MODULHANDBUCH
Qualifikationsziele und Modulbeschreibungen

FÜR DEN MASTERSTUDIENGANG

Musikvermittlung

Master of Arts

Hochschule
für Musik und Theater
München

myt

Inhalt

Qualifikationsziele des Studiengangs 3
Studiengangskonzept 3
Qualifikationsprofil und Abschlussniveau 4
Konkretisierung der Qualifikationsziele 5
Qualifikationsprofil nach Studienprofilen 6
Abschlussniveau 7

Basismodule 1-6 9
1. Modul Musikvermittlung im Kontext 9
2. Modul Musikwissenschaftliche Kompetenzen 11
3. Modul Kultur- & Projektmanagement 12
4. Modul Methoden der Musikvermittlung 14
5. Modul Formatentwicklung & Vernetzung 16
6. Modul Wahlpflicht 18

Profil A Konzertdesign: Musik inszenieren und künstlerisch vermitteln 19
A7. Modul Tools zur Konzertgestaltung 19
A8. Modul Laboratorium Konzertdesign 21
A9. Abschlussmodul Profil A 23

Profil B: Kuration & Leadership: Musik kuratieren, managen und vermitteln 25
B7. Modul Kuration & Formatentwicklung 25
B8. Modul Kulturmanagement & Leadership 27
B9. Abschlussmodul Profil B 29

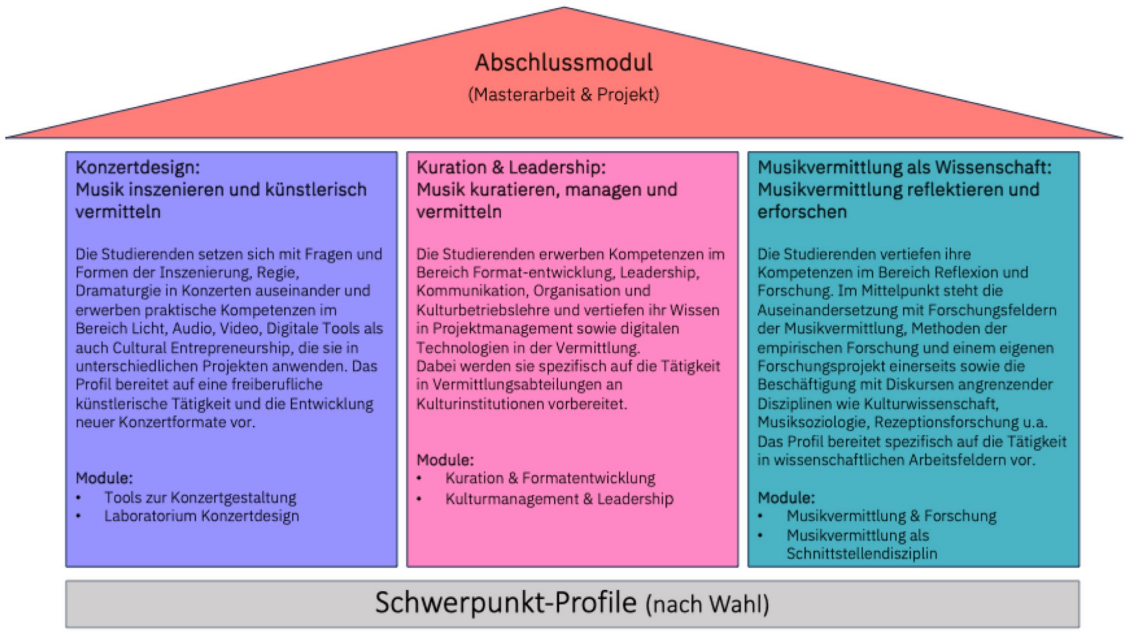
Profil C: Musikvermittlung als Wissenschaft: Musikvermittlung reflektieren und erforschen 31
C7. Modul Musikvermittlung & Forschung 31
C8. Modul Musikvermittlung als Schnittstellendisziplin (Profil C) 33
C9. Modul Abschlussmodul Profil C 35
Erläuterungen 37

Stand: 23.03.2026

Qualifikationsziele des Studiengangs

Studiengangskonzept

Das Studienkonzept basiert auf 6 Basis-Modulen, die insgesamt vier Kernkompetenzen zuzuordnen sind. Ergänzt wird dies um ein wählbares Schwerpunkt-Profil (ab dem 2. Semester) mit 2 Profilmodulen plus ein abschließendes Abschlussmodul/Mastermodul.



Qualifikationsprofil und Abschlussniveau

Der Masterstudiengang „Musikvermittlung“ baut auf einem ersten berufsqualifizierenden Studiengang mit einschlägigem musikbezogenem Abschluss[1] auf und bietet eine vertiefte Ausbildung, die künstlerische, wissenschaftliche, pädagogische und managerielle Qualifikationen im Bereich Musikvermittlung, Konzertpädagogik und Konzertdesign verbindet. Die Studierenden erwerben Kompetenzen, um das Praxisfeld Musikvermittlung und seine vielfältigen Handlungsfelder zielgruppenorientiert und zeitgemäß mitzugestalten und weiterzuentwickeln.

Als eine künstlerische, kommunikative und pädagogische Praxis, die sich an aktuellen Tendenzen und Fragestellungen orientiert, schafft Musikvermittlung Anlässe und zeitgemäße Zugänge für die Begegnung von Menschen mit verschiedenen Musikformen. Diese umfassen Konzertformate, Workshops, konzertbegleitende Angebote, partizipativ-performative, experimentelle und interdisziplinäre Projekte wie auch mediale Formen für verschiedene Publika.
Musikvermittlung bewegt sich im Schnittfeld von künstlerischer und musikpraktischer Tätigkeit, Dramaturgie, Pädagogik, Kulturmanagement, Audience Development und Marketing und verlangt deshalb von den Akteur*innen eine Vielzahl unterschiedlicher Kompetenzen. Der Studiengang bereitet die Studierenden auf dieses Anforderungsprofil vor. Vermittelt werden Methoden, Konzepte für künstlerisch-performative, reflexiv-deutende, musikpraktische, kommunikative und mediale Zugänge zu Musik, die darauf zielen, möglichst breiten Teilen der Gesellschaft kulturelle Teilhabe über musikalisches Erleben und Erfahren zu ermöglichen.

Die Studierenden erwerben ein umfassendes Verständnis von Praxisfeldern, Formaten, Inhalten und Ansätzen der Musikvermittlung. Der Studiengang fördert die kritische wie praxisbezogene Auseinandersetzung mit kulturellen, gesellschaftlichen, künstlerischen, technologischen und ökologischen Fragestellungen und Entwicklungen und deren Einfluss auf das Fach und die Berufspraxis der Musikvermittlung.
Durch ein breit angelegtes Curriculum werden die Studierenden zielgerichtet auf eine zeitgemäße Tätigkeit im Berufsfeld Musikvermittlung vorbereitet.
Die drei Studienprofile ermöglichen dabei eine individuelle Profilbildung mit praxisbezogener Vernetzung. Die Anbindung an konkrete Praxisfelder durch Hospitationen, Praktika und Kooperationen mit Kultureinrichtungen in München, auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene sorgt für den Aufbau von Netzwerken und erleichtert ihnen den Berufseinstieg.

Nach Abschluss des Studiums sind Absolvent*innen in der Lage, neue, zeitgemäße Formen attraktiver Musikdarbietung und Vermittlung orientiert an kultureller Offenheit und Interdisziplinarität sowie unter entsprechenden Qualitäts- und Diversitätsaspekten zu entwickeln und zu verbreiten. Sie kennen vielfältige Möglichkeiten, Musik für unterschiedliche Publika zu kontextualisieren und „Räume für ästhetische Erfahrung“ zu eröffnen.[2] Sie können präsentative, partizipative wie künstlerische (Konzert-)Formate sowie Programmkonzepte an der Schnittstelle von Kunst und Bildung für unterschiedliche Dialoggruppen, beispielsweise Kinder und Jugendliche, konzipieren und durchführen, mit und durch Musik(en) nachhaltige Begegnungsräume zwischen Menschen gestalten sowie kritisch und fachwissenschaftsbezogen über ihr Arbeitsfeld und Forschungsfragen der Musikvermittlung reflektieren.

Der Studiengang basiert auf einem Vermittlungsbegriff, der gleichermaßen rezeptive, reproduktive, dekonstruierende und transformative Diskurse einschließt und die Vermittlung zwischen einer Musik und der Lebenswelt der jeweiligen Dialoggruppe sowie den Aufbau von Beziehungen zu verschiedenen Publika in den Mittelpunkt rückt. Der gesellschaftlichen Verantwortung von Musikvermittlung im Kontext von kultureller Teilhabe, Diversität und Inklusion kommt dabei eine zentrale Rolle zu.

[1] z.B. Musikpädagogik, Lehramt Musik, Instrumental- und Gesangspädagogik, Elementare Musikpädagogik, Rhythmik, Musikwissenschaft, Konzertfach Instrument/Gesang o.ä.

[2] Wimmer, Constanze (2010b): Musikvermittlung im Kontext. Impulse-Strategien-Berufsfelder. Regensburg: ConBrio, S. 86.

Konkretisierung der Qualifikationsziele

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs MA Musikvermittlung sind in der Lage,

- Präsentative und kommunikative Vermittlungskonzepte und Formate zwischen Konzert und Musiktheater an der Schnittstelle von Kunst und Bildung für unterschiedliche Zielgruppen zu konzipieren und durchzuführen.
- Im Dialog mit Institutionen aus den Bereichen Bildung, Kultur und Sozialarbeit sowie allen Beteiligten partizipative künstlerische Formate für und mit unterschiedlichen Dialoggruppen und Menschen unterschiedlicher kultureller und sozialer Kontexte zu entwickeln und umzusetzen.
- Ihre Rollen als Musiker*innen und Vermittler*innen professionell auszufüllen.
- Methodisch und fachlich fundiert mit unterschiedlichen Personengruppen in Gruppensettings zu arbeiten und künstlerische Ausdrucks- und Erfahrungsräume zu inszenieren.
- Mit und durch Musiken zwischenmenschliche Beziehungen zu initiieren und diese nachhaltig zu gestalten.

