

# Modulhandbuch

für den

Masterstudiengang

**Kultur- und Musikmanagement**

(Master of Arts)

# Inhalt

1. Modul Kultur in Geschichte und Gegenwart.....	3
2. Modul Kulturpolitik .....	5
3. Modul Kultur- und Musikvermittlung .....	7
4. Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre.....	9
5. Modul Kulturmanagement .....	11
6. Modul Leadership und Unternehmensführung .....	13
7. Modul Cultural Entrepreneurship .....	15
8. Modul Kulturmarketing und -kommunikation .....	17
9. Modul Kulturfinanzierung .....	19
10. Module Recht I+II .....	21
11. Modul Cultural Entrepreneurship Lab.....	24
12. Modul FORWARD Künstlervermittlung und Kulturberatung.....	26
13. Modul Experience & Networking .....	27
14. Modul Abschlussmodul .....	29
Impressum.....	31

Stand: ab Wintersemester 2019/20

## 1. Modul Kultur in Geschichte und Gegenwart

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Kultur in Geschichte und Gegenwart«</b>				<b>Modulverantwortliche: Ines M. Schneider</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1	jährlich zum Wintersemester	1 Sem.	Pflicht	8	Gesamt: 240 h Präsenzstudium: 78,75 h Selbststudium: 71,25 h Prüfungsvorbereitung: 90 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>					
Modulprüfung: Hausarbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Stilepochen, Komponisten und Gattungen der europäischen Kunstmusik zu erkennen, zu unterscheiden und in einen kulturhistorischen Gesamtzusammenhang einzuordnen. Sie können zentrale Theorien und Dimensionen popkultureller Phänomene der Gegenwart und Vergangenheit verstehen und für eine Tätigkeit im Kulturbereich nutzbar machen. Die Studierenden lernen ästhetische Erfahrungen in einen kulturellen Gesamtzusammenhang einzuordnen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Entwicklung der Organisation des Tonmaterials von den Anfängen der europäischen Kunstmusik ab der Zeitenwende bis in die Gegenwart, die der Bildung von musikalischen Stilen, Formen, Gattungen und Inhalten zugrunde liegt. Schwerpunkte liegen dabei auf wesentlichen Stilepochen, Komponisten und Gattungen und erlauben Ausblicke auf entsprechende kulturgeschichtliche Themen und Fragestellungen</li> <li>• Einblicke in das Fach »Populäre Kulturen« von der Vergangenheit bis zur Gegenwart über unterschiedliche historische, kultur-, medien- wie sozialwissenschaftliche Ansätze</li> <li>• Inhaltliche Vorbereitung, Besuch und Nachbesprechung von Aufführungen in Oper, Theater und/oder Konzert</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Übung mit Exkursionen</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent/Dozentin</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Prof. Gerd Uecker	Musik- und Kulturgeschichte im Überblick (V)	2
Matthias Müller	Populäre Kulturen (V)	2
Dominik Frank, Dr. Claudia Küster, Prof. Harald Lillmeyer, Kathrin Strobel	Ästhetische Praxis (Ü)	3

## 2. Modul Kulturpolitik

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Kulturpolitik«</b>			<b>Modulverantwortliche: Ines M. Schneider</b>		
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1 & 2	jährlich zum Winter- & Sommersemester	2 Sem.	Pflicht	4	Gesamt: 120 h Präsenzstudium: 56,25 h Selbststudium: 33,75 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert. Für die Teilnahme an Kulturpolitik II ist die abgeschlossene Teilnahme an Kulturpolitik I Voraussetzung.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>					
Modulprüfung: Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6% Testat für die Lehrveranstaltung »Kulturpolitische Planspiele«, Anwesenheitspflicht 80%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, in Kenntnis nationaler wie internationaler politischer und gesellschaftlicher Strukturen sowie relevanter Fragestellungen eigenständig kulturpolitische Zielsetzungen zu entwickeln und Strategien zu deren Umsetzung zu entwerfen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung unterschiedlicher kulturpolitischer Ansätze und Problemstellungen sowie von Strukturen, Entscheidungs- und Steuerungsmechanismen der öffentlichen und gesellschaftlichen Träger und Gestalter von Kultur- und Musikpolitik in Deutschland sowie im europäischen und internationalen Kontext</li> <li>• Auseinandersetzung mit aktuellen kulturpolitischen Fragestellungen unter Darlegung des Diskussionsstandes und ihrer musikpolitischen Relevanz</li> <li>• Übungen mit prominenten kulturpolitischen Akteuren auf Bundes-, Länder- und Kommunalebene</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Übung</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Prof. Martin Maria Krüger	Kulturpolitik in Deutschland, Europa und im internationalen Vergleich I (V)	2 (nur 1. Semester)
Prof. Martin Maria Krüger	Kulturpolitik in Deutschland, Europa und im internationalen Vergleich II (V)	2 (nur 2. Semester)
N.N. (verschiedene Gastdozent*innen)	Kulturpolitische Planspiele (Ü)	1 (nur 2. Semester)

