MODULHANDBUCH
Qualifikationsziele und Modulbeschreibungen

FÜR DEN MASTERSTUDIENGANG

Kulturjournalismus

Master of Arts

Bayerische Theaterakademie August Everding

Hochschule für Musik und Theater München

myt

Inhalt

Inhalt 2
Qualifikationsziele des Studiengangs 3
1. Kunst und Kultur 7
2. Kritiker*innen Labs: Kunst und Kultur im Diskurs 8
3. Modul Journalistische Tools I: Darstellungsformen 10
4. Modul Journalistische Tools II: Crossmediale Formate und Journalismus 4.0 11
5. Modul Werkstatt I: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Text 12
6. Modul Werkstatt II: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Audio-Video 14
7. Modul Werkstatt II: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Audio 15
8. Modul Werkstatt IV: Die eigene digitale Plattform 16
9. Modul Publizistik – Kommunikationswissenschaft 18
10. Modul Gründer*innen-Lab 19
11. Praxis und Netzwerken 21
12. Modul Abschlussmodul 23
Erläuterungen 25

Stand: 29.07.2026 (Version ab Wintersemester 2026/27)

Qualifikationsziele des Studiengangs

Im Masterstudiengang Kulturjournalismus erwerben die Studierenden Kompetenzen, die sie für ein erfolgreiches, verantwortungsvolles, qualitätsvolles und zukunftszugewandtes Handeln im Bereich des Kulturjournalismus qualifizieren. Im Mittelpunkt des Masterstudiengangs stehen der dynamische Wandel der Medien- und Kulturbranche im Zuge gesellschaftspolitischer und technologischer Transformationsprozesse. In einer praxisnahen, kooperativen und multiperspektivischen Ausbildung wird zeitgemäßes journalistisches und kulturelles Fachwissen vermittelt von Dozent*innen aus der Berufspraxis, wird die Kompetenz für kreative Entwicklungen befördert und werden zielgerichtet innovative praxistaugliche Projekte realisiert.

Der Studiengang fördert die kritische Auseinandersetzung mit künstlerischen, kulturellen, gesellschaftspolitischen sowie technologischen Phänomenen und Entwicklungen. Überdies zielt er auf die Aneignung und Weiterentwicklung überfachlicher Kompetenzen und Persönlichkeitsmerkmale. Mit dieser zielgerichtet berufsqualifizierenden Ausbildung bereitet der Masterstudiengang die Absolvent*innen umfassend auf eine innovative kulturjournalistische Tätigkeit und die Teilhabe am öffentlichen kulturellen Diskurs in herausgehobener Stellung vor und ebnet ihnen durch vielfältige Praxiserfahrung und Netzwerke den Berufseinstieg.

Das Studienangebot und die dazugehörigen Qualifikationen gliedern sich mit dem Ziel des Erwerbs von Sach-, Kommunikations- und Medienkompetenz in drei Teilbereiche: **„Kunst- und Kulturdiskurs“**, **„Journalistische Tools“** sowie **„Innovative Entwicklung und unternehmerisches Handeln“**.

Fachliche und überfachliche Kompetenzen

Kunst- und Kulturdiskurs

In diesem Bereich erlangen die Studierenden einen grundlegenden Überblick über verschiedene Definitionsansätze des Begriffs „Kultur“ sowie über aktuelle soziopolitische, technologische, ökologische Einflüsse auf kulturelle Praktiken (etwa durch Digitalisierung, Migration, Globalisierung, Klimawandel etc.). Sie erwerben damit als angehende Kulturjournalist*innen die Kompetenz, ihren Untersuchungsgegenstand „Kultur“ im Kontext der Gesellschaft zu reflektieren und zu definieren, um daraus die Verortung und Bedeutung ihrer journalistischen Praxis abzuleiten sowie in Kommunikation mit Medienunternehmen, Redaktionen, Kolleg*innen sowie der Öffentlichkeit den eigenen Auftrag als Kulturjournalist*in zu schärfen, zu behaupten und weiterzuentwickeln.

Zudem erweitern die Studierenden ihr grundlegendes Wissen in den verschiedenen Kunstdisziplinen – angefangen bei den kanonischen Künsten über nicht-kanonische Formen (Mode, Comic, Games) bis hin zur Kunst im digitalen Zeitalter (Krypto-Kunst, VR-Theater, KI-basierte Performances) sowie außereuropäischer Kunst. Sie lernen künstlerische Ausdrucksformen in die jeweiligen Kunst- und Rezeptionsgeschichten einzuordnen, ästhetische Ereignisse fachspezifisch zu beobachten, zu beschreiben, zu analysieren, zu beurteilen und ihre Beobachtungen zu verschriftlichen. Sie können zwischen Faktischem und Symbolischem vermitteln und erlangen mittels ihrer erworbenen Fähigkeiten in kritischer Analyse Kompetenzen der Weltbetrachtung, die sie über ihr Fachgebiet hinaus für die Arbeit in vielen Bereichen des Journalismus und der Kulturkommunikation qualifizieren.

Die Lehrangebote haben dabei dezidierten Labor-Charakter und vermitteln den Studierenden kreatives Denken und Handeln in Bezug auf journalistische Formen und Formaten. Zudem erlernen sie in Praxisphasen das Arbeiten in einem Redaktions-Kollektiv in rotierenden Zuständigkeiten (News-Chef*in, leitende*r Kulturredakteur*in, Personalbeauftragte*r etc.). Kooperationsprojekte mit der Theaterakademie August Everding sowie mit Studierenden künstlerischer Fächer an der HMTM ermöglichen darüber hinaus Einblicke in die Kunstproduktion.