Bereich Grundlagen der Vermittlung, Wissenschaft & Reflexion:

Die Studierenden gewinnen einen fundierten Einblick in Praxisfelder, Konzepte, Formate und Ziele der Musikvermittlung im deutschsprachigen und internationalen Konzertleben und setzen sich mit diesen kritisch-konstruktiv unter fachwissenschaftlichen Gesichtspunkten auseinander.
Die Studierenden wissen um die historische Entwicklung des Faches und können unterschiedliche Fragestellungen und Erscheinungsformen fachgerecht einordnen.
Orientiert am Fachdiskurs setzen sich die Studierenden mit aktuellen Fragestellungen wissenschaftlich, künstlerisch und praktisch auseinander. Sie sind in der Lage, wissenschaftliches Grundwissen u.a. aus den Bereichen Musikvermittlung, Musikwissenschaft, Musiksoziologie, Gender Studies, Community Music, Kommunikationswissenschaft, Kulturwissenschaft, Dramaturgie etc. in ihre vermittelnde, künstlerische, kuratorische und wissenschaftliche Praxis einfließen zu lassen.
Die Studierenden wissen um Grundlagen des Projektmanagement, der Öffentlichkeitsarbeit, von Sponsoring und Subvention sowie Aspekte Publikumsentwicklung und -bindung und berücksichtigen dies bei der Konzeption und Durchführung ihrer Projekte.

Bereich Methoden:

Die Studierenden kennen und erproben vielfältige Wege und Möglichkeiten, Beziehungen zwischen Bühne und Publikum wie auch zwischen Musiken und unterschiedlichen Dialoggruppen herzustellen, das Publikum zu vertieften Hör- und Seherlebnissen zu (ver)führen und neue Publika zu erreichen. Die Studierenden erlernen Grundlagen zu Vermittlung von Musik und Kultur und verfügen über ein Repertoire an unterschiedlichen Methoden der Präsentation und der Vermittlung, welches sie zielgruppen- und kontextadäquat einsetzen können.
Sie sind sich ihrer gesellschaftlichen Rolle und Verantwortung als Artistic Citizens[3] im Schnittfeld von Kunst, Kulturpolitik und Gesellschaft bewusst und lernen, normative Kulturbegriffe und Hierarchien in künstlerischen Kontexten kritisch zu hinterfragen. Sie erwerben ein Verständnis von Diversität, Inklusion und Partizipation und sind in der Lage, integrativ und verändernd wirksam zu werden[4], indem sie ihre Aktivität mehrdimensional zwischen Kunstpräsentation, künstlerischer Werkvermittlung und partizipatorischer Praxis verorten.

[3] Elliott, D. J., Silverman, M., & Bowman, W. D. (Hg.). (2016). *Artistic Citizenship. Artistry, Social Responsibility and Ethical Praxis.* Oxford: Oxford University Press.

[4] Gaunt, H., Duffy, C., Coric, A., González Delgado, I. R., Messas, L., Pryimenko, O. et al. (2021). Musicians as "Makers in Society": A Conceptual Foundation for Contemporary Professional Higher Music Education. In: *Frontiers in Psychology,* 12, 3159. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.713648

Bereich Künstlerische Praxis:

Die Studierenden sind in der Lage,

- ihr Instrument, ihre Stimme und ihren Körper künstlerisch und vermittelnd einzusetzen
- Formen des (elementaren) Musizierens in Gruppen (wie Improvisation, Drum Circle, Circle Singing) in ihre Projekte adäquat zu integrieren
- vielfältige historische und zeitgenössische musikalische Stile mit ihrem Hauptinstrument/Gesang kontextbezogen einzusetzen
- in Austausch mit anderen Kunst- und Präsentationsformen zu treten und interdisziplinäre Arbeitsweisen in das eigene Tun zu integrieren.

Bereich Mastermodul:

Die Studierenden sind in der Lage,

- eigene künstlerisch-vermittelnde (Profil A) bzw. wissenschaftliche Ideen (Profil B+C) zu konkretisieren, daraus ein umsetzbares Konzept für die Masterarbeit zu entwickeln und diese mit einem hohen künstlerisch-vermittelnden (Profil A) bzw. wissenschaftlichen Qualitätsanspruch (Profil B+C) selbstständig zu realisieren, zu dokumentieren und (unter Einbezug adäquater Medien) professionell zu präsentieren.
- eine gewählte Fragestellung im Rahmen einer wissenschaftlichen Masterarbeit (Profil B + C) bzw. eines künstlerischen Masterprojekts (Profil A) zu kontextualisieren, zu dokumentieren und zu reflektieren.
- mit allen Projektbeteiligten und Partnern konstruktiv, respektvoll und wertschätzend zu kommunizieren und professionell zusammen zu arbeiten.
- Leitungsqualitäten wie Präsenz, Empathie, Flexibilität, Kommunikationsfähigkeit und Leadership individuell und in Gruppenprozessen weiter zu entwickeln.

Qualifikationsprofil nach Studienprofilen

Profil A: Konzertdesign: Musik inszenieren und künstlerisch vermitteln

Nach Abschluss des Studiums sind die Studierenden in diesem Studienprofil in der Lage,

- eigene Konzepte inszenierter Konzerte für vielfältige Dialoggruppen unter Berücksichtigung dramaturgischer Aspekte, adäquater medialer Formen mit einem hohen künstlerischen Qualitätsanspruch zu realisieren
- Instrument, Stimme und Körper als performatives Gestaltungsmittel einzusetzen und mit Räumen wie auch anderen Medien und Kunstformen in Bezug zu setzen
- Räume sinnlich zu erfassen, mit ihnen im Kontext der künstlerischen Arbeit in Dialog zu treten und spezifische Settings für Konzertformate zu entwickeln bzw. zu nutzen
- das Publikum als konstituierenden Bestandteil eines Konzertes zu berücksichtigen
- die eigene Arbeit in den Kontext übergeordneter zeitgenössischer Diskurse, ästhetischer, medialer und vermittelnder Fragestellungen zu setzen und kritisch zu reflektieren
- Grundlagen von Cultural Entrepreneurship für die Gestaltung der eigenen Berufstätigkeit einzusetzen.

Profil B: Kuration & Leadership: Musik vermitteln, kuratieren und managen

Absolvent*innen des Profils Kuration & Leadership sind in der Lage,

- Methoden der Formatentwicklung anzuwenden und innovative Formate der Musikvermittlung im Kontext institutionalisierter Musikvermittlung zu entwickeln
- eigene und neue Ideen zur künstlerischen Programmgestaltung zu entwickeln und auszuarbeiten sowie vorhandene Vermittlungsangebote zu kuratieren und sinnvoll in ein bestehendes Portfolio zu integrieren
- Vermittlungskonzepte, Projekte und Formatreihen in Kooperation mit weiteren Partnern eigenverantwortlich zu planen, zu budgetieren, durchzuführen und zu dokumentieren
- die beteiligten Dialoggruppen (Publikum, Projektpartner) als konstituierenden Bestandteil eines Formats zu berücksichtigen.
- sich in ein Team einzufinden
- leitende Rollen verantwortungsvoll wahrzunehmen und Leitungsqualitäten wie Präsenz, Empathie, Flexibilität, Kommunikationsfähigkeit und Leadership konstruktiv einzusetzen.
- Kooperationen respektvoll und wertschätzend zu gestalten.

Profil C: Musikvermittlung als Wissenschaft: Musikvermittlung reflektieren und erforschen

Absolvent*innen dieses Profils sind in der Lage,

- Formate, Ansätze und Topoi der Musikvermittlung in den historischen Kontext des Faches einzuordnen und wissenschaftlich fundiert zu kontextualisieren
- unterschiedliche Fragestellungen in den Kontext übergeordneter zeitgenössischer Diskurse, ästhetischer, medialer und forschungsmethodischer Fragestellungen – insbesondere aus dem Bereich der Kulturvermittlungs- und Teilhabeforschung, der Gender Studies, der Musiksoziologie, der Rezeptionsforschung – zu setzen und kritisch zu reflektieren
- aktuelle Fragestellungen wissenschaftlich und forschungsmethodisch fundiert zu bearbeiten sowie unter Nutzung adäquater Präsentationstechniken für unterschiedliche Publika aufzubereiten und zu präsentieren.

Abschlussniveau

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung:
Die Graduierten haben ein umfassendes und systematisches Verständnis der Disziplin Musikvermittlung in ihrer ganzen Vielfalt und Breite erworben und können unterschiedliche Formate und Ansätze vor dem Hintergrund aktueller Diskurse adäquat einordnen.
Sie kennen vielfältige Wege und Möglichkeiten, Beziehungen zwischen Bühne und Publikum sowie zwischen Musiken und unterschiedlichen Dialoggruppen herzustellen, das Publikum zu vertieften Hör- und Seherlebnissen zu (ver)führen und neue Publika zu erreichen. Die Absolvent*innen verfügen über ein vielfältiges Methodenrepertoire, das sie befähigt, sich in einem ständig wandelnden Berufsfeld zukunftsgemäß weiterzuentwickeln.

Wissensvertiefung:
Graduierte des Masterstudiengangs Musikvermittlung sind in der Lage, eigene Vermittlungsformate für verschiedene Publika unter Berücksichtigung dramaturgischer Aspekte, adäquater medialer Formen mit einem hohen künstlerischen Qualitätsanspruch zu konzipieren und realisieren.
Sie sind dazu fähig, eigenständig neue Ideen zur künstlerischen Programmgestaltung zu entwickeln und auszuarbeiten, Vermittlungsangebote zu kuratieren und in produktive Kontexte zu setzen. Die Absolvent*innen können aktuelle Fragestellungen wissenschaftlich und forschungsmethodisch fundiert bearbeiten sowie unter Nutzung geeigneter Präsentationstechniken für unterschiedliche Publika aufbereiten und präsentieren.

Wissensverständnis:

Die Absolvent*innen verfügen über ein detailliertes, kritisches Verständnis unterschiedlicher Ansätze, Methoden und Strategien künstlerischer Vermittlung. Sie sind in der Lage, Kompetenzen, Wissen und Handlungsrepertoire situationsbezogen sowie situationsübergreifend auf der Basis künstlerischer und methodischer Schlussfolgerungen zielgerichtet und problemorientiert einzusetzen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Graduierte des Masterstudiengangs Musikvermittlung sind in der Lage, umfassendes Wissen und multidisziplinäre Kompetenzen beruflich in verschiedenen Tätigkeitsfeldern der Musikvermittlung flexibel zur Anwendung zu bringen und situationsgerechte Lösungen zu generieren. Sie konzipieren und realisieren selbstständig eigene künstlerische oder/und wissenschaftliche Vorhaben.

Nutzung und Transfer:
Die Graduierten sind in der Lage, aktuelle Trends in einem sich stetig wandelnden Berufsfeld aufzugreifen und in eigenen anwendungsorientierten Formaten zu erproben.
Dabei berücksichtigen sie alle beteiligten Dialoggruppen (Mitwirkende, Publikum, Projektpartner) als konstituierenden Bestandteil eines Formats. Aus ihrer Verantwortung als Artistic Citizens heraus identifizieren sie kulturelle Aufgaben und Ziele, um mit musikvermittelnden Angeboten künstlerisch und gesellschaftlich relevante Akzente zu setzen.
Sie sind dazu fähig, die eigene Arbeit in den Kontext übergeordneter aktueller Diskurse sowie ästhetischer, medialer und vermittelnder Fragestellungen zu setzen und kritisch zu reflektieren.