### 3. Modul Kultur- und Musikvermittlung

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Kultur- und Musikvermittlung«</b>				<b>Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1 & 2	jährlich zum Winter- & Sommersemester	2 Sem.	Pflicht	6	Gesamt: 195 h Präsenzstudium: 67,5 h Selbststudium: 37,5 h Prüfungsvorbereitung: 90 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>					
Modulprüfung: Hausarbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, einen Spielplan bzw. ein künstlerisches Programm zu entwerfen. Ferner sind die Studierenden qualifiziert, eine Kulturmarke strategisch zu planen und zu führen. Darüber hinaus beherrschen die Studierenden wesentliche Modelle für die Vermittlung künstlerischer Inhalte an bestehende und zu gewinnende Besucher.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Markentheorie anhand von Praxisbeispielen aus dem Kultursektor</li> <li>• Grundbegriffe wie Markenwert, Markenstrategie, Markenführung und Markenkommunikation werden erklärt und an Praxisbeispielen erarbeitet und vertieft</li> <li>• Vermittlung von Fachwissen für die Entwicklung von Spielplänen und Programmen unter Berücksichtigung von künstlerischen, wirtschaftlichen und sonstigen Rahmenbedingungen</li> <li>• Einführung in die Tools und Methoden für die Programm- und Spielplangestaltung in unterschiedlichen Branchen anhand von Praxisbeispielen</li> <li>• Ansätze und Instrumente zur Vermittlung von künstlerischen Inhalten an spezifische Zielgruppen inkl. der Segmentierung von Besucherstrukturen wie auch pädagogischer Vermittlungsmodelle</li> <li>• Überblick von Besucherentwicklungen und Trends in unterschiedlichen Kulturbranchen anhand von ausgewählten Praxisbeispielen</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisseminar</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Sven Kielgas / N.N. (Gastdozent*innen)	Profil- und Markenbildung (PxS)	2 (nur 2. Semester)
Dr. Claudia Küster / Kathrin Strobel	Dramaturgie- und Programmgestaltung (PxS)	2 (nur 1. Semester)
Karla Hirsch	Vermittlungsmodelle und Audience Development (PxS)	2 (nur 2. Semester)



#### 4. Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre«</b>			<b>Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg</b>		
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1, 2 & 3	jährlich zum Winter- & Sommersemester	3 Sem.	Pflicht	7	Gesamt: 210 h Präsenzstudium: 67,5 h Selbststudium: 97,5 h Prüfungsvorbereitung: 45 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulteilprüfungen: a) »Einführung in die BWL/Betriebswirtschaftliches Denken«, Klausur (90 Min.), benotete Prüfungsleistung; prozentualer Anteil an der Gesamtnote 2% b) »Rechnungswesen und Controlling«, Klausur (90 Min.), benotete Prüfungsleistung; prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3% c) »Finanzierung und Investitionsrechnung«, Klausur (90 Min.), benotete Prüfungsleistung; prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre verinnerlicht und sind in der Lage, deren wesentliche Instrumente in ihrer speziellen Ausprägung für den Kulturbereich anzuwenden.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliches Denken</li> <li>• Institutionen im Wirtschaftskreislauf</li> <li>• Strategie und strategisches Management</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Funktionen</li> <li>• Organisation der Wertschöpfung</li> <li>• Doppik versus Kameralistik</li> <li>• Grundlagen der Kostenträger, Kostenstellen und Kostenartenrechnung</li> <li>• Deckungsbeitragsrechnung</li> <li>• Instrumente des operativen und strategischen Controlling</li> <li>• Absatz- und Erlöscontrolling</li> <li>• Produktionscontrolling</li> <li>• Kennzahlen/Berichtswesen</li> <li>• Finanzwirtschaftliche Grundbegriffe</li> <li>• Finanzierungsarten</li> <li>• Finanzwirtschaftliche Analyse und deren Kennzahlen</li> </ul>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionen als Grundaufgabe des Wirtschaftens</li> <li>• Verfahren der Investitionsrechnung</li> <li>• Vergleich der betriebswirtschaftlichen Steuerung von kulturellen Non-Profit-Unternehmen zu privatwirtschaftlichen Unternehmen an zahlreichen Beispielen</li> </ul>		
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Praxisseminar</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Matthias Notz	Betriebswirtschaftliches Denken (V)	2 (nur 1. Semester)
Matthias Notz	Rechnungswesen und Controlling (PxS)	2 (nur 2. Semester)
Matthias Notz	Finanzierung und Investitionsrechnung (PxS)	2 (nur 3. Semester)