Journalistische Tools

In diesem Bereich erlernen die Studierenden auf Grundlage eines kommunikationswissenschaftlichen Basiswissens das journalistische Handwerk in Vorbereitung auf die vielfältigen Tätigkeitsfelder für Kulturjournalist*innen auf einem dynamischen, innovativen Arbeitsmarkt. Sie trainieren sich in journalistischen Darstellungsformen (Text, Audio, Video), erwerben grundlegende Kenntnisse in crossmedialen und digitalen Formaten und Technologien sowie Plattformen und Apps. Sie lernen Aufbau, Einsatz und Nutzen zu analysieren und kritisch zu bewerten sowie deren Potenziale für einen Journalismus der Zukunft abzuwägen. Zudem erwerben sie Kenntnisse in Datenanalyse, im Einsatz KI-gestützter Technologien im Journalismus, im Journalismus der Dinge, Blockchain/NFTs im Journalismus sowie in innovativer Format-/ Produktentwicklung unter Anwendung eines Design-Thinking-Ansatzes. Zudem erwerben sie Recherche-Skills, erlangen Kenntnisse des Medienmarktes sowie der juristischen und ethischen Grundlagen des Journalismus.

In mehreren Werkstätten, Planspielen und Workshops mit hoher praktischer Eigenverantwortlichkeit lernen die Studierenden, das erworbene Wissen eigenständig in die Praxis zu überführen, sie produzieren durch Anwendung erlernter stilistischer und technischer Skills kulturjournalistische Beiträge (Text, Audio, Video) und publizieren diese auf einer eigenen öffentlichen Internetplattform. Dabei erlernen sie, verantwortungsbewusst, professionell und meinungsstark mit einer Öffentlichkeit zu kommunizieren.

Innovative Formatentwicklung und unternehmerisches Handeln

In diesem Bereich entwickeln die Studierenden eigenständig Ideen für neueste digitale Formate für die Medienbranche sowie ein Unternehmenskonzept. Wie könnte ein eigenes Media-Start-up im Bereich des Kulturjournalismus aussehen? Die Studierenden erwerben Fähigkeiten im Erstellen einer Marktanalyse, der Entwicklung eines Firmenmodells, lernen strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln, das Entwerfen eines Businessplans, Aspekte wie Fundraising sowie die Entwicklung von Vertriebs- und Marketingkonzepten. Der Bereich wird in Kooperation mit dem Studiengang Kultur- und Musikmanagement angeboten und in dessen „Cultural Entrepreneurship Lab“ integriert. Die Lehrveranstaltung folgt einem dezidierten interdisziplinären Laborcharakter, bei dem die Studierenden die Möglichkeit erhalten, mit Studierenden aus den Studiengängen Kulturmanagement, Digitale Kommunikation, aber auch mit Programmierer*innen, Designer*innen, Entwickler*innen zu kooperieren. Durch die erworbenen Skills erlangen die Studierenden ebenfalls die Fähigkeit, sich als freie*r Kulturjournalist*in auf dem Markt zu behaupten.

Insgesamt ermöglicht der hohe Praxisanteil der Lehre auf Basis handwerklicher und theoretischer Fähigkeiten eine individuelle Profibildung der Studierenden. Sie können eigene fachliche Schwerpunkte setzen (auf verschiedene Kunstgattungen, politisches Feuilleton, außereuropäische Kunst und Kultur, Digital Arts etc.), sich hinsichtlich der eingesetzten Medien und Technologien spezialisieren, individuelle zukünftige Berufsprofile wählen (Autor*in, Redakteur*in, Produktionsredakteur*in, Deskleiter*in, Entwickler*in, Moderator*in, Publizist*in, Social-Media-Redakteur*in, Community-Manager*in etc.) wie auch selbst zu Gründer*innen werden. Die Ausbildung im Masterstudiengang Kulturjournalismus fördert dezidiert kreatives Potenzial, um das eigene Berufsfeld permanent weiterzuentwickeln und eigenständig neue Berufsfelder zu erschließen.

Die Absolvent*innen erlangen dabei nicht nur die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit in den verschiedensten Bereichen des Kulturjournalismus und der Kulturkommunikation zu übernehmen, sondern werden auch zu interessierten, reflektierten, empathischen, verantwortungsvollen Persönlichkeiten herausgebildet, die in zivilgesellschaftlicher, politischer und kultureller Hinsicht als Journalist*innen eine zentrale Rolle einnehmen. Sie setzen sich für die Präsenz von Kunst und Kultur in der medialen Öffentlichkeit ein.

*An dieser Stelle erfolgt die studiengangsspezifische Darstellung des am sog. „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ (Master) orientierten Qualifikationsprofils der Absolvent*innen. Über die Kategorien „Wissen und Verstehen“, „Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen“, „Kommunikation und Kooperation“ sowie „Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität“ werden die Qualifikationsziele konkretisiert sowie das Abschlussniveau definiert.*

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung / Wissensvertiefung / Wissensverständnis

Absolvent*innen des Masterstudiengangs Kulturjournalismus haben ihr Wissen und Verstehen künstlerischer sowie kultureller Ereignisse und Phänomene vor dem Hintergrund aktueller Transformationsprozesse erweitert und vertieft. Sie wissen im Sinne eines erweiterten Kulturbegriffs um verschiedene Definitionsansätze von Kultur und haben sich umfangreiche Kenntnisse in gesamtgesellschaftlichen Diskursen verschafft.

Sie haben Einblicke in kommunikationswissenschaftliche Theorien und Strukturen des Medienmarktes erhalten sowie ihre journalistischen Skills im digitalen Zeitalter grundlegend vertieft und diversifiziert. Sie kennen die ganze Bandbreite der jeweils aktuellen medialen Technologien und wissen um deren ethische Implikationen und verantwortungsvollen Einsatz.