Wissenschaftliche bzw. künstlerische Innovation:
Graduierte des MA Musikvermittlung identifizieren neue Forschungsansätze bzw. künstlerische Fragestellungen und finden innovative Wege der Operationalisierung. Indem sie gezielt künstlerische bzw. wissenschaftliche Methoden projektbezogen zur Anwendung bringen, tragen sie zur Entwicklung ihres Berufsfeldes und der Disziplin Musikvermittlung bei.

Kommunikation und Kooperation

Graduierte des MA Musikvermittlung sind in der Lage, in Kooperation mit Institutionen aus Bildung, Kultur, Sozialarbeit und ggf. weiteren Partnern Vermittlungsformate für und mit unterschiedlichen Dialoggruppen und Menschen diverser kultureller und sozialer Kontexte zu entwickeln und umzusetzen.
Sie können kritisch und fachwissenschaftsbezogen über ihr Arbeitsfeld und Forschungsfragen der Musikvermittlung reflektieren und sie auch einer fachfremden Öffentlichkeit vermitteln.

Wissenschaftliches bzw. künstlerisches Selbstverständnis/Professionalität

Graduierte entwickeln ein künstlerisch, theoretisch und methodisch reflektiertes berufliches Selbstverständnis und richten ihr Handeln in vielfältigen Praxisfeldern der Musikvermittlung an professionellen Zielen und Qualitätsstandards aus.
Dabei entwickeln sie fundierte Fachkenntnisse unter Nutzung vorhandener Gestaltungsspielräume in künstlerischer, theoretischer und methodischer Hinsicht weiter.
Sie erkennen Rahmenbedingungen künstlerischer, kuratierender und wissenschaftlicher Vermittlungsarbeit und reflektieren diese kritisch-konstruktiv hinsichtlich gesellschaftlicher Implikationen und daraus folgender verantwortungsethischer Konsequenzen.

Basismodule 1-6

1. Modul Musikvermittlung im Kontext

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Musikvermittlung im Kontext«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dr. Sonja Stibi**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1+2	zweijährlich zum Wintersemester (ungerade Jahre)	2 Semester	Pflicht	6	Gesamt: 180 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 120 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Eine Literaturliste wird zu Beginn des Semesters ausgehändigt.

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Benotete Prüfungsleistung Teil I: Schriftliche Klausur (90 min), Anteil an Modulnote: 50%
- Benotete Prüfungsleistung Teil II: Schriftlicher Essay (literatur- bzw. recherchebasiert) zu einer Fragestellung aus dem Seminar im Umfang von 10 Din A4 Seiten, Anteil an Modulnote: 50%

Angestrebte Lernergebnisse

Im Modul Musikvermittlung im Kontext (1) lernen die Studierenden verschiedene Formen und Formate der Musikvermittlung und der Musikvermittlung im Konzert für verschiedene Dialoggruppen kennen und erhalten einen breiten und fundierten Überblick über unterschiedliche Praxisfelder und Kontexte von Musikvermittlung.
Die Studierenden erwerben ein Verständnis für die Spannungsfelder zwischen Kunst, Bildung und gesellschaftlicher Verantwortung, insbesondere von Diversität, Inklusion, Transkulturalität und Partizipation. Sie sind sich ihrer gesellschaftlichen Rolle und Verantwortung als Künstler*innen, als Artistic Citizens im Schnittfeld von Kunst, Kulturpolitik und Gesellschaft bewusst und lernen, normative Kulturbegriffe und Hierarchien in künstlerischen Kontexten kritisch zu hinterfragen. Sie üben sich im Beobachten, Analysieren, Diskutieren und Bewerten vermittelnder Ereignisse und Phänomene, lernen, das Wahrgenommene einzuordnen und mit anderen Wissensbereichen wie Kulturwissenschaft, Musiksoziologie, Musikwissenschaft etc. zu verbinden. Dabei stellen die Studierenden Bezüge zu ihrer bisherigen künstlerischen oder künstlerisch-pädagogischen Arbeit her und verorten diese ggf. neu.

Studieninhalte

Einführung und Überblick über das breite Spektrum der Musikvermittlung unter Berücksichtigung historischer, terminologischer, kultur- und gesellschaftspolitischer Perspektiven:

- Grundlegende Fragestellungen und Gegenstand von Musikvermittlung
- Grundbegriffe und Geschichte der Musikvermittlung
- Dialogorientierte Ansätze, Praxisfelder und Anwendungsbereiche
- Kontexte, Praxen und Formate für unterschiedliche Dialoggruppen
- Konzertpädagogische Konzepte für Kinder und Jugendliche
- Ziele und Inhalte von Musikvermittlung im deutschsprachigen und internationalen Konzertleben
- Einblick in aktuelle Entwicklungen im Musikvermittlungsmarkt und Konzertleben
- Auseinandersetzung mit zentralen Diskursen der Musikvermittlung im Schnittfeld von künstlerischer Praxis und Wissenschaft
- Vermittlungsarbeit in unterschiedlichen Kontexten (Orchester, Konzerthaus, Ensemble, Musiktheater, freie Szene, Chor, Festivals, Schulen, Soziale Institutionen, Dritte Orte, ländlicher Raum, Museen, Netzwerke)

Überblick über grundlegende kultur- und gesellschaftspolitische sowie soziologische Rahmenbedingungen:

- Auseinandersetzung mit zentralen Begriffen wie Diversität, Kultur, Transkulturalität, Teilhabe
- Publikumsentwicklung und -bindung, Dialoggruppen und Ergebnisse der (Nicht-)Besucher- und Teilhabeforschung

- Teilhabemodi und Modelle für Kulturelle Teilhabe
- Partizipation im Konzert und Einblick in konkrete partizipative Projekte
- Von Audience Development und Engagement zu Community Outreach
- Demokratisierung von Kultur und Kulturelle Demokratie
- Grundfragen und Qualitätsebenen Kultureller Bildung
- Artistic Citizenship und Rollen von Musiker*innen heute

Lehr- und Lernformen

Interaktive Vorlesung mit Aktivierung der Studierenden und Gastimpulsen externer Expert*innen aus unterschiedlichen Praxisfeldern der Musikvermittlung sowie Seminar mit Pflichtlektüre, diskursiver Auseinandersetzung mit Texten und Theorien (Analyse, Verständnis, Anwendung, Transfer, Evaluation) und schriftlichem Essay.

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Sonja Stibi + Gastdozierende	Einführung: Musikvermittlung im Kontext (V)	2 (nur 1. Semester)
Prof. Dr. Sonja Stibi	Musik, Gesellschaft, Teilhabe (S)	2 (nur 2. Semester)

2. Modul Musikwissenschaftliche Kompetenzen

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Musikwissenschaftliche Kompetenzen«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dr. Friedrich Geiger**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1+2	Winter- bzw. Sommersemester	2 Semester	Pflicht	12	Gesamt: 360 h Präsenzstudium: 120 h Selbststudium: 240 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Eine Literaturliste wird zu Beginn des Semesters ausgehändigt.
Besuch der aufbauenden Lehrveranstaltung im Sommersemester ist nur nach erfolgreicher Absolvierung der vorangehenden Lehrveranstaltungen des Moduls im Wintersemester möglich.

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Benotete Studienleistung: mehrere über die Seminare verteilte Schreibproben (z.B. Programmheft, Analyse, Konzerteinführung)
- Testat mit 80% Anwesenheitspflicht

Angestrebte Lernergebnisse

Im Modul Musikwissenschaftliche Kernkompetenzen (2) erweitern die Studierenden ihre Kompetenzen hinsichtlich analytischer Zugänge, der Rezeption von Musik sowie musikalischer Stile und Repertoires. Dabei üben sie sich im wissenschaftlichen Arbeiten, im Schreiben über Musik und musikalische Phänomene und lernen, diese für ein bestimmtes Publikum aufzubereiten.

Studieninhalte

Musikgeschichtlicher Überblick und an Beispielen vertieftes Verständnis der Wechselwirkungen allgemein- und musikgeschichtlicher Dynamiken und Strukturen sowie der Wechselwirkungen von Produktions- und Rezeptionsgeschichte. Exemplarische Analysen schriftlich und akustisch überlieferter Musik sowie Reflexion entsprechender Methoden. Techniken des wissenschaftlichen und wissenschaftlich fundierten vermittelnden Schreibens und Sprechens über Musik.

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung und Übung
- Seminar und Übung

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Dorothea Hofmann	Geschichte, Rezeption und Analyse von Musik I (VU)	2
Prof. Dr. Friedrich Geiger Prof. Dr. Diemut Köhler-Massinger	Geschichte, Rezeption und Analyse von Musik II (VU)	2
Prof. Dr. Friedrich Geiger	Schreiben über Musik I (SU)	2 (nur 1./2. Semester)
Prof. Dr. Friedrich Geiger	Schreiben über Musik II (SU)	2 (nur 1./2. Semester)

3. Modul Kultur- & Projektmanagement

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Kultur-& Projektmanagement«			**Modulverantwortliche*r: Kristin Zickler**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1	zweijährlich zum Wintersemester	1 Semester	Pflicht	5	Gesamt: 150 h Präsenzstudium: 75 h Selbststudium: 75 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Benotete Studienleistung: Klausur (60 min) über Grundlagen des Marketing
- Testat, 80% Anwesenheit (Projektmanagement und Arbeitstechniken)
- Testat, 80% Anwesenheit (Veranstaltungs- und Verwertungsrechte)

Angestrebte Lernergebnisse

Das Modul befähigt die Studierenden, komplexe Projekte im musikvermittelnden bzw. kulturellen und musikalischen Kontext effizient zu planen, zu organisieren und durchzuführen, wobei sie moderne Arbeitstechniken und Managementmethoden anwenden. Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen zu Veranstaltungs- und Verwertungsrechten, insbesondere für den Umgang mit urheberrechtlich schutzfähigen Werken und lernen, dieses praxisorientiert in der Planung und Umsetzung musikvermittelnder Projekte anzuwenden.
Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden zentrale Aspekte der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie des Marketings und sind in der Lage, kulturelle Inhalte und Formate erfolgreich zu vermarkten und zu kommunizieren.