## 5. Modul Kulturmanagement

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Kulturmanagement«</b>				<b>Modulverantwortliche: Ines M. Schneider</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1 & 2	jährlich zum Winter- & Sommersemester	2 Sem.	Pflicht	7	Gesamt: 210 h Präsenzstudium: 67,5 h Selbststudium: 112,5 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulteilprüfungen: a) »Einführung ins Kulturmanagement« (Hausarbeit oder Klausur oder Essay oder Präsentation), benotete Prüfungsleistung; prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3% b) »Kulturökonomie« (Hausarbeit oder Klausur oder Essay oder Präsentation), benotete Prüfungsleistung; prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden die Grundbegriffe und wesentlichen Ansätze und Theorien des Kulturmanagements sowie die Mechanismen kultureller Märkte und Produkte. Sie sind in der Lage, Themen und Felder des Kulturmanagements zu bearbeiten und (empirisch) zu erforschen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Betätigungsfelder des Kulturmanagement, die Grundbegriffe und Forschungsfelder sowie Vorstellung der wissenschaftlichen Vertreter des jungen Fachs</li> <li>• Theoretische Auseinandersetzung mit den interdisziplinären Kompetenzen und Rahmenbedingungen für die erfolgreiche Führung eines Kulturbetriebs</li> <li>• Grundlegende Methoden und Instrumente empirischer Forschung im Kulturbetrieb. Die wichtigsten qualitativen und quantitativen Methoden werden gelehrt und anhand praktischer Beispiele geübt</li> <li>• Ökonomische Betrachtung von Kunst und Kulturgütern und deren Marktmechanismen. Die Auswirkungen von Kulturangebot, Kulturkonsum und Kulturkonsumenten werden aus volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive analysiert und bewertet</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminar (Hinweis: Das Seminar „Einführung in das Kulturmanagement“ findet als E-Learning Veranstaltung der Virtuellen Hochschule Bayern statt)</li> <li>• Übung</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Ines M. Schneider	Einführung in das Kulturmanagement (S)	2 (nur 1. Semester)
Prof. Dr. Christopher Balme	Kulturökonomie (S) [Anmerkung: das Seminar Kulturökonomie wird 2-jährlich angeboten. Abhängig vom Jahrgang wird das Seminar im 1. oder 3. Semester belegt.]	2 (nur 1. Semester)
Magdalena Kempa	Methoden empirischer Kulturforschung (Ü)	2 (nur 2. Semester)

## 6. Modul Leadership und Unternehmensführung

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »Leadership und Unternehmensführung«			Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg		
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1 & 3	jährlich zum Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	9	Gesamt: 270 h Präsenzstudium: 112,5 h Selbststudium: 127,5 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6% Testate für die Lehrveranstaltungen »Rhetorik/Präsentationstechniken/Moderation« und »Konfliktmanagement/Führungstechniken«, Anwesenheitspflicht 80%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Führung eines Kulturbetriebs erfordert spezielle Instrumentarien und persönliche »Skills«, die im Rahmen des Moduls vermittelt und entwickelt werden. Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation des Kulturunternehmens bilden die Basis. Darauf aufbauend werden Methoden der Mitarbeiterführung, -motivation, und -entwicklung vermittelt. Persönliche Fähigkeiten wie Konfliktmanagement, Führungstechniken, überzeugendes Präsentieren und Teammoderation werden entwickelt und geübt.</p> <p>Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden die strukturellen Voraussetzungen für die erfolgreiche Führung eines Kulturbetriebs und haben ihre persönlichen Führungsfähigkeiten weiterentwickelt.</p>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellung und Diskussion von Organisationstheorien und -modellen. Dies umfasst z.B. die Gestaltung und Abgrenzung von Verantwortungsbereichen, Hierarchien, Schnittstellen und Reportingmechanismen. Zudem werden Erfolgsfaktoren für organisatorische Veränderungsprozesse (Change Management) erörtert und auf den Kulturbetrieb übertragen.</li> <li>• Personalauswahl, -entwicklung und -motivation. Unterschiedliche Führungsstile werden vermittelt und diskutiert und auf den Kulturbetrieb angewendet.</li> <li>• In Workshops zu den Themen Kommunikation, Präsentation, Rhetorik, Führung und Konfliktmanagement bietet die Übung den Studierenden die Gelegenheit zur Entwicklung wichtiger Soft Skills für ihr weiteres Studium und den späteren Beruf.</li> </ul> <p><u>Kommunikation:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welcher Kommunikationstyp bin ich? Wie verhalte ich mich in Teams? Welche Rolle übernehme ich dabei? Selbstbild-/Fremdbildanalysen und Stärke-/Schwächeprofile werden einzeln und in Teams erarbeitet und umgesetzt.</li> </ul> <p><u>Präsentation:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau, Struktur und technische Umsetzung von Inhalten mit Hilfe von Präsentationssoftware.</li> </ul>					