Sie kennen die unterschiedlichen Spielarten kulturjournalistischer Arbeit in verschiedenen Formaten, redaktionellen Zusammenhängen und Zuständigkeiten, haben durch Hospitanzen Praxiserfahrung gesammelt sowie durch eigene Recherchen und Projekte Einblicke in die Kunstproduktion, das Kulturmanagement und die Kulturvermarktung erhalten – auch durch Interaktion mit Studierenden anderer Studiengänge an der HMTM (inklusive der Kooperationsstudiengänge an der Theaterakademie).

Durch den hohen Anteil von Praxis- und Teamarbeit-Phasen haben die Absolvent*innen Erfahrung im Projekt- und Personalmanagement sowie Management-Skills zur Gründung eigener unternehmerischer Projekte gesammelt. Zudem haben sie sich durch den forschenden Ansatz des Studiums in Kreativ-, Innovations- und Entwickler-Techniken geübt.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Nutzung und Transfer

Die Arbeit eines*einer Journalist*in folgt in der Regel dem schnellen Puls der Zeit. Journalist*innen sind Beobachter*innen, Vermittler*innen und Analyst*innen aktueller Ereignisse. Der permanente Wandel, die Vermittlung zwischen Altem und Neuem, Tradition und Fortschritt, das Initiieren sowie kritische Reflektieren von Innovationen und Veränderungen definieren ihr tägliches Tun.

Absolvent*innen des Masterstudiengangs Kulturjournalismus sind auf Basis des erworbenen Wissens und der vermittelten methodischen, praktischen und persönlichen Skills in der Lage, sich permanent in neue, komplexe Zusammenhänge hineinzudenken. Sie verfügen über Fähigkeiten zur Aneignung neuen Wissens durch Recherche- und Interviewtechniken, können Themen evaluieren und validieren, für eine Öffentlichkeit medial inszenieren und bei Bedarf revidieren. An der Schnittstelle von Kunst, Kultur und Gesellschaft sind sie Expert*innen für interdisziplinäres, vernetztes Denken und können mühelos Transfers und Verknüpfungen herstellen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Arbeit eines*einer Kulturjournalist*in verläuft längst nicht mehr nur reaktiv im Sinne des Schreibens von Rezensionen und Berichten über künstlerische und kulturelle Ereignisse. Ein*e Kulturjournalist*in arbeitet aktiv, in dem er*sie eigene Themen entdeckt und setzt, eigene Diskussionsbeiträge entwickelt, um Material für neue Interpretationen von Kultur zu gewinnen. In diesem Sinne ist ein*e Kulturjournalist*in auch an der Erzeugung von Kultur beteiligt.

Als Beobachtende der Beobachtenden (Niklas Luhmann) reflektieren Kulturjournalist*innen ihr Medium als Teil der kulturellen Sphäre immer mit. Sie analysieren die Funktions- und

Wirkungsweise von Medien, gerade auch im Zuge transformierender Prozesse wie der Digitalisierung.

Die Absolvent*innen des Masterstudiengangs Kulturjournalismus sorgen vor diesem Hintergrund und auf Basis des im Studium vermittelten beweglichen Denkens (im Sinne von Analyse, Thesenbildung, ggf. Revision und Transfer) für eine ständige Erneuerung des Kulturdiskurses. Gleichzeitig treten sie als kreative, professionelle Entwickler*innen in Erscheinung, die mit neuen Themen und innovativen Formaten in Kenntnis von Publikum und Markt den Kulturjournalismus in die Zukunft führen.

Kommunikation und Kooperation

Kommunikation und Kooperation sind Grundvoraussetzungen für den Beruf des*der Kulturjournalist*in. Als Journalist*innen befinden sich die Absolvent*innen qua beruflicher Definition in permanentem fachlichen sowie interdisziplinären Austausch mit Protagonist*innen der Kunst- und Kulturszene sowie Vertreter*innen gänzlich anderer gesellschaftlicher Bereiche. Im Dialog mit der Öffentlichkeit binden sie die verschiedensten Menschen neugierig und offen in den Kulturdiskurs mit ein und sorgen damit für eine gelebte Diversität. Durch die zahlreichen gemeinsamen Praxisphasen während des Studiums verfügen die Absolvent*innen zudem über ein hohes Maß an Teambewusstsein, Kommunikationsstärke, Problembewusstsein, Stressresistenz sowie Strategien zur Konfliktlösung, wodurch sie es jederzeit verstehen, konstruktiv und situationsadäquat zu handeln.

Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität

Die Absolvent*innen folgen als Vertreter*innen der unabhängigen Presse in Deutschland den ethischen Richtlinien des Presse-Kodexes, wie ihn etwa der Deutsche Presserat formuliert (https://www.presserat.de/pressekodex.html). Darunter fallen normative Standards wie Wahrhaftigkeit, Objektivität, Neutralität, Sorgfalt, Achtung der Menschenwürde und des Persönlichkeitsrechts, Vertraulichkeit gegenüber Informanten/Quellen, Trennung von Redaktion und Werbung etc.

Absolvent*innen formulieren und reflektieren auf Grundlage dessen ihr professionelles berufliches Rollenbewusstsein im kulturellen Diskurs. Sie kennen die Verantwortung ihrer Tätigkeit als Kulturjournalist*innen in der Öffentlichkeit und wissen im Einsatz neuester Technologien ethisch und professionell zu handeln. Sie können Machtverhältnisse kritisch reflektieren und daraus ein gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln ableiten. Sie wirken durch ihr Tun einer Singularisierung der Gesellschaft (Andreas Reckwitz) entgegen, suchen Ausschlüsse zu verhindern und den öffentlichen Diskurs durch kontinuierliche Arbeit zu demokratisieren.