Studieninhalte

<u>Projektmanagement und Arbeitstechniken</u>

- Projektmanagement und wesentliche Projektmanagementtools wie Zieldefinition, Projektplanung und -organisation
- Projektcontrolling und -evaluierung
- Grundlagen wissenschaftlicher Arbeitstechniken im Bereich Musikvermittlung und Kulturmanagement

<u>Grundlagen des Marketing</u>

- 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.
- Anhand des entscheidungsorientierten Ansatzes werden Einblicke in die Situationsanalyse, Marketingziele, Marketingstrategien sowie deren Operationalisierung gegeben.

<u>Veranstaltungs- und Verwertungsrechte</u>

- Grundlagen von Veranstaltungs- und Verwertungsrechten einschließlich Urheberrecht, Lizenzen und GEMA
- Unterscheidung Verwertungsrechte und Nutzungsrechte
- Bearbeitung, Umgestaltung und Kürzung urheberrechtlich geschützter Werke
- Creative Commons Lizenzen
- AI-Act (KI-Verordnung)
- Rolle von Verwertungsgesellschaften

• Praxisbezogene Anwendung bei der Planung, Durchführung und Dokumentation von Projekten der Musikvermittlung
Lehr- und Lernformen
• Übung • Praxis-Seminar mit Anwendungsbeispielen • Vorlesung und Übung

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Maurice Lausberg / Ines M. Schneider	Projektmanagement und Arbeitstechniken (Ü)	2
Jessica Mazurek sowie Gastreferent*innen aus den Kulturbetrieben	Grundlagen des Marketings (PxS)	2 (nur 1. Semester)
Gastdozierende	Veranstaltungs- und Verwertungsrechte (V/Ü)	1 (nur 1. Semester)

4. Modul Methoden der Musikvermittlung

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Methoden der Musikvermittlung«			**Modulverantwortliche*r: Prof. Dr. Sonja Stibi**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1-3	Winter- und Sommersemester	3 Semester	Pflicht	27	Gesamt: 810 h Präsenzstudium: 285 h Selbststudium: 525 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Testate, 80% Anwesenheit
- Benotete Studienleistung: Werkmappe zur didaktischen Interpretation eines Werkes
- Testat und Anleitung der Gruppe (Community Music & Transkulturelle Musikpraxis)

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls „Methoden der Musikvermittlung“ kennen die Studierenden vielfältige Wege und Möglichkeiten, Beziehungen zwischen Bühne und Publikum als auch zwischen Musiken und unterschiedlichen Dialoggruppen herzustellen, das Publikum zu vertieften Musikerlebnissen zu (ver)führen und neue Publika zu erreichen. Sie verfügen über ein Repertoire an unterschiedlichen Methoden der Präsentation und der Vermittlung, welches sie dialoggruppen- und kontextadäquat einsetzen können.

Die Studierenden

- erweitern ihre eigenen künstlerisch-musikalischen Ausdrucksfähigkeiten (Instrument, Stimme, Körper)
- erwerben ein vielfältiges Methodenrepertoire zum Musizieren in heterogenen Gruppen mit Fokus auf Community Music, Improvisation und transkulturelle Musikpraxis.
- wenden Techniken der didaktischen und szenischen Interpretation von Musik an
- kennen Strategien zur Vermittlung neuer Musik
- wenden digitale Tools und (Musik-)Technologien in der Vermittlung an
- treten in Austausch mit anderen Kunst- und Präsentationsformen und integrieren interdisziplinäre Arbeitsweisen in das eigene Tun.

Werkmappe (Erstellung von Vermittlungsmaterialien für eine gewählte Zielgruppe unter Einbezug medialer Formen und Tools inklusive didaktischer Interpretation eines musikalischen Werkes, z.B. Lehrendenmaterialien zur Konzertvorbereitung, digitale Materialen für eine digitale Plattform mit Open-Access)
→ Sammlung der Übungen aus dem Kurs „Didaktische Interpretation von Musik“ und Übungen aus „Digitale Musiktechnologien in der Vermittlung“ (WS) PLUS Erstellung von Vermittlungsmaterialien ausgehend von einem Werk für eine gewählte Dialoggruppe unter Einbezug digitaler Tools.

Studieninhalte

- Ausdrucksmöglichkeiten und gestalterischer Umgang mit Stimme, Sprache und Bewegung
- Bühnenpräsenz und szenische Darstellung
- Moderationstechniken und Moderationspraxis, Sprechen vor Publikum
- Grundlagen der didaktischen Interpretation von Musik für unterschiedliche Dialoggruppen
- Improvisation und Strategien zur Vermittlung neuer Musik
- Musikvermittlung und andere Künste (z.B. Klang & Farbe, Musik und Theater, Musik und Tanz, Musik und Literatur)
- Methoden und Ansätze zum Musizieren in heterogenen Gruppen
- Community Music und transkulturelle Musikpraxis

Lehr- und Lernformen

Praktische Übungen in der Gruppe, Musizieren im Ensemble Seminar mit Übung, Werkmappe Beobachtung, Analyse und Reflexion musikbezogener Gruppenprozesse		
Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Doris Heinrichsen	Stimme – Sprache – Szene (Ü)	2 (nur 1. Semester)
Michaela Weinhauser	Musik und Bewegung (Ü)	2 (nur 1. Semester)
Annekatrin Hentschel	Moderationspraxis (SU)	2 (nur 2. Semester)
Prof. Dr. Ulrich Kaiser	Digitale Musiktechnologien in der Vermittlung I (SU)	2 (nur 1./2. Semester)
Prof. Dr. Ulrich Kaiser	Digitale Musiktechnologien in der Vermittlung II (SU)	2 (nur 1./2. Semester)
Prof. Dr. Sonja Stibi	Didaktische Interpretation von Musik (SU)	1 (nur 1. Semester)
Prof. Helmut Schmidinger / Manuela Kerer / Maximilian Guth	Komponierwerkstatt & Vermittlung Neuer Musik (SU)	2 (nur 1. Semester)
Prof. Dr. Sonja Stibi	Musikvermittlung und andere Künste (SU)	2 (nur 2. Semester)
Anna-Sophia Kraus Lana Zickgraf	Community Musik & Transkulturelle Musikpraxis I (Ü)	2
Rabih Lahoud	Community Musik & Transkulturelle Musikpraxis II (Ü)	2
N.N.	Community Musik & Transkulturelle Musikpraxis III (Ü)	2

5. Modul Formatentwicklung & Vernetzung

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Formatentwicklung und Vernetzung«			**Modulverantwortliche*r: Hanni Liang**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2-4	Winter- bzw. Sommersemester	3 Semester	Pflicht	23	Gesamt: 690 h Präsenzstudium: 180 h Selbststudium: 510 h

Teilnahmevoraussetzung

- Bestandenes Eignungsverfahren
- Positive Absolvierung des Modul 3
- Parallele Belegung der Modul 1, 2, und 4
- Das profilbezogene Praktikum kann erst *nach* Absolvierung der Hospitation erfolgen.

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Prüfung (benotet): Erstellung eines künstlerischen Musikvermittlungs-Formats (Konzept, Durchführung und schriftlich-mediale Dokumentation)
- Hospitation im Umfang von 25 Stunden (à 60 min) an bis zu 3-4 Institutionen mit Bestätigung des Umfangs und Aufgabenbereichs durch die Institution sowie schriftliches Hospitationsportfolio
- Mit „bestanden/nicht bestanden“ bewertete Studienleistung: Profilbezogenes Praktikum im Umfang von mind. 60h (à 60 min) auf maximal 2 Institutionen verteilt mit Praktikumsbestätigung der Institution sowie schriftlichem/medialem Praktikumsbericht (Werkmappe)
- Testate, 80% Anwesenheit und aktive Mitwirkung (Praxisprojekte Musikvermittlung, Mentoring Vermittlungsprojekt, Exkursion, Evaluation & Qualitätsebenen von Musikvermittlung und Kultureller Bildung)

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls *Formatentwicklung & Vernetzung* sind die Studierenden in der Lage, zentrale Formate der Musikvermittlung wie Kinderkonzerte und Workshopformate eigenständig zu entwickeln, zu präsentieren und kritisch zu reflektieren. Sie wissen um die Bedeutung organisatorischer, künstlerischer und institutioneller Prozesse und können diese im Kontext der Produktion von Musikvermittlungsformaten einordnen.

Die Studierenden sind befähigt, künstlerische Vermittlungskonzepte für unterschiedliche Dialoggruppen zu erstellen und diese an spezifische räumliche, technische und soziale Gegebenheiten anzupassen. Sie verfügen über Evaluationskompetenzen und können verschiedene Qualitätsebenen von Musikvermittlungsprojekten (wie Strukturqualität, Prozessgestaltung und Produktqualität) kritisch-konstruktiv analysieren und bewerten.

Darüber hinaus wissen die Studierenden um aktuelle Diskurse im Fachgebiet und können zeitgenössische Fragestellungen der Musikvermittlung in ihrer künstlerisch-vermittelnden Arbeit anwenden. Sie sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Disziplinen wie z.B. Musikwissenschaft, Musiksoziologie und Diversity Studies und die erworbenen Methodenkompetenzen in die Praxis zu transferieren. Durch Hospitationen, Praktika und Kooperationsprojekte knüpfen sie erste Netzwerke und erwerben Fähigkeiten, mit den Herausforderungen des Arbeitsalltags in der (institutionellen) Musikvermittlung souverän umzugehen.

Studieninhalte

- Methoden kreativen Arbeitens (wie z.B. Design Thinking) und deren Anwendung in der Konzeption von Praxisprojekten
- Innovative Konzertformen, Strategien der Nähe, Co-Creation im Konzert
- Aktive Mitwirkung in verschiedenen Praxisprojekten der Musikvermittlung und Übernahme unterschiedlicher Rollen über Musiker*in, Performer*in, Projektleitung, Moderator*in, Organisator*in
- Transfer künstlerischer und methodischer Kompetenzen in die Projektarbeit
- Eigenständige Entwicklung eines künstlerischen Vermittlungsprojekts von der Ideenfindung über die konzeptionelle Ausarbeitung bis hin zur finanziellen Planung, Durchführung, Dokumentation und Evaluation
- Qualitätsebenen in Kultureller Bildung und Musikvermittlung
- Techniken der Evaluation von Projekten
- Einblicke in die Berufspraxis und Tätigkeitsfelder der Musikvermittlung
- Learning from experts und Aufbau von Netzwerken

Lehr- und Lernformen

- Praxisprojekte mit Anleitung
- Praxisprojekt im Selbststudium, begleitet durch Mentoring
- Hospitation und Praktikum
- Vorlesung und Übung mit Textlektüre, Diskurs und Transfer

Das Modul stellt ein Laboratorium dar, in welchem die Studierenden exemplarisch zentrale Formate der Musikvermittlung in Projektarbeit praktisch erproben. In Praxisprojekten wird praktisches und praxisbezogenes Wissen und Können zur Entwicklung, Evaluation und Reflexion von Vermittlungsformaten in exemplarischen Projekten vermittelt. Die Studierenden werden durch den Prozess der Formatentwicklung geführt und erleben dies exemplarisch als Mitwirkende und Mitkonzipierende an ein bis zwei Praxisprojekten. Die erworbenen Kompetenzen kommen wiederum im eigenen Musikvermittlungsprojekt zur Anwendung. Die Entwicklung des Projekts ist für das Modul zentral, erfolgt im Selbststudium, ergänzt durch Textlektüre und begleitet durch Mentoring und wird von den Studierenden entsprechend der Qualitätsebenen von Musikvermittlung inhaltlich, methodisch und organisatorisch evaluiert.