<p><b>Rhetorik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Rhetorik, Analyse und Übungen zu verschiedenen Präsentationssituationen; Wie trete ich überzeugend auf? Wie setze ich Stimme und Körpersprache richtig ein? Worauf kommt es bei einer "guten" Rede an? Methoden zum Umgang mit Lampenfieber.</li> </ul> <p><b>Führung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen für menschenorientierte Führung und Motivation. Wozu Führung? Welche Führungstechniken gibt es? Was für ein Führungstyp bin ich? Welche Werte vertrete ich? Wie kann ich mein Team motivieren?</li> <li>• Projektmanagement und wesentliche Projektmanagementtools wie Zieldefinition, Projektplanung und -organisation, Projektcontrolling und -evaluierung sowie Grundlagen wissenschaftlicher Arbeitstechniken im Kulturmanagement.</li> </ul>		
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisseminar</li> <li>• Seminar</li> <li>• Übung</li> </ul>		
Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Sophie Drozdzewski & Gastdozent*innen	Organisation (S)	2 (nur 3. Semester)
Sonja Kugler/ Mariella Stockkamp	Leadership und Personalmanagement (PxS)	2 (nur 3. Semester)
Daniel Finkernagel	Rhetorik/Präsentationstechniken/Moderation (Ü)	2 (nur 1. Semester)
Sonja Kugler/ Mariella Stockkamp	Konfliktmanagement/Führungstechniken (Ü)	2 (nur 3. Semester)
Prof. Maurice Lausberg/ Ines M. Schneider	Projektmanagement und Arbeitstechniken (Ü)	2 (nur 1. Semester)

## 7. Modul Cultural Entrepreneurship

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Cultural Entrepreneurship«</b>				<b>Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1 & 3	jährlich zum Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	7	Gesamt: 210 h Präsenzstudium: 67,5 h Selbststudium: 52,5 h Prüfungsvorbereitung: 90 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Hausarbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden die Beschaffenheit und Entwicklungen der wesentlichen Musikmärkte sowie deren Unternehmen und Institutionen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, eine Geschäfts- oder Projektidee von der Vision, über die Strategie bis zum Businessplan zu planen und umzusetzen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Märkte, Institutionen und Geschäftsmodelle des Kultur- und Musiksektors, über die Größe und Struktur der Märkte, mögliche Beschäftigungsfelder, Marktentwicklungen, Trends und Zukunftsaussichten, über Institutionsziele, Organisationsstrukturen, Prozesse und Abläufe, Finanzen und Kennzahlen sowie Erfolgsfaktoren, Trends und Herausforderungen der unterschiedlichen Institutionen und Unternehmen.</li> <li>• Überblick über das Thema Businessplanung: Angefangen von der Vision, über das Entwickeln von Zielen und Strategien bis hin zu den einzelnen Bestandteilen eines Businessplans werden alle zentralen Themen behandelt. Anhand von Fallbeispielen werden Wege aufgezeigt, wie bei der Businessplanung konkret vorgegangen wird.</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Seminar</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
N.N. (verschiedene Gastdozent*innen)	Märkte, Institutionen und Geschäftsmodelle I (V)	2 (nur 1. Semester)
N.N. (verschiedene Gastdozent*innen)	Märkte, Institutionen und Geschäftsmodelle II (V)	2 (nur 3. Semester)
Prof. Maurice Lausberg	Vision, Strategie und Businessplanung (S)	2 (nur 1. Semester)



## 8. Modul Kulturmarketing und -kommunikation

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »Kulturmarketing und -kommunikation«			Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg		
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1, 2 & 3	jährlich zum Winter- & Sommersemester	3 Sem.	Pflicht	8	Gesamt: 270 h Präsenzstudium: 101,25 h Selbststudium: 138,75 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulteilprüfungen: a) »Produktgestaltung, Werbung und Vertrieb«, Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3% b) »PR und Öffentlichkeitsarbeit«, Klausur oder Essay oder Präsentation, benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 3%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kulturelle Inhalte und Produkte erfolgreich zu vermarkten und zu kommunizieren.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Marketings in Theorie und Praxis. Von den Methoden der Marktforschung, der Betrachtung des Wettbewerbs, der Gestaltung von Angeboten inklusive Preis-, Vertriebs- und Kommunikationspolitik, bis hin zur Kreation von Werbe- und Vertriebskampagnen, werden alle Aspekte des Marketingmanagement-Prozesses in ihrer Ausprägung für den Kulturbetrieb untersucht.</li> <li>• Grundlagen interner und externer Kommunikation.</li> <li>• Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Instrumente sind unter anderem: Pressemitteilung, Pressekonferenz, Agendasetting, Kommunikationscontrolling, Strategie und Krisenmanagement, online PR/Kommunikation und Social Media.</li> <li>• Grundlagen Online-Marketing und Vertrieb.</li> </ul>					
<b>Wahlpflichtfach:</b>					
<u>Medienforschung: Medien und Öffentlichkeit:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienstatistik, Hörer- User-, Zuschauer-Forschung</li> <li>• Kompetenter Umgang mit Research-Daten</li> <li>• Musikjournalismus im Spannungsfeld von TV-Quoten, Media-Analysen und Zugriffszahlen</li> <li>• Medien in der Wahrnehmung der Mediennutzer</li> <li>• Eigenschaften von Zielgruppen, Typologien und Nutzerverhalten</li> </ul>					

