

**Zweite 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 16. Dezember 2025

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 § 8 des Gesetzes vom 23. Dezember 2024 (GVBl. S. 632), erlässt die Hochschule für Musik und Theater München folgende Änderungssatzung:

**§ 1
Änderungen**

Die Fachprüfungs- und Studienordnung (FPSO) 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 5. November 2024, zuletzt geändert am 4. Februar 2025, wird wie folgt geändert:

1.

In § 7 Nr. 1, Nr. 2, Nr. 3, Nr. 7, Nr. 8 und Nr. 9 wird jeweils der Passus „Abgabe in einem Sommersemester bis zum 31. August, in einem Wintersemester bis zum Ende des Semesterzeitraums“ ersetzt durch den Passus „Abgabe in einem Wintersemester bis zum 14. März, in einem Sommersemester bis zum 15. September“.

2.

Die Anlage zur FPSO (Studienplan mit Modulübersicht) wird mit Wirkung ab dem Wintersemester 2025/26 ausgetauscht.

**§ 2
Inkrafttreten und zeitlicher Geltungsbereich**

¹Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. ²§ 1 Nr. 1 gilt für alle Studierenden, die in diesem Studiengang studieren, § 1 Nr. 2 gilt rückwirkend für alle Studierenden, die ihr Studium in diesem Studiengang ab dem Wintersemester 2025/26 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates der Hochschule für Musik und Theater München vom 16. Dezember 2025 sowie der Genehmigung der Präsidentin der Hochschule für Musik und Theater München vom 17. Dezember 2025.

München, den 17. Dezember 2025

Prof. Lydia Grün
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 17. Dezember 2025 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 17. Dezember 2025 durch Anschlag in der Hochschule und im Internetauftritt der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist der 17. Dezember 2025.

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

| Art | Modulname Titel Lehrveranstaltung | 1. Sem. | | 2. Sem. | | 3. Sem. | | 4. Sem. | | Gesamt | |
|---------------|---|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|--------|------|
| | | SWS | ECTS | SWS | ECTS | SWS | ECTS | SWS | ECTS | SWS | ECTS |
| 1 | Digitale Kommunikation I | | | | | | | | | 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 | | | | | | | | | 2 | 4 |
| V | Geschichte der Digitalkulturen | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| S | Digitale Ethik | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| 3 | Digitale Kommunikation III | | | | | | | | | 2 | 5 |
| V | Aktuelle Digitaltechnologien | | | | | 1 | 2 | | | 1 | 2 |
| PP | Webkonzepte | | | | | 1 | 3 | | | 1 | 3 |
| 4 | Text und Inhalt digitaler Kommunikation | | | | | | | | | 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 | | | | | | | | | 3 | 6 |
| S | Online Marketing | 1 | 2 | | | | | | | 1 | 2 |
| S | Social Media Marketing | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| S | Musikmarketing | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| 6 | Digitale Plattformen | | | | | | | | | 3 | 6 |
| S | SEO und SEA | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| S | Content Management | | | | | 1 | 2 | | | 1 | 2 |
| S | Cross Channel Management | | | | | 1 | 2 | | | 1 | 2 |
| 7 | Digitale Praxis | | | | | | | | | 0 | 12 |
| PP | Praktikum, Projektwerkstatt, FORWARD oder Cultural Entrepreneurship Lab | | | * | 6 | * | 6 | | | * | 12 |
| 8 | Multimediale Medienproduktion I | | | | | | | | | 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 | | | | | | | | | 3 | 7 |
| PxS | Smart Media | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| PP | Produktionsprojekt | | | | | 2 | 5 | | | 2 | 5 |
| 10 | Methoden | | | | | | | | | 2 | 4 |
| S | Datenerhebung | 1 | 2 | | | | | | | 1 | 2 |
| S | Datenauswertung | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 |
| 11 | Medien- und Marktforschung | | | | | | | | | 3 | 5 |
| V | Mediennutzung und -statistik | | | 2 | 3 | | | | | 2 | 3 |
| S | Tracking, Analytics und Big Data | | | | | 1 | 2 | | | 1 | 2 |
| 12 | Operatives Management | | | | | | | | | 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 | | | | | | | | | 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 | | | | | | | | | 0 | 9 |
| | Wahlpflicht | ** | 3 | ** | 3 | ** | 3 | | | ** | 9*** |
| 15 | Abschlussmodul | | | | | | | | | 2 | 30 |
| K | Masterkolloquium | | | | | | | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | Masterarbeit | | | | | | | | 27 | 0 | 27 |
| | Disputation | | | | | | | | 1 | 0 | 1 |
| Gesamt | | 15 | 30 | 11 | 30 | 11 | 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 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 |