In Praktika, Hospitationen in Institutionen aus dem Konzert- und Kulturleben (insbesondere Musiktheater, Konzerthaus, Orchester, Ensemble, Kulturinstitution) sowie einer Exkursion erlangen die Studierende erste Einblicke in das nationale und internationale Berufsfeld und können sich zudem aktiv in die Berufspraxis einbringen.

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Hanni Liang / N.N.	Praxisprojekte Musikvermittlung I (PP)	2
Hanni Liang / N.N.	Praxisprojekte Musikvermittlung II (PP)	2
N.N.	Evaluation & Qualitätsebenen von Musikvermittlung und Kultureller Bildung (VU)	1 (nur 4. Semester)
Selbststudium	Formatentwicklung: Künstlerisches Vermittlungsprojekt I + II	
Hanni Liang / Prof. Dr. Sonja Stibi	Mentoring Vermittlungsprojekt (K)	1
Prof. Dr. Sonja Stibi	Exkursion (EX)	(2)
Externe Institution	Hospitation (PR)	(1)
Externe Institution	Profilbezogenes Praktikum (PR)	(3)

6. Modul Wahlpflicht

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Wahlpflicht«			**Modulverantwortliche*r: Kristin Zickler**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
1-4	semesterweise	4 Semester	Pflicht	6	Gesamt: 180 h Präsenzstudium: 90 h Selbststudium: 90 h
Teilnahmevoraussetzung					
Bestandenes Eignungsverfahren					
Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)					
• Testate, Anwesenheitspflicht 80% • mit „bestanden/nicht bestanden“ bewertete Studienleistung, prozentualer Anteil an der Gesamtnote: 0%					
Angestrebte Lernergebnisse					
Individuelle Vertiefung der Fachkenntnisse und Kompetenzen im Bereich Konzertdesign, Musikvermittlung, digitale Technologien sowie Musikwissenschaft und Musikpraxis					
Studieninhalte					
Wahlpflichtbereiche bestehen unter anderem aus: • Musikvermittlung • Konzertdesign • Musikwissenschaft • Musizierpraxis und Ensembleleitung • Audience Engagement und Community Outreach • Musiksoziologie • Programmplanung und Kuration • Musikmanagement • Marketing und Kommunikation • Entrepreneurship und Businessplanung • (Digitale) Kommunikation • Kulturpolitik • Forschung und Forschungsmethodik • Künstlerische Kompetenzen im Bereich Stimme und Körper • u.v.m.					
Lehr- und Lernformen					
Je nach Wahl: Vorlesung, Seminar, Übung, künstlerischer Gruppenunterricht, Ensemble					
Lehrveranstaltungen					
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**				**SWS**
N.N. Lehrende HMTM oder extern im Rahmen einer universitären Kooperation	Wahlpflicht				6

Profil A Konzertdesign: Musik inszenieren und künstlerisch vermitteln

A7. Modul Tools zur Konzertgestaltung

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Tools zur Konzertgestaltung«			**Modulverantwortliche*r: Hanni Liang**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2-4	Winter- bzw. Sommersemester	3 Semester	Pflicht	8	Gesamt: 240 h Präsenzstudium: 120 h Selbststudium: 120 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Belegen der Lehrveranstaltungen
- Testate, mind. 80% Anwesenheit (Personal Performance, Grundlagen der Veranstaltungstechnik)
- Mit „bestanden/nicht bestanden“ bewertete Studienleistungen:
    - Intensive Talk: Gruppendiskussion und Statement (Kunst und Kultur im Wandel)
    - Erstellung eines Businessplans für ein künstlerisches Projekt (Cultural Entrepreneurship)

Angestrebte Lernergebnisse

Das Modul vermittelt den Studierenden Kompetenzen zur Entwicklung eigenständiger Konzertformate, die dramaturgisch durchdacht sowie medial und künstlerisch anspruchsvoll sind. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Grundlagen der Veranstaltungstechnik im Bereich Licht, Audio und Video sowie digitale Tools gezielt einzusetzen, um ihre künstlerischen und vermittelnden Ideen professionell umzusetzen.

Die Studierenden erweitern ihre performativen Fähigkeiten über die musikalische Interpretation hinaus und können sich mit Instrument, Körper und Stimme performativ und ausdrucksstark präsentieren.

Ihre Arbeit reflektieren die Studierenden im Kontext aktueller Diskurse in Kunst und Kultur. Sie sind in der Lage, ihren eigenen Musik- und Kulturbegriff kritisch-konstruktiv unter Einbezug wissenschaftlicher Perspektiven zu hinterfragen. Darüber hinaus erwerben sie Basiskompetenzen zu Cultural Entrepreneurship, einschließlich des Wissens um Fördermöglichkeiten, und nutzen diese, um ihre berufliche Laufbahn kreativ und selbstständig zu gestalten.

Studieninhalte

- Grundlagen der Veranstaltungstechnik (Audio, Licht, Video) inklusive Erstellung von Lichtplänen, Technical Rider und Bühnen-Setup
- Einsatz von Stimme, Instrument und Körper als performative Gestaltungsmittel im musikalischen und szenischen Kontext und im inszenierten Konzert
- Bewegungsübungen, Übungen zu Bühnenpräsenz und Körperausdruck
- Szenische Übungen und Spielformen aus den Darstellenden Künsten
- Kunst und Kultur im Wandel: Kulturbegriffe, Analytische Untersuchung aktueller Transformationsprozesse unter Aspekten soziopolitischer Einflüsse (z.B. Globalisierung, Migration, Emanzipations- und Partizipationsbewegungen, Kultur im Anthropozän etc.)
- Cultural Entrepreneurship (Grundlagen der Kulturbetriebslehre wie Budgetierung und Finanzierungsplanung, Fördermittelakquise, Marketingstrategien, Selbstmanagement, KSK etc.) mit Fokus auf der Umsetzung künstlerischer Ideen in wirtschaftlich tragfähige und gesellschaftlich relevante Projekte

Lehr- und Lernformen

- Praktische Übungen
- Seminar
- Seminar mit Übungen

Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Martine Rojina	Grundlagen der Veranstaltungstechnik (Licht-Audio-Video) (Ü)	2 (nur 2. Semester)
Anselm Dalferth	Personal Performance I (Ü)	1 (nur 3. Semester)
Anselm Dalferth	Personal Performance II (Ü)	1 (nur 4. Semester)
Prof. Dorte Eilers	Kunst und Kultur im Wandel: Soziopolitische Einflüsse (S)	2
N.N.	Cultural Entrepreneurship (SU)	2 (nur 4. Semester)

A8. Modul Laboratorium Konzertdesign

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Laboratorium Konzertdesign«			**Modulverantwortliche*r: Hanni Liang**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2-3	semesterweise	2 Semester	Pflicht	8	Gesamt: 240 h Präsenzstudium: 120 h Selbststudium: 120 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

- Benotete Profilprüfung (performativ/praktisch): Präsentation einer Konzeptskizze als praktischer Projekt-Pitch (10 min) am Ende des 3. Semesters
- Testat, 80% Anwesenheit und Projektarbeit

Angestrebte Lernergebnisse

Das Modul *Laboratorium Konzertdesign* befähigt die Studierenden, kreative Konzertformate zu entwickeln und umzusetzen, die dramaturgisch durchdacht und künstlerisch innovativ sind. Sie setzen sich intensiv mit den wesentlichen Elementen des Konzertdesigns sowie den Grundlagen von Regie und Dramaturgie auseinander und gestalten Kontexte sowie konkrete Parameter von Konzerten und Vermittlungsformaten.

Die Studierenden nutzen Instrument, Stimme und Körper gezielt als gestalterische Mittel und beziehen Räume sowie andere Kunst- und Medienformen in ihre Performances ein. Dabei entwickeln sie Konzertsettings, die den Raum sinnlich erfassen und das Publikum als integralen Bestandteil des Konzerterlebnisses einbeziehen. Sie kennen unterschiedliche Strategien der Publikumsbeteiligung und setzen diese in ihren Projekten um.

Zudem hinterfragen und reflektieren die Studierenden tradierte Künstler*innen-Rollen sowie klassische Konzertformate, indem sie innovative Projekte für unterschiedliche Dialoggruppen initiieren und realisieren. Sie beschäftigen sich mit der Frage, wie Musik gesellschaftlich wirken und Veränderungen anstoßen kann. Dabei erwerben sie vielfältige Kompetenzen, um individuelle und gesellschaftlich relevante künstlerische Formate zu gestalten, die über die klassische Aufführungspraxis hinausgehen.

Studieninhalte

- Analyse und Anwendung zentraler Parameter des Konzertdesigns
- Erprobung von Gestaltungsmöglichkeiten mit Performance, Licht, Raum, Stimme, Improvisation etc.
- Auseinandersetzung mit den spezifischen Bedürfnissen und Erwartungen unterschiedlicher Publika und Dialoggruppen
- Reflexion zeitaktueller Diskurse und ihrer Relevanz für künstlerische Projekte, mit besonderem Fokus auf Themenauswahl und Dialoggruppenorientierung
- Entwicklung dialoggruppenspezifischer künstlerischer Projekte von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur praktischen Umsetzung
- Untersuchung der Rolle des Publikums und Entwicklung formatspezifischer Beteiligungsmöglichkeiten, begleitet von kritisch-konstruktiver Reflexion und Weiterentwicklung.