<i>Oder</i>		
<u>Trimediale Musikvermittlung und Musikverwertung</u>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trimediale Musikvermittlung und Musikverwertung in der Medienpraxis</li> <li>• Crossmediale und nonlineare Kommunikation</li> <li>• Musikplattformen, Musikmarketing und Netzwerke im Web 2.0</li> </ul>		
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisseminar</li> <li>• Praxisseminar</li> <li>• Vorlesung</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Dr. Matthias Schloderer	Produktgestaltung, Werbung und Vertrieb (PxS)	2 (nur 1. Semester)
Markus Feigelbinder	Online-Marketing (PxS)	1 (nur 2. Semester)
Hanna Hellenbroich-Schrader & Gastdozent*innen	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PxS)	2 (nur 3. Semester)
Prof. Dr. Frizz Lauterbach Prof. Dr. Michael Schmidt	Trimediale Musikvermittlung und Musikverwertung (PxS)	2 (nur 2. Semester)
Michael Koch	<i>oder</i> Medienforschung: Medien und Öffentlichkeit (V)	

## 9. Modul Kulturfinanzierung

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Kulturfinanzierung«</b>			<b>Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg</b>		
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1 & 2	jährlich zum Winter- & Sommersemester	2 Sem.	Pflicht	4	Gesamt: 120 h Präsenzstudium: 45 h Selbststudium: 45 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Neben der öffentlichen Kulturfinanzierung werden in Deutschland verschiedene Formen der privaten Kulturfinanzierung voneinander abgegrenzt. Die Unterscheidung stellt sich inhaltlich wie auch rechtlich und steuerlich dar, wobei sich vor allem in der praktischen Umsetzung vielfältige Überschneidungen ergeben. Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden die wesentlichen Instrumente der öffentlichen und privaten Kulturfinanzierung in Deutschland. Sie sind in der Lage, Strategien und Konzepte für die erfolgreiche Finanzierung von Kulturprojekten, -institutionen und -unternehmungen zu entwickeln.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Geschichte der Kulturfinanzierung und die maßgeblichen Instrumente der öffentlichen und privaten Kulturförderung. Ein internationaler Vergleich zeigt Ansatzpunkte und Lösungsstrategien anderer Länder im Bereich der Kulturfinanzierung auf.</li> <li>• Vermittelt werden Kenntnisse der europäischen Geschichte der Kulturfinanzierung mit dem Themenschwerpunkt Deutschland, Kenntnisse der Träger sowie der maßgeblichen Instrumente der öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland, Kenntnisse über die Möglichkeiten der Eigenfinanzierung von Kulturinstitutionen, der privaten Kulturfinanzierung sowie Modelle der Mischformen öffentlicher und privater Kulturfinanzierung.</li> <li>• Vertiefung von Methoden und Instrumenten des Sponsoring und Fundraising anhand praktischer Übungen und Expertenbeiträgen.</li> </ul>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisseminar</li> <li>• Vorlesung</li> </ul>					

<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Dr. Stefan Stolte	Öffentliche und private Kulturfinanzierung (V)	2 (nur 1. Semester)
Prof. Maurice Lausberg & Gastdozent*innen	Kultursponsoring & Fundraising (PxS)	2 (nur 2. Semester)

## 10. Module Recht I+II

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Recht I«</b>				<b>Modulverantwortliche: Ines M. Schneider</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2	jährlich zum Sommersemester	1 Sem.	Pflicht	4	Gesamt: 120 h Präsenzstudium: 33,75 h Selbststudium: 56,25 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
Bestandenes Eignungsverfahren; Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Das Modul Recht I vermittelt den Studierenden die relevanten rechtlichen Grundlagen für Aufgaben- und Fragestellungen aus dem Bereich des Kulturmanagements.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeines Vertrags- und Schuldrecht</li> <li>• Künstlersozialversicherungsrecht</li> <li>• Marken- und Wettbewerbsrecht</li> <li>• Urheber- und Leistungsschutzrecht</li> <li>• Theater- und Orchesterrecht</li> </ul> <p>Die Übung vertieft die Inhalte der Vorlesung durch praktische Übungen, in denen die Studierenden lernen, die rechtlichen Grundlagen in ihrem Zusammenhang zu verstehen und anzuwenden.</p>					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Übung</li> </ul>					

