

**Erste Satzung zur Änderung der Fachprüfungs- und Studienordnung
für den Masterstudiengang
Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie
mit der Abschlussbezeichnung „Master of Arts (M.A.)“
der Hochschule für Musik und Theater München**

Vom 8. November 2022

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2 in Verbindung mit Art. 58 Abs. 1 Satz 1 und Art. 61 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes vom 23. Mai 2006 (GVBl. S. 245), zuletzt geändert durch Art. 132 Abs. 3 Nr. 1 des Gesetzes vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414), erlässt die Hochschule für Musik und Theater München folgende Änderungssatzung:

§ 1
Änderungen

Die Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie mit der Abschlussbezeichnung „Master of Arts (M.A.)“ der Hochschule für Musik und Theater München vom 12. Juli 2022 wird wie folgt geändert:

Die Anlage zur FPSO (Studienplan mit Modulübersicht) wird mit Wirkung ab dem Wintersemester 2022/2023 ausgetauscht.

§ 2
Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Sie gilt rückwirkend für alle Studierenden, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2022/2023 im 1. oder 3. Fachsemester aufgenommen haben.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für Musik und Theater München vom 8. November 2022 sowie der Genehmigung der Präsidentin der Hochschule für Musik und Theater München vom 8. November 2022.

München, den 8. November 2022

Prof. Lydia Grün
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 8. November 2022 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 8. November 2022 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist der 8. November 2022.

Studienplan Masterstudiengang Digitale Kommunikation (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: Grundlagen der digitalen Kommunikation	Modulprüfung: Klausur (120 Minuten)									4	7
V	Grundlagen, Berufsfelder und zentrale Forschungsgebiete		1	2							1	2
S	Digitale Disruption und digitale Geschäftsmodelle		2	3							2	3
Ü	Formate in der Praxis		1	2							1	2
2	Digitale Kommunikation II: Digitalkultur & digitale Ethik	Modulprüfung: Hausarbeit									3	6
V	Geschichte der Digitalkultur				1	2					1	2
PxS	Digitalkultur in der Praxis				1	2					1	2
Ü	Digitalisierung in Politik und Gesellschaft: Herausforderung Digitale Ethik				1	2					1	2
3	Digitale Kommunikation im KI-Zeitalter	Modulprüfung: Praxisprojekt									3	7
V	Aktuelle Digitaltechnologien						1	2			1	2
PxS	Content Management						1	2			1	2
PP	Konzepte im Web 2.0, Web 3.0 und Web 4.0						1	3			1	3
4	Text und Inhalt digitaler Kommunikation	Modulprüfung: Präsentation									4	8
PxS	Grundlagen Software Entwicklung/Text und Metatext für Medien und PR		0,5	1	0,5	1					1	2
PxS	Formulieren, Redigieren und Text-QS		0,5	1	0,5	1					1	2
PxS	Texten für Algorithmen und Datenbanken		0,5	1	0,5	1					1	2
Ü	Texten für die Mensch-Maschine-Interaktion		0,5	1	0,5	1					1	2
5	Digitales Marketing: Planung und Methoden	Modulprüfung: Klausur (120 Minuten)									3	7
S	Strategieentwicklung und Konzepterstellung im Online Marketing				0,5	1	0,5	1			1	2
S	Mobile Marketing und Social Media				0,5	1	0,5	1			1	2
PxS	Fallstudien				0,5	1,5	0,5	1,5			1	3
6	Präsentation und Distribution auf digitalen Plattformen	Modul-Teilprüfungen:									3	7
S	SEO und SEA	Klausur (60 Minuten)	0,5	1	0,5	1					1	2
S	Cross Channel Marketing	Klausur (60 Minuten)	0,5	1	0,5	1					1	2
E/G	Rhetorik/Präsentation	Mündl. Praktische Prüfung	0,5	1,5	0,5	1,5					1	3
7	Digitale Praxis	Testat									0	6
PP	Praktikum oder Cultural Entrepreneurship Lab				*	6					*	6
8	Multimediale Medienproduktion I	Modulprüfung: Praxisprojekt									3	7
PxS	Einführung in technische Grundlagen		1	2							1	2
PxS	Visuelle und akustische digitale Medienproduktion		1	2,5							1	2,5
PxS	Anwendungsbezogene Programmierung		1	2,5							1	2,5
9	Multimediale Medienproduktion II	Modulprüfung: Praxisprojekt									3	8
PP	Mediengestaltung						2	4			2	4
PP	Smart Audio und Smart Voice						1	4			1	4
10	Medienforschung	Modulprüfung: Klausur (120 Minuten)									3	5
V	Medienstatistik und User-Forschung				1	1,5	1	1,5			2	3
S	Tracking, Analytics, Big Data				0,5	1	0,5	1			1	2
11	Operatives Management	Modulprüfung: Präsentation									3	6
PxS	Prozessmanagement und Steuerung						1	2			1	2
PxS	Qualitätsmanagement und Change Management						1	2			1	2
Ü	Exkursion/Expertengespräch						1	2			1	2
12	Vermittlung	Modulprüfung: Hausarbeit									5	8
V	Wahrnehmen und Verstehen		2	3,5							2	3,5
PxS	Trimediale Musikvermittlung und Musikverwertung				2	2,5					2	2,5
PxS	Musikmarketing		0,5	1	0,5	1					1	2
13	Wahlpflicht	Testat									0	8
	Wahlpflicht		**	5			**	3			**	8
14	Abschlussmodul	Modul-Teilprüfungen:									2	30
K	Masterkolloquium								2	2	2	2
	Masterarbeit	Masterarbeit								27	0	27
	Disputation	Disputation								1	0	1
Gesamt			13	31	12	29	12	30	2	30	39	120

* keine SWS-Angabe möglich

** 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 7 ECTS-Punkte			
	Digitale Kommunikation II 6 ECTS-Punkte		
		Digitale Kommunikation im KI-Zeitalter 7 ECTS-Punkte	
Text und Inhalt digitaler Kommunikation 8 ECTS-Punkte			
	Digitales Marketing: Planung und Methoden 7 ECTS-Punkte		
Präsentation und Distribution auf digitalen Plattformen 7 ECTS-Punkte			
	Digitale Praxis 6 ECTS-Punkte		
Multimediale Medienproduktion I 7 ECTS-Punkte			
		Multimediale Medienproduktion II 8 ECTS-Punkte	
	Medienforschung 5 ECTS-Punkte		
		Operatives Management 6 ECTS-Punkte	
Vermittlung 8 ECTS-Punkte			
	Wahlpflicht 8 ECTS-Punkte		
			Abschlussmodul 30 ECTS-Punkte