Gleichzeitig treten sie als kritisch-reflektierte Inkubator*innen neuester journalistischer Formate für die Medienbranche in Erscheinung und entwickeln ihr eigenes Berufsbild sowie die Branche permanent weiter.

1. Kunst und Kultur

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Kunst und Kultur«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 75 h Selbststudium: 75 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Hausarbeit (Bearbeitungszeit: 4 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 7 %

Angestrebte Lernergebnisse

In diesem Modul erlangen die Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Definitionsansätze des Begriffs „Kultur“ sowie über dessen aktuelle Wandlungsprozesse durch technologische, soziopolitische oder ökologische Einflüsse. Sie erwerben damit als angehende Kulturjournalist*innen die Kompetenz, ihren Untersuchungsgegenstand „Kultur“ im Kontext der Gesellschaft zu reflektieren und zu definieren, um daraus die Verortung und Bedeutung ihrer journalistischen Praxis abzuleiten sowie in Kommunikation mit Medienunternehmen, Redaktionen, Kolleg*innen sowie der Öffentlichkeit den eigenen Auftrag als Kulturjournalist*in zu schärfen, zu behaupten und weiterzuentwickeln.

Studieninhalte

- Einblick: Geschichte und Genese des Kulturbegriffs
- Analytische Untersuchung aktueller Transformationsprozesse unter Aspekten der Digitalisierung: Transformation kultureller Codes und Praktiken im digitalen und KI-Zeitalter, digitale Ethik
- Analytische Untersuchung aktueller Transformationsprozesse unter Aspekten soziopolitischer Einflüsse (z.B. Globalisierung, Migration, Emanzipations- und Partizipationsbewegungen, Kultur im Anthropozän etc.)

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung
- Seminar

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Sabrina Zwach	Worüber wir reden, wenn wir über Kultur reden: Variationen eines Begriffs (V)	1
Prof. Frizz Lauterbach, Prof. Dr. Michael Schmidt, Carolin Wiedemann u.a.	Kultur und Wandel I: Kultur im Digital- und KI-Zeitalter (S)	2
Georg Kasch, Andreas Ammer u.a.	Kultur und Wandel II: Soziopolitische Einflüsse (S)	2

2. Kritiker*innen Labs: Kunst und Kultur im Diskurs

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Kritiker*innen-Labs: Kunst und Kultur im Diskurs«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	3 Sem.	Pflicht	19	Gesamt: 570 h Präsenzstudium: 240 h Selbststudium: 330 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert.

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Mappe mit journalistischen Beiträgen, benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 10 %

Angestrebte Lernergebnisse

In diesem Seminar erweitern die Studierenden ihr grundlegendes Wissen in den verschiedenen Kunstdisziplinen – angefangen bei den kanonischen Künsten über nicht-kanonische Formen (Mode, Comic, Games) bis hin zur Kunst im digitalen Zeitalter (Krypto-Kunst, VR-Theater, KI-basierte Performances) sowie außereuropäischer Kunst. In Seminaren mit hohem Praxisanteil besuchen sie Theateraufführungen, Kinopremieren, Konzerte, Ausstellungen, Lesungen etc. Sie lernen, künstlerische Ausdrucksformen in die jeweiligen Kunst- und Rezeptionsgeschichten einzuordnen, ästhetische Ereignisse fachspezifisch zu beobachten, zu beschreiben, zu analysieren, zu beurteilen und ihre Beobachtungen in Form einer Kritik zu verschriftlichen. Ergänzend werden Kenntnisse im politischen Feuilleton vertieft.

Der dezidierte Labor-Charakter der Lehrveranstaltungen hat zum Ziel, das zusätzliche Experimentieren mit neuen medialen Formaten von Kunstkritik zu befördern. Im Planspiel Montagskonferenz lernen die Studierenden zudem das Arbeiten in einem Redaktions-Kollektiv in rotierenden Zuständigkeiten (News-Chef*in, leitende*r Kulturredakteur*in, Personalbeauftragte*r etc.). Über die Möglichkeit, Gäste einzuladen, erwerben die Studierenden zudem Einblicke in Change Management, Betriebs- und Personalführung, Prozessmanagement und Steuerung. Ein besonderer Fokus soll auf Themen wie Geschlechtergerechtigkeit und Diversity gelegt werden.

Studieninhalte

- Fähigkeiten in Analyse, Einordnung, Bewertung und Diskussion von Kunstwerken und künstlerischen Ausdrucksformen
- Fähigkeiten, Kunstwerke und künstlerische Ausdrucksformen mit anderen Wissensbereichen (Politik, Soziologie, Wissenschaft, Ökologie etc.) zu vernetzen
- Kenntnisse außereuropäischer Kunstdiskurse
- Kenntnisse im politischen Feuilleton
- Erwerb exzellenter sprachlicher Kompetenzen, stilsicheres Schreiben von Kritiken, Essays, Berichten
- Entwickeln neuer innovativer Formate für Kunstkritik / Kulturberichterstattung
- Fähigkeiten der Konferenzorganisation, Kommunikationsfähigkeit und Konfliktbewältigung
- Einblicke in Change Management, Betriebs- und Personalführung, Prozessmanagement und Steuerung, auch unter Aspekten von Diversity-Fragen