Lehr- und Lernformen

- Seminare mit Übung
- Künstlerische Projektarbeit inklusive begleitendem Mentoring durch die Lehrpersonen

Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**

Anselm Dalferth	Konzertdesign, Regie & Dramaturgie (XPLORE_Lab) I (SU)	2
Hanni Liang / N.N.	Konzertdesign, Regie & Dramaturgie (XPLORE_Lab) II (SU)	2
Hanni Liang	Künstlerische Projektarbeit: Neue Konzertformate I (PP)	2
Hanni Liang / Anselm Dalferth	Künstlerische Projektarbeit: Neue Konzertformate II (PP)	2

A9. Abschlussmodul Profil A

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Abschlussmodul Profil A«			**Modulverantwortliche*r: Hanni Liang**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3-4	jährlich zum Wintersemester	2 Semester	Pflicht	25	Gesamt: 750 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 690 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Absolvieren der Module 1-3 sowie Anteile von 4

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulteilprüfungen:

1. *Benotete Prüfungsleistung „Masterprojekt“:* Durchführung eines künstlerischen Projekts (Bearbeitungszeit 2 Semester) mit öffentlicher Aufführung und schriftlich-mediale Dokumentation, welche das Konzept, die künstlerische und theoretische Herleitung, Einordnung und Darlegung des Entwicklungsprozesses sowie eine abschließende kritisch-konstruktive Reflexion umfasst. Details siehe Prüfungsleitfaden
2. *Benotete Prüfungsleistung „Masterpräsentation“:* künstlerisch, öffentliche Aufführung (45 min Präsentation, 15 min Nachgespräch)
3. Testat Mentoring, 80% Anwesenheit mit regelmäßigen Zwischenpräsentation

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, selbstständig künstlerische und gesellschaftlich relevante Fragestellungen und Themen zu generieren, auf der Grundlage künstlerischer und vermittelnder Methoden, Konzepte und Techniken zu erarbeiten, zu reflektieren und in einem spezifischen künstlerischen Format überzeugend darzustellen.

Spezifisches Lernziel des Masterprojekts ist der Transfer des erworbenen Wissens über Konzepte, Methoden und Theorien von Musikvermittlung in ein eigenständiges künstlerisches Praxisprojekt inklusive einer begleitenden schriftlich-medialen Dokumentation. Dabei stellen die Studierenden die Befähigung unter Beweis, selbstständig ein größeres künstlerisches Musikvermittlungsprojekt (bei freier Wahl des Formats) zu erarbeiten, zu reflektieren, zu präsentieren sowie in der Dokumentation in angemessener Weise schriftlich-medial darstellen zu können.

Studieninhalte

<u>Masterprojekt</u>
Das Thema des Masterprojekts wird in Absprache mit der betreuenden Lehrperson ausgewählt und sollte einen gesellschaftlich relevanten Aspekt aufgreifen. Die eigenständige künstlerische Bearbeitung des Themas wird durch das Mentoring inhaltlich und methodisch begleitet.

Weitere Lehrinhalte:

- Transfer erworbener Kompetenzen in ein eigenständiges künstlerisches Praxisprojekt.
- Recherche, Informationserschließung, Quellensicherung,
- Produktion inklusive Konzeptentwicklung, Planung und Umsetzung
- Präsentation des Formats als öffentliche Präsentation
- Schriftlich-mediale Dokumentation des Masterprojekts sowie des Entwicklungsprozesses inklusive kritisch-konstruktiver Reflexion

<u>Mentoring</u>
Das Mentoring dient der künstlerischen und fachlichen Begleitung des Masterprojekts. Inhalte sind die Präsentation, Diskussion und Reflexion künstlerisch-dramaturgischer, methodisch-vermittelnder sowie forschungsrelevanter Fragestellungen in Zusammenhang mit dem Masterprojekt.

Lehr- und Lernformen

- Selbststudium mit eigenständiger Projektarbeit
- Begleitendes Mentoring mit Lehrenden-Feedback, Peer-to-Peer-Feedback und Diskurs zu regelmäßigen Zwischenpräsentationen

Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Hanni Liang / Sonja Stibi / N.N.	Mentoring I (Masterprojekt)	2
Hanni Liang / Sonja Stibi / N.N.	Mentoring II (Masterprojekt)	2

Profil B: Kuration & Leadership: Musik kuratieren, managen und vermitteln

B7. Modul Kuration & Formatentwicklung

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Kuration & Formatentwicklung«			**Modulverantwortliche*r: N.N.**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2-4	semesterweise	3 Semester	Pflicht	7	Gesamt: 210 h Präsenzstudium: 112,5 h Selbststudium: 97,5 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Profilprüfung übergreifend über Module 7 und 8 bestehend aus Werkmappe plus Präsentation:

- Werkmappe (z.B. Konzept für ein Vermittlungsformat, Vermittlungsprogramm oder eine Programmreihe inklusive Exposé, Kalkulation, Programm- und Einführungstexte)
- Mündlicher Projekt-Pitch (10min) mit Präsentation des Konzepts für ein Vermittlungsformat oder Vermittlungsprogramm/Programmreihe

Angestrebte Lernergebnisse

Das Modul *Kuration & Formatentwicklung* vermittelt den Studierenden umfassende Kompetenzen zur Analyse, Entwicklung und Gestaltung musikvermittelnder Formate im institutionellen Kontext. Sie reflektieren Rolle, Aufgaben und Potenziale von Kulturinstitutionen im Spannungsfeld von Kunst, Bildung und Teilhabe. Durch Gastimpulse externer Expert*innen erhalten sie Praxiseinblicke und erwerben fundiertes Wissen zu den Anforderungen an den Programmbereich Musikvermittlung im institutionellen Kontext als auch spezifischen strukturellen Bedingungen und Funktionsweisen verschiedener musikbezogener Kulturinstitutionen, insbesondere Konzerthaus, Philharmonie, Orchester und Musiktheater.

Die Studierenden verfügen über fundiertes Wissen zu Methoden der Vermittlung musikalischer Inhalte, um bestehende und neue Dialoggruppen gezielt anzusprechen. Im Rahmen eines partizipativen Projekts lernen die Studierenden exemplarisch partizipative Formate und Modi der Partizipation kennen und realisieren eigenständig oder kollaborativ ein Vorhaben, das spezifische Dialoggruppen ko-kreativ einbindet.

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, einen Spielplan bzw. ein Programm für die Sparte Musikvermittlung/Community an Kulturinstitutionen oder Klangkörpern strategisch zu entwerfen und begleitende Formate konzeptionell umzusetzen. Sie kennen Methoden zur Formatentwicklung und strategischen Planung von Musikvermittlungsprogrammen und beherrschen wesentliche Modelle zur Vermittlung künstlerischer Inhalte an bestehende und zu gewinnende Dialoggruppen und sind in der Lage ihre Vorhaben effektiv zu präsentieren.

Studieninhalte

Institutionalisierte Musikvermittlung:

- Rolle, Aufgaben und Potenziale musikbezogener Kulturinstitutionen (insbesondere Philharmonie, Orchester, Konzerthaus, Musiktheater)
- Anforderungen an die Sparte Musikvermittlung im institutionellen Kontext

Formatentwicklung I + II:

- Methoden und Techniken der Formatentwicklung
- Ansätze für partizipative und ko-kreative Formate und Community Outreach

Programm & Kuration:

- Einführung in die Tools und Methoden für die Programm- und Spielplangestaltung in unterschiedlichen Genres anhand von Praxisbeispielen
- Ansätze und Instrumente zur Vermittlung von künstlerischen Inhalten an spezifische Dialoggruppen inkl. der Segmentierung von Besucherstrukturen wie auch pädagogischer Vermittlungsmodelle
- Überblick von Besucherentwicklungen und Trends in unterschiedlichen Kulturbranchen anhand von ausgewählten Praxisbeispielen
- Analyse diverser Audience-Development- und Education-Programme, Erarbeitung von Audience Development-Strategien

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung und Übung
- Seminar und Übung
- Praxisseminar

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Sonja Stibi + externe Gastdozierende	Institutionalisierte Musikvermittlung (VU)	1,5
N.N.	Formatentwicklung I: Methoden & vermittelnde/begleitende Formate (SU)	2
Krysztina Winkel / Juliane Ludwig	Formatentwicklung II: Partizipatives Projekt (SU)	2
KM: Karla Hirsch	Programm und Kuration (PxS) *Mitbesuch von Programm & Kuration II im MA Kultur- und Musikmanagement*	2 (2. und 4. Semester)

B8. Modul Kulturmanagement & Leadership

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Kulturmanagement und Leadership«			**Modulverantwortliche*r: N.N.**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
2-4	jährlich zum Wintersemester	3 Semester	Pflicht	9	Gesamt: 270 h Präsenzstudium: 120 h Selbststudium: 150 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Testate, 80% Anwesenheit

Profilprüfung übergreifend über Module 7 und 8 bestehend aus:

- Werkmappe (z.B. Konzept für ein Vermittlungsformat, Vermittlungsprogramm oder eine Programmreihe inklusive Exposé, Kalkulation, Programm- und Einführungstexte)
- Mündlicher Projekt-Pitch (10min) mit Präsentation des Konzepts für ein Vermittlungsformat oder Vermittlungsprogramm/Programmreihe

Angestrebte Lernergebnisse

Die Leitung des Programmbereichs Musikvermittlung an einer Kulturinstitution erfordert spezielle Instrumentarien und persönliche „Skills“, die im Modul *Kulturmanagement & Leadership* vermittelt und entwickelt werden.
Die Studierenden wissen um Strukturen, Funktionsweisen und Modelle der Ablauforganisation von Kulturunternehmen. Darauf aufbauend werden Methoden der Teamleitung, Mitarbeiterführung, -motivation und -entwicklung vermittelt wie auch persönliche Fähigkeiten wie Konfliktmanagement, Führungstechniken, überzeugendes Präsentieren und Teammoderation entwickelt und geübt.
Das Modul vermittelt den Studierenden zudem grundlegende Kenntnisse von Cultural Entrepreneurship der Kulturbetriebslehre und befähigt sie, künstlerische und kulturelle Projekte professionell zu organisieren und strategisch zu leiten sowie wirtschaftliche Aspekte von Budgetierung und Finanzierung erfolgreich zu integrieren.
Nach Absolvieren des Moduls kennen die Studierenden die strukturellen Voraussetzungen für die erfolgreiche Leitung eines Programmbereichs und haben ihre persönlichen Führungsfähigkeiten weiterentwickelt.

Studieninhalte

<u>Rhetorik/Präsentationstechniken/Moderation:</u>

- Aufbau, Struktur und technische Umsetzung von Inhalten mit Hilfe von Präsentationssoftware.
- Grundlagen der Rhetorik, Analyse und Übungen zu verschiedenen Präsentationssituationen; überzeugendes Auftreten, Einsatz von Stimme und Körpersprache, Grundregeln einer „guten“ Rede, Methoden zum Umgang mit Lampenfieber

<u>Leadership Skills I:</u>

- Personalauswahl, -entwicklung und -motivation.
- Vermittlung und Diskussion unterschiedliche Führungsstile, sowie Anwendung auf den Kulturbetrieb
- Kommunikation: Reflexion von Kommunikationstypen, Rollen und Verhaltensmuster in Teams, Erarbeitung von Selbstbild-/Fremdbildanalysen sowie Stärke-/Schwächeprofilen einzeln und in Teams

<u>Leadership Skills II:</u>

- Workshops zu den Themen Kommunikation, Präsentation, Rhetorik, Führung und Konfliktmanagement bieten den Studierenden die Gelegenheit zur Entwicklung wichtiger Soft Skills für ihr weiteres Studium und den späteren Beruf.
- 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?