Lehrveranstaltungen		
Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dr. Stefan Stolte Dr. Manuel Jäger Dr. Roland Schwab	Rechtsgrundlagen I (V)	2
Dr. Stefan Stolte Dr. Manuel Jäger Dr. Roland Schwab	Rechtspraxis I (Ü)	1

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »Recht II«				Modulverantwortliche: Ines M. Schneider	
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	jährlich zum Wintersemester	1 Sem.	Pflicht	4	Gesamt: 120 h Präsenzstudium: 33,75 h Selbststudium: 56,25 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
Voraussetzungen für die Teilnahme (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.</li> <li>Für die Teilnahme an Recht II ist die abgeschlossene Teilnahme an Recht I Voraussetzung.</li> </ul>					
Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Klausur (180 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 6%					
Qualifikationsziele					
Das Modul Recht II vermittelt den Studierenden die relevanten rechtlichen Grundlagen für Aufgaben- und Fragestellungen aus dem Bereich des Kulturmanagements.					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Allgemeines Vertrags- und Schuldrecht</li> <li>Veranstaltungs- und Versammlungsstättenrecht</li> <li>Umsatzsteuerrecht im Kulturbetrieb</li> <li>Theater- und Orchesterrecht</li> <li>Steuer- und Abgabenrecht im Kulturbetrieb</li> </ul>					

- Arbeits- und Bühnenrecht
- Gesellschaftsrecht

Die Übung vertieft die Inhalte der Vorlesung durch praktische Übungen, in denen die Studierenden lernen, die rechtlichen Grundlagen in ihrem Zusammenhang zu verstehen und anzuwenden.

#### Lehr- und Lernmethoden

- Vorlesung
- Übung

#### Lehrveranstaltungen

Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dr. Stefan Stolte Dr. Roland Schwab Dr. Jens Michow	Rechtsgrundlagen II (V)	2
Dr. Stefan Stolte Dr. Roland Schwab Dr. Jens Michow	Rechtspraxis II (Ü)	1

## 11. Modul Cultural Entrepreneurship Lab

<b>Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)</b>					
<b>Modul »Cultural Entrepreneurship Lab«</b>				<b>Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2 & 3	jährlich zum Sommer- & Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	11	Gesamt: 328,75 h Präsenzstudium: 73,75 h Selbststudium: 165 h Prüfungsvorbereitung: 90 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.</li> <li>• Für die Teilnahme an Lab II ist die abgeschlossene Teilnahme an Lab I Voraussetzung.</li> </ul>					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulteilprüfungen: a) »Findung, Recherche und Strategie einer Geschäftsidee«, mündlich-praktisch (30 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 4% b) »Businessplan«, schriftlich (Bearbeitungszeit 4 Wochen) und mündlich-praktisch (30 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote für jeden Prüfungsteil 4% Testate für die Lehrveranstaltungen »Lab I« und »Lab II«, Anwesenheitspflicht 80%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eine kulturelle Geschäfts-/Projektidee von der Ideenfindung bis zur praktischen Umsetzung/ Gründung zu erarbeiten sowie mündlich und schriftlich erfolgreich zu präsentieren.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<u>Lab I:</u> Im ersten Teil des Cultural Entrepreneurship Labs erarbeiten die Studierenden in Teams eine kulturelle Geschäfts- oder Projektidee. Nach der Teambildung und Ideenfindung werden Markt, Wettbewerb und Finanzierungsmöglichkeiten recherchiert und analysiert. Die ausgearbeitete Geschäftsstrategie wird am Ende des Semesters präsentiert.					
<u>Lab II:</u> Im zweiten Teil des Cultural Entrepreneurship Labs wird die kulturelle Geschäfts-/Projektidee konkretisiert. Finanzierungsplanung, Umsatz- und Kostenplanung, Ressourcenplanung, Personalplanung und Zeitplanung werden erarbeitet am Ende des Semesters präsentiert und in Form eines Businessplans dargestellt.					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisprojekt</li> </ul>					



<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Lehrende</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Prof. Maurice Lausberg & Gastdozent*innen	Lab I (PP)	2,5 (nur 2. Semester)
Prof. Maurice Lausberg & Gastdozent*innen	Lab II (PP)	3,5 (nur 3. Semester)