Lehr- und Lernformen

- Übung
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dorte Lena Eilers	Montagskonferenz (Ü)	1
Prof. Dorte Lena Eilers, Wiebke Hüster	Theater, Performance, Tanz (PxS)	3
Egbert Tholl, Jakob Biazza, Bastian Zimmermann	Klassische Musik, Musiktheater, Pop, Jazz, Musical (PxS)	3
Sofia Glasl, Fritz Göttler, Stefan Fischer, Philipp Bovermann	Film, Literatur, Hörspiel, Games (PxS)	3
Till Briegleb, Kia Vahland	Bildende Kunst, Design, Mode, Architektur (PxS)	3
Till Briegleb, Prof. Dr. Martin-Maria Krüger	Politisches Feuilleton und Kulturpolitik (PxS)	3

3. Modul Journalistische Tools I: Darstellungsformen

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Journalistische Tools I: Darstellungsformen«			**Modulverantwortliche*r: Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	3 Sem.	Pflicht	13	Gesamt: 390 h Präsenzstudium: 135 h Selbststudium: 255 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modul-Teilprüfung: Mappe mit journalistischen Beiträgen, benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 10 %;

Modul-Teilprüfung: Klausur (120 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 3 %

Angestrebte Lernergebnisse

In diesem Modul erlernen die Studierenden das journalistische Handwerk: Sie trainieren sich im Schreiben journalistischer Darstellungsformen wie Nachricht, Meldung, Bericht, Interview, Reportage (Storytelling), Feature, Kommentar, Glosse und Essay, eignen sich Qualitätskriterien für journalistische Beiträge an und sind auf Basis dessen fit im Redigieren bzw. Beurteilen von Beiträgen Dritter. Zudem erwerben sie Recherche-Skills (Umgang mit Informant*innen, erweiterte Online-Recherche, Facebook, Instagram und Twitter als News-Ticker, Fakten-Check/News Literacy, Quellenbewertung im Internet).

Studieninhalte

- Journalistischer Gattungen und Darstellungsformen
- Korrigieren / Redigieren / Lektorieren
- Recherche und Faktencheck

Lehr- und Lernformen

- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Benjamin Regler, Florian Haller	Informierende Darstellungsformen, Recherche und Faktencheck (PxS)	2
Prof. Dorte Lena Eilers, Michael Wende	Interpretierende Darstellungsformen I: Porträt, Feature, Interview (PxS)	2,5
Dr. Roman Deinigner, Josef Wirnshofer, Lena Kampf	Interpretierende Darstellungsformen II: Reportage und Investigation (PxS)	2,5
Stefan Fischer, Julia Rothaas	Meinungsäußernde Darstellungsformen (PxS)	2

4. Modul Journalistische Tools II: Crossmediale Formate und Journalismus 4.0

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul » Journalistische Tools II: Crossmediale Formate und Journalismus 4.0«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 90 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Präsentation – mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Absolvierung dieses Moduls besitzen die Studierenden Kenntnisse über alle crossmedialen und digitalen Formate und Technologien (wie Newsletter, Podcasts, audiovisuelle und interaktive Angebote) sowie Plattformen und Apps (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, Twitch, VRchat etc.), die im Journalismus jeweils aktuell Anwendung finden. Sie lernen Aufbau, Einsatz und Nutzen analysieren und kritisch bewerten sowie deren Potenziale für einen Journalismus der Zukunft abwägen. Zudem erwerben sie Kenntnisse in Datenanalyse, im Einsatz KI-gestützter Technologien, Journalismus der Dinge, Blockchain/NFTs im Journalismus sowie über Fallbeispiele in innovativer Format-/ Produktentwicklung unter Anwendung eines Design-Thinking-Ansatzes. Weiterhin eignen sie sich in Vorbereitung auf das Gründer*innen-Lab (Modul 10) ein Basiswissen in unternehmerischen Fragestellungen an (Schreiben eines Business-Plans).

Studieninhalte

- Kenntnisse digitaler Formate (Digitaltechnologien, Plattformen, Datenjournalismus, KI-basierte Technologien, Journalismus der Dinge, Blockchain/NFTs im Journalismus)
- Kenntnisse (Fallbeispiele) in innovativer Format-/ Produktentwicklung, Einblicke in die Methode des Design Thinkings
- Kenntnisse im Schreiben eines Business-Plans

Lehr- und Lernformen

- Seminar
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Britta Schönhütl	Crossmediale Medienproduktion: Technische Grundlagen (S)	1
Elisa Harlan	Datenjournalismus und KI-basierte Technologien (S)	1
Johanna Gentes, Prof. Maurice Lausberg	Medieninnovation und Businessplanung (PxS)	2

5. Modul Werkstatt I: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Text

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul » Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Text«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	zweijährlich zum Wintersemester, alternierend mit Modul 7	1 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 52,5 h Selbststudium: 97,5

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Präsentation – mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 7,5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Die Module 5 bis 8 vermitteln über ihren dezidierten Werkstattcharakter (Übung + Praxisprojekte) Einblicke in die Arbeit der verschiedenen Medienbereiche. Zentral sind dabei nicht nur Fähigkeiten im Erstellen eigener kulturjournalistischer Beiträge, sondern explizit auch der Kompetenzerwerb für die Arbeit als Redakteur*in.

Modul 5 qualifiziert die Studierenden für die Arbeit als Redakteur*in in der Kulturredaktion eines Medienhauses, dessen Zentrum die Publikation von Zeitungen, Zeitschriften und E-Papers ist, inklusive deren crossmedialer Aufbereitung. Sie lernen, Kulturthemen zu finden, für ein potenzielles Zielpublikum auszuwählen und in verschiedenen Darstellungsformen aufzubereiten. Sie erwerben Skills im Kuratieren von Beiträgen, der Betreuung externer Autor*innen, dem Layouten von Printprodukten und E-Papers (Bild/Text-Design) und vertiefen ihre Kenntnisse aus Modul 3 im Redigieren von Texten. Zudem erstellen sie Konzepte, wie ihre Inhalte crossmedial aufbereitet werden können und wie eine breitere Leser*innen-Community zu erreichen ist.