<u>Organisation und Change Management:</u>

- Vorstellung und Diskussion von Organisationstheorien und -modellen (Verantwortungsbereiche, Hierarchien, Schnittstellen, Reportingmechanismen). Des Weiteren werden Erfolgsfaktoren für organisatorische Veränderungsprozesse (Chance Management) erörtert und auf den Kulturbereich übertragen.
- Menschenorientierte Führung und Motivation: Führungsstile und -typen, Führungstechniken, eigenes Führungsverständnis
- Rollenverhalten im Team und Konfliktmanagement

Cultural Entrepreneurship:

- Grundlagen der Kulturbetriebslehre wie Budgetierung und Finanzierungsplanung, Fördermittelakquise, Marketingstrategien, Selbstmanagement, KSK etc. mit Fokus auf der Umsetzung künstlerischer Ideen in wirtschaftlich tragfähige und gesellschaftlich relevante Projekte

Lehr- und Lernformen

- Praxisseminar
- Übung
- Vorlesung und Übung
- Seminar und Übung

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Thorsten Bühner / Annalena Maas	Rhetorik/Präsentationstechniken/Moderation (Ü)	2 (nur 2. Semester)
Isabell Braumandl / Dr. Silke Weisweiler	Leadership Skills I (PxS)	1,5 (nur 2. Semester)
Isabell Braumandl / Dr. Silke Weisweiler	Leadership Skills II (Ü)	1,5 (nur 3. Semester)
Magdalena Wallkamm	Organisation & Change Management (VU)	2 (nur 3. Semester)
N.N.	Cultural Entrepreneurship (SU)	1 (nur 4. Semester)

B9. Abschlussmodul Profil B

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Abschlussmodul Profil B«			**Modulverantwortliche*r: N.N.**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3-4	jährlich zum Wintersemester	2 Semester	Pflicht	25	Gesamt: 750 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 690 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Absolvieren der Module 1-3 sowie Anteile von 4

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulteilprüfungen:

a) Benotete Prüfungsleistung „Masterarbeit“: Schriftliche Masterarbeit (Bearbeitungszeit 2 Semester)
b) Benotete Prüfungsleistung „Masterpräsentation“: Disputation (45 min, davon 15 min Präsentation mit Vortrag und 30 min Gespräch)
c) Testat Mentoring, 80% Anwesenheit mit regelmäßigen Zwischenpräsentation

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigenständig wissenschaftliche Fragestellungen aus der Musikvermittlung zu generieren, auf Grundlage wissenschaftlicher Methoden und (empirischer, theoretischer) Erkenntnisse zu erarbeiten, zu reflektieren und in formal korrekter Weise darzustellen sowie überzeugend zu argumentieren.

Spezifisches Lernziel der schriftlichen Masterarbeit ist der Transfer des erworbenen Wissens zu Konzepten, Methoden und Theorien von Musikvermittlung. Dabei stellen die Studierenden die Befähigung unter Beweis, auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden selbstständig eine Fragestellung aus dem Bereich der Musikvermittlung mit empirischen und/oder theoretischen Bezügen und zu erarbeiten, zu reflektieren und in formal angemessener Weise darstellen zu können. Sie erweitern ihre Kompetenzen zum eigenverantwortlichen wissenschaftlichen Arbeiten inklusive Recherche, medialer Informationserschließung, Quellensicherung, Analyse und Darstellung.

Mit der Masterpräsentation in Form einer Disputation stellen die Studierenden die Befähigung unter Beweis, ihre Fragestellung, den theoretischen Hintergrund, das methodisches Vorgehen sowie die Ergebnisse der Masterarbeit mündlich überzeugend darstellen und argumentativ vertreten zu können.

Studieninhalte

Masterarbeit
In der Masterarbeit soll eine spezifische Fragestellung oder anwendungsbezogene Problemstellung aus dem Bereich Musikermittlung in Form einer schriftlichen Arbeit analysiert und diskutiert werden. Die Auswahl erfolgt in Absprache mit der betreuenden Lehrperson. Die eigenständige Bearbeitung des Themas wird durch das begleitende Mentoring in Form eines Kolloquiums wissenschaftlich und methodisch begleitet.

Mentoring
Das Mentoring dient der wissenschaftstheoretischen Begleitung der Masterarbeit und findet in Form eines Kolloquiums sowie in Einzelbetreuung statt. Inhalte sind die Präsentation, Diskussion und Reflexion theorie- und forschungsrelevanter Fragestellungen in Zusammenhang mit der Masterarbeit.

Lehr- und Lernformen

- Schriftliche Arbeit (Masterarbeit)
- Mentoring mit Lehrenden-Feedback, Peer-to-Peer-Feedback und Diskurs zu regelmäßigen Zwischenpräsentationen der Studierenden

• Masterpräsentation als wissenschaftliches Streitgespräch (Disputation)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Sonja Stibi	Mentoring I (Masterarbeit)	2
Prof. Dr. Sonja Stibi	Mentoring II (Masterarbeit)	2

Profil C: Musikvermittlung als Wissenschaft: Musikvermittlung reflektieren und erforschen

C7. Modul Musikvermittlung & Forschung

<table>
<tr><td colspan="6">Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)</td></tr>
<tr><td colspan="4">Modul »Musikvermittlung & Forschung«</td><td colspan="2">Modulverantwortliche*r: Sonja Stibi / Friedrich Geiger</td></tr>
<tr><td>Semester</td><td>Häufigkeit des Angebots</td><td>Dauer</td><td>Art</td><td>ECTS-Punkte</td><td>Studentische Arbeitsbelastung</td></tr>
<tr><td>2-4</td><td>jährlich zum Wintersemester</td><td>3 Semester</td><td>Pflicht</td><td>10</td><td>Gesamt: 300 h
Präsenzstudium: 135 h
Selbststudium: 165 h</td></tr>
<tr><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzung</td></tr>
<tr><td colspan="6">Bestandenes Eignungsverfahren</td></tr>
<tr><td colspan="6">Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</td></tr>
<tr><td colspan="6">Modulteilprüfungen
• Referat (Vorstellung einer wissenschaftlichen Studie), Anteil an Modulnote 30%
• Forschungspräsentation (Vortrag), Anteil an Modulnote 70%</td></tr>
<tr><td colspan="6">Angestrebte Lernergebnisse</td></tr>
<tr><td colspan="6">Das Modul zielt auf die Entwicklung einer forschend-entwickelnden Haltung und Praxis sowie den Erwerb von Forschungskompetenzen, die nötig sind, um wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen und Forschungsprojekte durchzuführen. Nach Abschluss des Moduls Musikvermittlung & Forschung haben die Studierenden grundlegende Kenntnisse zur empirischen Forschungsmethodik erworben und verfügen über einen breiten Überblick über Grundlagen, Ansätze und Methoden qualitativer und quantitativer Forschung.

Sie setzen sich intensiv mit Musikvermittlung als interdisziplinärem Forschungsfeld auseinander, indem sie relevante Ansätze und Forschungsarbeiten zur Untersuchung von Vermittlungsprozessen rezipieren, analysieren, darstellen, kritisch bewerten und diskutieren. Die Studierenden erweitern ihre wissenschaftlichen Kompetenzen und sind in der Lage, Forschungsarbeiten inhaltlich sowie forschungsmethodisch kritisch-konstruktiv zu reflektieren sowie deren Erkenntnisse auf eigene Fragestellungen bzw. Tätigkeitsfelder anzuwenden.

Durch Forschendes Lernen erwerben sie Basiskompetenzen zur Entwicklung und Durchführung eigener Forschungsprojekte im Fach Musikvermittlung. Sie wissen um die Schritte des wissenschaftlichen Forschungsprozesses, kennen zentrale Methoden der Datenerhebung und -analyse und sind in der Lage, diese selbstständig auf empirische Fragestellungen anzuwenden. Die Studierenden wenden wissenschaftliche Theorien und Methoden praxisorientiert an, reflektieren deren Relevanz und Validität kritisch und präsentieren ihre Ergebnisse adäquat. Dadurch entwickeln sie die Fähigkeit, wissenschaftlich fundierte Lösungsansätze für Fragestellungen im Bereich Musikvermittlung zu generieren und in interdisziplinäre Kontexte zu übertragen.</td></tr>
<tr><td colspan="6">Studieninhalte</td></tr>
<tr><td colspan="6"><u>Einführung in die empirische Forschung und Forschungsmethodik</u>
• Grundbegriffe, Prinzipien und Gütekriterien der empirischen Forschung (insbes. Sozialwissenschaftliche Forschung)
• Phasen des Forschungsprozesses
• Formulierung von Forschungsfragen und Hypothesen sowie Entwicklung eines passenden Forschungsdesigns
• Überblick über qualitative und quantitative Forschungsmethoden
• Einführung in die Datenerhebung: Arten von Stichproben und deren Gewinnung (Interviews, Umfragen, Beobachtungen, Experimente)</td></tr>
</table>

- Grundzüge der Datenanalyse und -aufbereitung: Kodierung, statistische Auswertung, klassische Testtheorie, deskriptive Statistik
- Interpretation, Dokumentation und Darstellung von Forschungsergebnissen
- Einführung in wissenschaftliches Schreiben und Präsentation von Forschungsergebnissen

Musikvermittlung als Forschungsfeld
- Definition und Abgrenzung von Musikvermittlung als interdisziplinäres Forschungsfeld
- Überblick über zentrale Theorien, Diskurse und Forschungsfragen in der Musikvermittlung
- Auseinandersetzung mit zentralen Forschungsarbeiten zur Musikvermittlung und deren Forschungsdesign (z.B. Berufsbilder und Artistic Citizenship, (Nicht-)Besucher- und Teilhabeforschung, sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven, Partizipation und ko-kreative Formate, Praxis des Vermittelns und Anwendungsforschung, Empirische Ästhetik und Wahrnehmungsforschung, Rezeptions- und Wirkungsprozesse, Untersuchung kuratorischer und musikdramaturgischer Ansätze und Darbietungsformen, musiksoziologische Ansätze u.v.m.)
- Methodische Ansätze zur Evaluierung von musikvermittelnden Formaten und Projekten
- Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die praktische Musikvermittlung

