS
1	Digitale Kommunikation I	Modulprüfung: Hausarbeit									2	4
V	Grundlagen der digitalen Kommunikation		1	2							1	2
S	Digitale Disruption und digitale Geschäftsmodelle		1	2							1	2
2	Digitale Kommunikation II	Modulprüfung: Hausarbeit									2	4
V	Geschichte der Digitalkulturen				1	2					1	2
S	Digitale Ethik				1	2					1	2
3	Digitale Kommunikation III	Modulprüfung: Praxisprojekt									2	5
V	Aktuelle Digitaltechnologien						1	2			1	2
PP	Webkonzepte						1	3			1	3
4	Text und Inhalt digitaler Kommunikation	Modulprüfung: Präsentation - mündl. Prüfung									4	8
PxS	Text und Metatext		1	2							1	2
PxS	Formulieren und Redigieren		1	2							1	2
PxS	Texten für Algorithmen und Datenbanken				1	2					1	2
PxS	Texten für die Mensch-Maschine-Interaktion				1	2					1	2
5	Digitales Marketing	Modul-Teilprüfungen:									3	6
S	Online Marketing	Klausur (60 Minuten)	1	2							1	2
S	Musikmarketing	Klausur (60 Minuten)			1	2					1	2
S	Social Media Marketing	Klausur (60 Minuten)					1	2			1	2
6	Digitale Plattformen	Modul-Teilprüfungen:									2	6
S	SEO und SEA	Klausur (60 Minuten)			1	2					1	2
S	Content Management	Klausur (60 Minuten)			1	2					0	0
S	Cross Channel Management	Klausur (60 Minuten)					1	2			1	2
7	Digitale Praxis	Testat									0	12
PP	Praktikum, Projektwerkstatt, FORWARD oder Cultural Entrepreneurship Lab				*	6	*	6			*	12
8	Multimediale Medienproduktion I	Modulprüfung: Praxisprojekt									4	7
PxS	Technische Grundlagen		1	2							1	2
PxS	Anwendungsbezogene Programmierung		1	2							1	2
PP	Visuelle und akustische digitale Medienproduktion		2	3							2	3
9	Multimediale Medienproduktion II	Modulprüfung: Praxisprojekt									3	7
PxS	Smart Media				1	2					1	2
PP	Produktionsprojekt						2	5			2	5
10	Methoden	Modulprüfung: Praxisprojekt									2	4
S	Datenerhebung		1	2							1	2
S	Datenauswertung				1	2					1	2
11	Medien- und Marktforschung	Modul-Teilprüfungen:									3	5
V	Mediennutzung und -statistik	Klausur (60 Minuten)			2	3					2	3
S	Tracking, Analytics und Big Data	Klausur (60 Minuten)					1	2			1	2
12	Operatives Management	Modulprüfung: Präsentation - mündl. Prüfung									4	5
PxS	Organisation						2	2			2	2
PxS	Qualitätsmanagement und Change Management						1	2			1	2
E/G	Exkursion						1	1			1	1
13	Vermittlung	Modulprüfung: Präsentation - mündl. Prüfung									5	8
V	Wahrnehmen und Verstehen		2	3							2	3
PxS	Multimediale Musikvermittlung und Musikverwertung		2	3							2	3
E/G	Rhetorik/Präsentation/Moderation		1	2							1	2
14	Wahlpflicht	Testat									0	9
	Wahlpflicht		**	3	**	3	**	3			**	9***
15	Abschlussmodul	Modul-Teilprüfungen:									2	30
K	Masterkolloquium								2	2	2	2
	Masterarbeit	Masterarbeit								27	0	27
	Disputation	Disputation								1	0	1
Gesamt			15	30	11	30	11	30	2	30	38	120

* keine SWS-Angabe möglich

*** Aufteilung über die Semester abhängig von der

** SWS abhängig von der Wahl der Studierenden

Modulübersicht Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie (Master of Arts)

Fachsemester			
1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.
Digitale Kommunikation I 4 ECTS-Punkte			
	Digitale Kommunikation II 4 ECTS-Punkte		
		Digitale Kommunikation III 5 ECTS-Punkte	
Text und Inhalt digitaler Kommunikation 8 ECTS-Punkte			
Digitales Marketing 6 ECTS-Punkte			
	Digitale Plattformen 6 ECTS-Punkte		
	Digitale Praxis 12 ECTS-Punkte		
Multimediale Medienproduktion I 7 ECTS-Punkte			
	Multimediale Medienproduktion II 7 ECTS-Punkte		
Methoden 4 ECTS-Punkte			
	Medien- und Marktforschung 5 ECTS-Punkte		
		Operatives Management 5 ECTS-Punkte	
Vermittlung 8 ECTS-Punkte			
Wahlpflicht 9 ECTS-Punkte			
			Abschlussmodul 30 ECTS-Punkte