Studieninhalte

- Analyse verschiedener Print- und E-Paper-Zeitungen
- Einblicke in Layout / Design / Bildbearbeitung
- Technische Anforderungen E-Paper
- Entwurf eines Print-/E-Paper-Produktes
- Verfassen eigener Beiträge
- Redigieren von Texten Dritter
- Kuration externer Beiträge und Autor*innen
- Digital-Konzepte / multimediale Ausspielwege
- Vernetzung mit Leser*innen-Communitys

Lehr- und Lernformen

- Seminar
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**

Stefan Fischer	Das crossmediale Medienhaus • Schwerpunkt Text (Ü)	1
Prof. Dorte Lena Eilers	Entwurf eines Print-/E-Paper-Produktes + crossmediale Erweiterung (PP)	2,5

6. Modul Werkstatt II: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Audio-Video

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Audio-Video«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Michael Wende, Vera Brückner**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2	Jährlich zum Sommersemester	1 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 52,5 h Selbststudium: 97,5

Teilnahmevoraussetzung

Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Präsentation – mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 7,5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Absolvierung des Moduls 6 sind die Studierenden in der Lage, Bewegtbild-Formate zu produzieren, vom Snackable Content bis zum Magazinbericht. Sie sind sicher im Umgang mit verschiedenen Kameratechniken, vor allem dem Umgang mit der eigenen Handykamera (Mobile Reporting), sowie Videoschnittprogrammen. Sie haben gelernt, sich vor der Kamera zu präsentieren und zu sprechen. Zudem verfügen sie über Kenntnisse in allen audiovisuellen Darstellungsformen, der Bildgestaltung, dem visuellen Storytelling sowie über alle relevanten Ausspielkanäle (neben den klassischen Sendern bspw. YouTube, TikTok). Auch hier wird die crossmediale Distribution immer mitgedacht.

Studieninhalte

- Eigenständiger Umgang mit Kamera- und Schnitttechnik, auch in Form des Mobile Reportings
- Erlernen des Erzählens mit Bewegtbild
- Fähigkeiten im Texten für audiovisuelle Formate
- Eigenständige Umsetzung audiovisueller Darstellungsformen vom snackable Content für Social Media bis zum Magazinbeitrag
- Erlernen von Präsenz und Interviewtechniken vor der Kamera
- Kenntnisse und Umsetzung crossmedialer Distribution

Lehr- und Lernformen

- Übung
- Praxisprojekt

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Vera Brückner	Das crossmediale Medienhaus • Schwerpunkt Audio-Video (Ü)	1
Prof. Michael Wende	Erstellen eines Videobeitrags + crossmediale Erweiterung (PP)	2,5

7. Modul Werkstatt II: Das crossmediale Medienhaus – Schwerpunkt Audio

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Präsentation und Distribution auf digitalen Plattformen«			**Modulverantwortliche*r: Christoph Leibold, Hendrik Heinze**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3	zweijährlich zum Wintersemester, alternierend mit Modul 5	1 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 52,5 h Selbststudium: 97,5

Teilnahmevoraussetzung

Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Präsentation – mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 7,5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Modul 7 qualifiziert die Studierenden für die Arbeit in einem Medienhaus oder einer Produktionsfirma für journalistische Audioprodukte. Sie erlernen alle technischen Skills, um Audioformate herzustellen, erwerben Kenntnisse in den spezifischen Darstellungsformen des Radio-/Audiojournalismus, können „fürs Ohr“ texten und werden geschult in Sprechtechnik sowie der Moderation von Sendungen, Podcasts und Diskussionsrunden. Zudem lernen sie, Audioinhalte crossmedial zu denken.

Studieninhalte

- Darstellungsformen Radio-/Audiojournalismus
- Eigenständiger Umgang mit Aufnahmetechnik, Audio-Schnitt, Sound-Design
- Fähigkeiten im Texten „fürs Ohr“
- Erlernen und anwenden von Interview-, Moderations- und Präsentationstechniken
- Kenntnisse und Umsetzung crossmedialer Distribution
- Produktion von Audiobeiträgen oder eines Podcasts

Lehr- und Lernformen

- Übung
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Christoph Leibold, Hendrik Heinze, Carola von Seherr-Thoss	Das crossmediale Medienhaus • Schwerpunkt Audio (Ü)	1
Christoph Leibold, Hendrik Heinze	Produktion von Audiobeiträgen / eines Podcasts + crossmediale Erweiterung (PP)	2,5

8. Modul Werkstatt IV: Die eigene digitale Plattform

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Die eigene digitale Plattform«			**Modulverantwortliche*r: Matthias Leitner**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3	jährlich zum Wintersemester	1 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 52,5 h Selbststudium: 97,5

Teilnahmevoraussetzung

Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Präsentation – mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 7,5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Modul 8 qualifiziert die Studierenden, eine eigene digitale Kulturplattform inhaltlich zu entwickeln. Sie erwerben Skills im Schreiben fürs Web (SEO) sowie im Design von Websites (Text/Bild-Gestaltung, Crossmedialität, User-Führung, Interaktivität, Einsatz von News-Feeds etc.) und der Anwendung verschiedener Content Management Systeme. Ein wichtiger Fokus liegt zudem im qualifizierten Umgang mit partizipativen Formaten wie interaktiven Angeboten und Kommentar-Blogs. Kenntnisse in qualitätsvollem Community-Management (Kommentar-Codex) sind daher zentraler Bestandteil dieses Moduls. Weiterhin haben sie sich mit Entwicklungen von Virtual Reality Journalism / Journalismus im Metaverse und der Gamification auseinandergesetzt.