Forschend lernen:
Anwendung und Erweiterung wissenschaftlicher Kompetenzen im eigenen Forschungsprojekt
- Entwicklung und Formulierung von Forschungsfragen im Bereich Musikvermittlung
- Literaturrecherche, kritische Auseinandersetzung mit relevanter Fachliteratur
- Entwicklung eigener Hypothesen und wissenschaftliche Argumentation
- Entwicklung eines geeigneten Forschungsdesigns: Auswahl und Anwendung geeigneter Forschungsmethoden inkl. Datenerhebung
- Analyse und Interpretation von Daten unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Standards
- Darstellung und Diskussion der Ergebnisse und gewählten methodischen Ansätze
- Reflexion der Forschungsarbeit anhand eines Lern- und Forschungsportfolios: Methodische Herausforderungen und ethische Aspekte des Forschungsprozesses
- Wissenschaftliche Kommunikation: Präsentation der Forschungsarbeit und -ergebnisse in mündlicher und schriftlicher Form

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung und Seminar
- Seminar

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
N.N. / LMU Virtuelle Hochschule Bayern (VHB)	Einführung in die empirische Forschung & Forschungsmethodik (VS)	2
Prof. Dr. Sonja Stibi	Musikvermittlung als Forschungsfeld (S)	2 (nur 2. Semester)
Prof. Dr. Sonja Stibi / N.N.	Forschend lernen I (S)	2 (nur 3. Semester)
Prof. Dr. Sonja Stibi / N.N.	Forschend lernen II (S)	3 (nur 4. Semester)

C8. Modul Musikvermittlung als Schnittstellendisziplin (Profil C)

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Musikvermittlung als Schnittstellendisziplin«			**Modulverantwortliche*r: N.N.**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3-4	jährlich zum Wintersemester	2 Semester	Pflicht	6	Gesamt: 180 h Präsenzstudium: 90 h Selbststudium: 90 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Benotete Studienleistungen
- Schriftliche Hausarbeit
- Intensive Talk: Statement und Gruppendiskussion

Testat, 80% Anwesenheit

Angestrebte Lernergebnisse

Im Modul *Musikvermittlung als Schnittstellendisziplin* vertiefen die Studierenden in flankierenden wissenschaftlichen Seminaren ihr Wissen und ihr Diskursvermögen, indem sie sich mit spezifischen Aspekten auseinandersetzen, die den aktuellen Musikvermittlungsdiskurs prägen (z. B. Kulturvermittlungs- und Teilhabeforschung, Musik-Gender-Diversität, Aufführungskulturen, Concert Studies). Sie rezipieren und diskutieren Theorien und Studien ausgewählter benachbarter Disziplinen wie z.B. Kulturwissenschaft, Musiksoziologie, Postcolonial Studies, Diversity Studies, empirische Ästhetik, Rezeptionsforschung) und erweitern ihre theoretisch-wissenschaftlichen Kompetenzen. Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden um die Bedeutung von interdisziplinären Perspektiven und Schnittstellen in der Musikvermittlung und reflektieren deren Potenziale im Spannungsfeld von Kunst, Bildung und Gesellschaft. Zudem sind sie befähigt, ihren eigenen Musik-, Kultur- und Vermittlungsbegriff, aber auch unterschiedliche Formate, Programme und Vermittlungspraxen sowohl theoretisch-fundiert als auch kritisch-konstruktiv zu reflektieren.

Studieninhalte

<u>Musik und Diversität:</u>
- Untersuchung der Rolle von Musik als Ausdruck kultureller Identität und sozialer Zugehörigkeit
- Analyse der Wechselwirkungen zwischen Musik, Diversität und gesellschaftlicher Teilhabe
- Reflexion von inklusiven und partizipativen Ansätzen in der Musikvermittlung zur Berücksichtigung vielfältiger kultureller Perspektiven
- Auseinandersetzung mit Themen wie Repräsentation von Minderheiten in musikalischen Kontexten, Zuschreibungen und Othering-Mechanismen sowie kulturelle Aneignung und Authentizität
- Analyse transkultureller Projekte und Beispiele aus der postmigrantischer Musikwelt
- Anwendung theoretischer Konzepte auf praktische Beispiele und Transfer auf eigene Vermittlungskonzepte, die Diversität berücksichtigen
- Reflexion über Herausforderungen und Chancen von Diversität in der Gestaltung von Vermittlungsformaten

<u>Kunst und Kultur im Wandel: Soziopolitische Einflüsse:</u>
- Kulturbegriffe
- Analytische Untersuchung aktueller Transformationsprozesse unter Aspekten soziopolitischer Einflüsse (z.B. Globalisierung, Migration, Emanzipations- und Partizipationsbewegungen, Kultur im Anthropozän etc.)
- Textlektüre und Diskurs aktueller Fragestellungen zum Verhältnis von Kunst, Kultur und Gesellschaft

<u>Concert Studies:</u>
- Kulturgeschichte und Entwicklung des Konzerts und Konzertwesens, Theorien zum (klassischen) Konzert

- Beschäftigung mit der »Kultur der Aufführung« in der Kunstform und Institution Konzert (ästhetische und rituelle Form, soziale und kulturelle Funktion)
- Aufführungskonzepte und Aufführungskontexte in der Geschichte des (klassischen) Konzertes,
- Analyse historischer und zeitgenössischer wie auch digitaler Konzertformate, Untersuchung von Darstellungsweisen, Programmgestaltung und Raumkonzepten
- Forschungsfelder, Forschungsfragen und Untersuchungsmethoden der Concert Studies (z.B. Rezeptionsprozesse, Konzerterfahrung, Bedingungen des Konzerterlebens, Rolle und Wahrnehmung des Publikums, Phänomenologie der Aufmerksamkeit, Zukunft des Konzertwesens, Strategien der Publikumsentwicklung und -beteiligung, Rollenbilder, Machtstrukturen und Hierarchien, Rolle digitaler Technologien und hybrid-digitaler Formate, kuratorische und dramaturgische Fragen u.v.m.)
- Theoretische Grundlagen und Modelle der Rezeptionsforschung und empirischen Ästhetik

Lehr- und Lernformen

- Seminar
- Vorlesung
- Vorlesung und Seminar

Lehrveranstaltungen

Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Christine Dettmann	Musik und Diversität (S)	2
N.N.	Concert Studies (VS)	2
Prof. Dorte Eilers	Kunst und Kultur im Wandel: Soziopolitische Einflüsse (S)	2 (2. und 4. Semester)

C9. Modul Abschlussmodul Profil C

Masterstudiengang Musikvermittlung (M. Arts)					
Modul »Abschlussmodul Profil C«			**Modulverantwortliche*r: N.N.**		
Semester	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	**Art**	**ECTS-Punkte**	**Studentische Arbeitsbelastung**
3-4	jährlich zum Wintersemester	2 Semester	Pflicht	25	Gesamt: 750 h Präsenzstudium: 60 h Selbststudium: 690 h

Teilnahmevoraussetzung

Bestandenes Eignungsverfahren
Absolvieren der Module 1-3 sowie Anteile von 4

Prüfungsart / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Modulteilprüfungen:

a) Benotete Prüfungsleistung „Masterarbeit“: Schriftliche Masterarbeit (Bearbeitungszeit 2 Semester)
b) Benotete Prüfungsleistung „Masterpräsentation“: Disputation (45 min, davon 15 min Präsentation mit Vortrag und 30 min Gespräch)
c) Testat Mentoring, 80% Anwesenheit mit regelmäßigen Zwischenpräsentation

Angestrebte Lernergebnisse

Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigenständig wissenschaftliche Fragestellungen aus der Musikvermittlung zu generieren, auf Grundlage wissenschaftlicher Methoden und (empirischer, theoretischer) Erkenntnisse zu erarbeiten, zu reflektieren und in formal korrekter Weise darzustellen sowie überzeugend zu argumentieren.

Spezifisches Lernziel der schriftlichen Masterarbeit ist der Transfer des erworbenen Wissens zu Konzepten, Methoden und Theorien von Musikvermittlung. Dabei stellen die Studierenden die Befähigung unter Beweis, auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden, selbstständig eine Fragestellung aus dem Bereich der Musikvermittlung mit empirischen und/oder theoretischen Bezügen und zu erarbeiten, zu reflektieren und in formal angemessener Weise darstellen zu können. Sie erweitern ihre Kompetenzen zum eigenverantwortlichen wissenschaftlichen Arbeiten inklusive Recherche, medialer Informationserschließung, Quellensicherung, Analyse und Darstellung

Mit der Masterpräsentation in Form einer Disputation stellen die Studierenden die Befähigung unter Beweis, ihre Fragestellung, den theoretischen Hintergrund, das methodisches Vorgehen sowie die Ergebnisse der Masterarbeit mündlich überzeugend darstellen und argumentativ vertreten zu können.

Studieninhalte

Masterarbeit
In der Masterarbeit soll eine spezifische Fragestellung oder anwendungsbezogene Problemstellung aus dem Bereich Musikvermittlung in Form einer schriftlichen Arbeit analysiert und diskutiert werden. Die Auswahl erfolgt in Absprache mit der betreuenden Lehrperson. Die eigenständige Bearbeitung des Themas wird durch das begleitende Mentoring in Form eines Kolloquiums wissenschaftlich und methodisch begleitet.

Mentoring
Das Mentoring dient der wissenschaftstheoretischen Begleitung der Masterarbeit und findet in Form eines Kolloquiums sowie in Einzelbetreuung statt. Inhalte sind die Präsentation, Diskussion und Reflexion theorie- und forschungsrelevanter Fragestellungen in Zusammenhang mit der Masterarbeit.

Lehr- und Lernformen

- Schriftliche Arbeit (Masterarbeit)
- Mentoring mit Lehrenden-Feedback, Peer-to-Peer-Feedback und Diskurs zu regelmäßigen Zwischenpräsentationen der Studierenden

Masterpräsentation als wissenschaftliches Streitgespräch (Disputation)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent/Dozentin	**Titel der Lehrveranstaltung**	**SWS**
Prof. Dr. Sonja Stibi	Mentoring I (Masterarbeit)	2
Prof. Dr. Sonja Stibi	Mentoring II (Masterarbeit)	2

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“
EX	Exkursion
FPSO	Fachprüfungs- und Studienordnung
G	Gruppenunterricht
K	Kolloquium
LV	Lehrveranstaltung
PP	Praxisprojekte
PR	Praktika
PxS	Praxisseminar
S	Seminar
Sem.	Semester
s.o.	siehe oben
s.u.	siehe unten
SU	Seminar mit Übung
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung
VS	Vorlesung mit Seminaranteilen
VU	Vorlesung mit Übung

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.