## 12. Modul FORWARD Künstlervermittlung und Kulturberatung

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »FORWARD« »Künstlervermittlung und Kulturberatung«				Modulverantwortliche: Prof. Maurice Lausberg & Ines M. Schneider	
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2 & 3	jährlich zum Sommer- & Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	8	Gesamt: 240 h Präsenzstudium: 36 h Selbststudium: 204 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
keine					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Testate für die Lehrveranstaltungen »Forwart I« und »Forwart II«, Anwesenheitspflicht 80%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Erfahrung in der Organisation und Führung eines Unternehmens, in der Vermittlungsarbeit von Künstlern und praxisbezogener Projektarbeit im Team und mit externen Partnern.					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die firmenähnliche Teamkonstellation von Studierenden bearbeitet im Auftrag der Hochschule und externer Kulturinstitutionen Projekte in den Bereichen Künstlervermittlung, Veranstaltungsmanagement sowie Konzeptentwicklung. Zusätzlich zu der Projektarbeit übernehmen die Studierenden Aufgaben und Funktionen innerhalb von FORWARD Künstlervermittlung & Kulturberatung und sammeln so Erfahrung in der Organisation und Führung eines Unternehmens.					
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Praxisprojekt</li> </ul>					
<b>Lehrveranstaltungen</b>					
Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung			SWS	
Prof. Maurice Lausberg/ Ines M. Schneider	FORWARD I (PP)			1,5 (nur 2. Semester)	
Prof. Maurice Lausberg/ Ines M. Schneider	FORWARD II (PP)			1,5 (nur 3. Semester)	

### 13. Modul Experience & Networking

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »Experience & Networking«				Modulverantwortlicher: Prof. Maurice Lausberg	
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1, 2, 3 & 4	jährlich zum Sommer- & Wintersemester	4 Sem.	Pflicht	10	Gesamt: 60 h Präsenzstudium: 22,5 h Selbststudium: 37,5 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
keine					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulprüfung: Praktikums-/Projektbericht, schriftlich (Bearbeitungszeit 4 Wochen), mit »bestanden/nicht bestanden« bewertete Studienleistung					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Das Modul »Experience & Networking« bietet den Studierenden Gelegenheit, schon während des Studiums in den Erfahrungsaustausch mit Persönlichkeiten aus Kultur, Wirtschaft und Politik zu treten und so kontinuierlich den Bezug zur Praxis herzustellen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Kultur aktuell:</u> Das Kolloquium ist eine regelmäßig stattfindende Diskussionsplattform für aktuelle kulturelle und kulturpolitische Themen. Mindestens dreimal pro Semester werden Persönlichkeiten aus Kultur, Politik und Wirtschaft eingeladen, um in offener Atmosphäre mit den Studierenden aktuelle Themen zu diskutieren und Gelegenheit zur Kontaktaufnahme zu bieten.</p> <p><u>Learning from Leaders:</u> Das Kolloquium lässt die Studierenden unmittelbar an Wissen und Erfahrungen hochrangiger Persönlichkeiten aus Kultur, Politik und Wirtschaft teilhaben. Neben der Erfahrungsvermittlung, insbesondere in den Themengebieten Programmgestaltung/-vermittlung sowie Aufbau und Führung von Kulturbetrieben, steht die Etablierung eines Netzwerks, das die Studierenden bei ihrem späteren Werdegang unterstützen und begleiten soll.</p> <p><u>Mentoring:</u> Die Studierenden suchen sich zu Beginn ihres Studiums einen Mentor aus der Kulturmanagement-Praxis, der sie vier Semester lang begleitet. In regelmäßigen Treffen sollen die Inhalte des Studiums reflektiert und die Karriereplanung diskutiert werden.</p> <p><u>Praktikum/Praxisprojekt:</u> Im Pflichtpraktikum sollen die Studierenden ihr Wissen über einen längeren Zeitraum hinweg anwenden. Das</p>					

Pflichtpraktikum kann in einer Institution oder einem Unternehmen mit Kulturbezug stattfinden, alternativ dazu ist die Durchführung eines Praxisprojektes in Kooperation mit einer Kulturinstitution möglich. Praktikum oder Praxisprojekt werden von den Studierenden durch einen Praktikumsbericht dokumentiert.

#### Lehr- und Lernmethoden

- Kolloquium
- Praxisprojekt

#### Lehrveranstaltungen

Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
N.N. (verschiedene Gastdozent*innen)	Kultur aktuell (K)	0,5 (Sem. 1-3)
N.N. (verschiedene Gastdozent*innen)	Learning from Leaders (K)	0,5 (Sem. 1-3)
Mentor*innen	Mentoring (K)	keine SWS-Angabe möglich
	Praktikum/Praxisprojekt (PP)	keine SWS-Angabe möglich