Studieninhalte

- Kenntnisse und kritische Analyse verschiedener existierender Kulturplattformen (Web-Side-Design / User-Führung etc.)
- Kenntnisse der Strukturen und Möglichkeiten des Web 2.0, Web 3.0 und Web 4.0
- Kenntnisse von interaktiven Storytelling-Tools (Adobe Spark Page und Pageflow) und Apps
- Einblicke in das immersive Storytelling: Virtual Reality Journalismus / Journalismus im Metavers / Gamification
- Fähigkeiten im Schreiben fürs Web / SEO-Grundlagen
- Kenntnisse in verschiedenen Content Management Systemen
- Kenntnisse in Bildbearbeitung / Einsatz von Infografiken / Erzählen mit Daten
- Kenntnisse in Social-Media-Strategien, Channel Management, SEA-Grundlagen, Einsatz von Newsfeeds
- Kenntnisse im Community-Management / Kommunikation mit User*innen
- Entwurf einer eigenen Kulturplattform (Aufbau, User*innen-Führung, Design)

Lehr- und Lernformen

- Übung
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Simone Engelhardt, Hannes Vollmuth, Holger Kurtz, Benedikt Angermeier, Frauke Lüpke-Narberhaus	Digitale Plattformen (Ü)	1

Matthias Leitner	Entwurf einer digitalen Kulturplattform (PP)	2,5

9. Modul Publizistik – Kommunikationswissenschaft

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Publizistik – Kommunikationswissenschaft«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	2 Sem.	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 90 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulprüfung: Klausur (120 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 5 %

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Absolvierung dieses Moduls verfügen die Studierenden über Kenntnisse in Medien- und Kommunikationstheorien inklusive Theorien der Öffentlichkeit, kennen die Strukturen und Transformationen (v.a. Digitalisierung) des heutigen Mediensystems und können anhand dessen aktuelle Prozesse zwischen Kommunikator, Medium und Rezipient analysieren und beurteilen. Zudem lernen sie anhand von Beispielen die zivilgesellschaftliche Funktion der Medien zu reflektieren. Weiterhin erlangen sie grundlegende Kenntnisse in Presseethik (hier vor allem im digitalen Zeitalter) sowie im Medien- und Presserecht. Eine Einführung in die Medienforschung vermittelt Einblicke in die Bereiche Tracking, Analytics und Big Data.

Studieninhalte

- Einblick in die Kommunikationswissenschaft und Medientheorie
- Kenntnisse des Medienmarktes und seines Wandels durch die Digitalisierung
- Kenntnisse in Medien-, Persönlichkeits-, Urheber-, Leistungsschutz- und Lizenzrecht (auch Creative Commons) und dessen praktischer Anwendung
- Kenntnisse in Medienethik und dessen praktischer Anwendung
- Einblicke in Tracking, Analytics und Big Data

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung
- Seminar

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dorte Lena Eilers, Leon Frei	Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit I: Grundlagen (V)	1
Dennis Amour, Sascha Borowski	Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit II: Ethik im Journalismus, Medien- und Presserecht (V)	2
Maren Geist	Medienforschung: Tracking, Analytics, Big Data (S)	1

10. Modul Gründer*innen-Lab

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Gründer*innen-Lab«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2	jährlich zum Sommersemester	2 Sem.	Pflicht	12	Gesamt: 360 h Präsenzstudium: 90 h Selbststudium: 270

Teilnahmevoraussetzung

Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modul-Teilprüfung: mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 6 %;

Modul-Teilprüfung: schriftliche Prüfung (Bearbeitungszeit: 4 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 2 % und mündlich-praktische Prüfung (30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 2 %

Angestrebte Lernergebnisse

In diesem Bereich setzen die Studierenden die im Modul 4 erworbenen Kenntnisse des Design Thinkings in die Praxis um. Sie entwickeln eigenständig Ideen für neueste digitale Formate für die Medienbranche. Sie erproben kreative Entwicklungs- und Planungsprozesse, analysieren Nutzer*innen-Bedarfe und -Verhalten, entwickeln Modelle oder Prototypen, testen diese und evaluieren Feedbacks. Auf Basis dessen geht es in die Gründerphase: Wie könnte ein eigenes Media-Start-up im Bereich des Kulturjournalismus aussehen? Die Studierenden erwerben Fähigkeiten im Erstellen einer Marktanalyse, der Entwicklung eines Firmenmodells, lernen strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln, das Entwerfen eines Businessplans, Aspekte wie Fundraising sowie die Entwicklung von Vertriebs- und Marketingkonzepten. Das Modul wird in Kooperation mit dem Studiengang Kultur- und Musikmanagement angeboten und in dessen „Cultural Entrepreneurship Lab“ (Modul 12) integriert. Durch die erworbenen Skills erwerben die Studierenden ebenfalls die Fähigkeit, sich als freie*r Kulturjournalist*in auf dem Markt zu behaupten.