## 14. Modul Abschlussmodul

Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement (M. Arts)					
Modul »Abschlussmodul«			Modulverantwortliche: Prof. Maurice Lausberg & Ines M. Schneider		
Verwendbarkeit des Moduls: Masterstudiengang Kultur- und Musikmanagement					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	jährlich zum Sommersemester	1 Sem.	Pflicht	23	Gesamt: 690 h Präsenzstudium: 22,5 h Selbststudium: 667,5 h
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b> (Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme sowie der Vorbereitungsmöglichkeiten zur Teilnahme)					
keine					
<b>Prüfungsart / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
Modulteilprüfungen: a) Masterarbeit/Masterprojekt, schriftlich-praktisch (Bearbeitungszeit 17 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 18% b) Disputation, mündlich (30 Min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote 2%					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, selbstständig wissenschaftliche Fragestellungen aus dem Kulturmanagement zu generieren, auf Grundlage wissenschaftlicher Methoden und (empirischer) Erkenntnisse zu erarbeiten, zu reflektieren und in formal korrekter Weise darzustellen sowie überzeugend zu argumentieren.</p> <p>Spezifisches Lernziel der Masterarbeit/des Masterprojekts ist der Transfer des erworbenen Wissens über die Konzepte, Methoden und Theorien des Kulturmanagement. Dabei sollen die Studierenden die Befähigung unter Beweis stellen, auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden, selbständig eine Fragestellung aus dem Bereich des Kulturmanagement mit empirischen und/oder theoretischen Bezügen erarbeiten, reflektieren und in formal angemessener Weise darstellen zu können.</p> <p>Mit der Verteidigung der Masterarbeit/des Masterprojekts sollen die Studierenden die Befähigung unter Beweis stellen, die Ergebnisse der Masterarbeit mündlich überzeugend darstellen und argumentativ vertreten zu können.</p>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Masterkolloquium:</u> Das Masterkolloquium dient der wissenschaftstheoretischen Begleitung der Masterarbeit/ des Masterprojekts. Inhalt ist die Präsentation, Diskussion und Reflexion theorie- und forschungsrelevanter Fragestellungen im Zusammenhang mit der Masterarbeit/ dem Masterprojekt.</p> <p><u>Masterarbeit:</u> Das Thema der Masterarbeit/ des Masterprojekts muss einen Bezug zum Kultur- und Musikmanagement aufweisen, die Auswahl erfolgt in Absprache mit dem Betreuer. Die eigenständige Bearbeitung des Themas wird durch das Kolloquium wissenschaftlich und methodisch begleitet.</p>					

Lehr- und Lernmethoden		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolloquium</li> <li>• Schriftliche Arbeit (Masterarbeit)</li> <li>• Wissenschaftliches Streitgespräch (Disputation)</li> </ul>		
Lehrveranstaltungen		
Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Maurice Lausberg Ines M. Schneider	Masterkolloquium (K)	2
Verschiedene Lehrende	Masterarbeit	keine SWS-Angabe möglich
Verschiedene Lehrende	Disputation	keine SWS-Angabe möglich

## Erläuterungen

1. Hinweis zu den Prüfungen: Der Begriff »Studienleistung« wird dann benutzt, wenn es sich um eine Prüfung handelt, die nicht in die Gesamtnote eingerechnet wird. Eine »Studienleistung« kann benotet, oder aber mit »bestanden/nicht bestanden« bewertet werden. Der Begriff »Prüfungsleistung« wird dann verwendet, wenn die Prüfung benotet wird und diese Note zwingend in die Gesamtnote eingerechnet wird. Studien- und Prüfungsleistungen sind in den jeweiligen Fachprüfungs- und Studienordnungen transparent ausgewiesen.

2. Berechnung der studentischen Arbeitsbelastung (»Workload«):

1 ECTS entspricht einer Arbeitsbelastung von ca. 30 Stunden. Daraus ergibt sich die Gesamtbelastung aus (n ECTS x 30) h.

Das Präsenzstudium bezeichnet die Zeit, welche ein Studierender für die einzelnen Lehrveranstaltungen an der Hochschule für das jeweilige Modul aufwenden muss. Dabei wird von einer durchschnittlichen Unterrichtsdauer von 15 Wochen pro Semester ausgegangen, also (n SWS x 15) h.

Die Zeit für das Selbststudium ergibt sich aus der Differenz Gesamtbelastung /Präsenzstudium plus Prüfungsvorbereitung.

Für die Prüfungsvorbereitung werden bei Modulprüfungen 30 Zeitstunden angenommen, für Modulteilprüfungen 15 Zeitstunden reiner Lernzeit zusätzlich zum Selbststudium.

3. Abkürzungen:

ECTS	»European Transfer Credit System«
FPSO	Fachprüfungs- und Studienordnung
K	Kolloquium
LV	Lehrveranstaltung
M. Arts	Master of Arts
PxS	Praxisseminar
PP	Praxisprojekt
S	Seminar
Sem.	Semester
s.o.	siehe oben
s.u.	siehe unten
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung

## Impressum

Hochschule für Musik und Theater München  
Arcisstraße 12  
80333 München

Hinweis: Dieses Modulhandbuch besitzt keine Rechtsverbindlichkeit. Bei Abweichungen oder Unstimmigkeiten ist allein die Fachprüfungs- und Studienordnung in der Form ihrer amtlichen Bekanntmachung maßgeblich.