Studieninhalte

- Praktische Anwendung innovativer Formatentwicklung unter Aspekten des Design Thinkings
- Fähigkeiten in der Markenbildung (Gründung eines Medien-Start-ups):
- Analysefähigkeit von Marktentwicklungen (Bedürfnisanalyse, Trends und Zukunftsaussichten)
- Kenntnisse verschiedener Geschäftsmodelle (z.B. Influencer-Geschäftsmodell)
- Fähigkeiten der Strategiebildung von der Idee zur Marke
- Kenntnisse in betriebswirtschaftlichem Denken und Handeln, Businessplan-Erstellung, Fundraising, Campaigning
- Kenntnisse im Digital Leadership / Projektmanagement

Lehr- und Lernformen

- Praxisprojekt

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**

Prof. Maurice Lausberg, Christian Fahrenbach	Der*die Kulturjournalist*in als Medienunternehmer*in (PP)	2,5
Prof. Maurice Lausberg	Gründe dein eigenes Medien-Startup (PP)	3,5

11. Praxis und Netzwerken

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Praxis und Netzwerken«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	jährlich zum Wintersemester	3 Sem.	Pflicht	11	Gesamt: 330 h Präsenzstudium: 7,5 h Selbststudium: 322,5

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modul-Teilprüfung: Praktikumszeugnis oder Teilnahmebestätigung oder schriftliche Bestätigung einer Redaktions-Hospitanz

Angestrebte Lernergebnisse

In diesem Modul erlangen die Studierenden Erfahrungen im kulturjournalistischen Arbeiten in Echtzeit. In zwei vierwöchigen Hospitanzen oder einer achtwöchigen Hospitanz in Medienunternehmen oder auch bei kleineren Kulturjournalismus-Startups erlernen sie, sich in bestehende Arbeitskontexte einzuarbeiten sowie für eine größere Öffentlichkeit zu publizieren. Das Lernen von Praktiker*innen steht hier im Vordergrund ebenso wie das Vernetzen in der Medienlandschaft. Dazu gehört das Angebot des Mentorings, bei dem sich die Studierenden im Laufe des Studiums regelmäßig mit einer*einem Mentor*in aus der Münchner Medienlandschaft beraten. Weiterhin ist über den Wahlpflichtbereich ein interdisziplinärer Wissenserwerb in Themenbereichen anderer Studiengänge des Instituts für Kulturmanagement und Medien, der HMTM oder der Theaterakademie möglich. Der Wahlpflichtbereich kann ebenso durch die Erstellung eines sog. „Backstage“-Beitrags absolviert werden. Dieser besteht aus einem Porträt (Print, Audio oder Video) eines*einer Studierenden eines künstlerischen Fachs auf Basis einer begleitenden zweisemestrigen journalistischen Recherche.

Studieninhalte

- Hospitanz(en)
- Mentoring
- Wahlpflicht

Lehr- und Lernformen

- Hospitanz(en)
- Mentoring
- Seminar
- Übung
- Praxisprojekt

Lehrveranstaltungen

Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
	Hospitanz(en) (PP)	keine SWS-Angabe möglich
N.N.	Mentoring (PP)	keine SWS-Angabe möglich

N.N.	Wahlpflicht (K)	keine SWS-Angabe möglich

12. Modul Abschlussmodul

Masterstudiengang Kulturjournalismus (M. Arts)					
Modul »Abschlussmodul«				**Modulverantwortliche*r: Prof. Dorte Lena Eilers, Stefan Fischer**	
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
4	jährlich zum Sommersemester	1 Sem.	Pflicht	30	Gesamt: 900 h Präsenzstudium: 30 h Selbststudium: 870 h

Teilnahmevoraussetzung

Literaturliste wird ggf. zu Anfang des Semesters geliefert

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modul-Teilprüfung: schriftlich-praktisch (Masterarbeit, Bearbeitungszeit 20 Wochen), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 18 %;

Modul-Teilprüfung: mündliche Prüfung (Disputation, 30 min.), benotete Prüfungsleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 2 %

Angestrebte Lernergebnisse

Durch die Masterarbeit bzw. das Masterprojekt wird festgestellt, ob der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Zeit eine praktische oder theoretische Aufgabenstellung aus dem Bereich des Kulturjournalismus selbstständig und nach berufspraktischen Methoden zu bearbeiten. Die Masterarbeit kann nach Wahl des Studierenden, die bei der Anmeldung der Masterarbeit bzw. des Masterprojektes im Prüfungsamt zu treffen ist, in zwei Varianten gestaltet werden:

i. Als journalistisches Werkstück (bei freier Wahl des Themas und des Formats) inklusive einer begleitenden schriftlichen wissenschaftlichen Analyse (PC-geschrieben, Umfang ca. 3500 bis 4500 Worte). Das journalistische Werkstück sollte folgende Umfänge aufweisen:

   Print: ca. 3500 bis 4500 Worte, gestaltet als Magazinstrecke inklusive Fotos

   Audio: ca. 20 bis 30 Minuten

   Video: ca. 10 bis 20 Minuten

ii. Als theoretisch-wissenschaftliche Arbeit (PC-geschrieben, Umfang ca. 17.000 bis 20.000 Worte).

Die Masterarbeit bzw. das Masterprojekt kann auch in Kooperation mit einem Medienunternehmen erstellt werden.

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.

Studieninhalte

Masterkolloquium:

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.

Masterarbeit:

Das Thema der Masterarbeit/ des Masterprojekts muss einen Bezug zum Kulturjournalismus aufweisen, die Auswahl erfolgt in Absprache mit dem*der Betreuer*in. Die eigenständige Bearbeitung des Themas wird durch das Kolloquium wissenschaftlich und methodisch begleitet.

Lehr- und Lernformen		
• Kolloquium • Praktisch-theoretisch Arbeit (Masterprojekt + begleitende schriftliche wissenschaftliche Analyse) • Schriftliche Arbeit (Masterarbeit) • Wissenschaftliches Streitgespräch (Disputation)		
Lehrveranstaltungen		
Lehrende	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dorte Lena Eilers	Masterkolloquium	2
Verschiedene Lehrende	Masterprojekt / 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 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.

3. Abkürzungen:

B. Mus.	Bachelor of Music
E	Einzelunterricht
ECTS	»European Transfer Credit System«
FPSO	Fachprüfungs- und Studienordnung
G	Gruppenunterricht
LV	Lehrveranstaltung
S	Seminar
Sem.	Semester
s.o.	siehe oben
s.u.	siehe unten
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung

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.