



Institut für Kultur- und Medienmanagement

Institut für  
Kultur- und Medienmanagement

Präsenzstudium  
Master of Arts (M.A.)  
Informationen für Interessierte

[www.KMM-Hamburg.de](http://www.KMM-Hamburg.de)



hochschule für musik und theater

Präsenzstudium  
Kultur- und Medienmanagement  
**Konsekutives Master-Studium**  
(Master of Arts / M.A.)

Herzlichen Dank für Ihr Interesse am Präsenzstudium „Kultur- und Medienmanagement“ mit dem Studienziel „Master of Arts“ (M.A.) am Institut KMM der Hochschule für Musik und Theater Hamburg.

Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Informationen zum Master-Studium. Sollten Sie darüber hinaus Fragen haben, dann scheuen Sie sich bitte nicht, uns diese zu stellen. Sie erreichen uns unter den unten angegebenen Kontaktdaten.

Unabhängig von weiteren Fragen möchten wir Ihnen empfehlen, regelmäßig unsere Website [www.KMM-Hamburg.de](http://www.KMM-Hamburg.de) zu besuchen.

### Kurzdarstellung

Das konsekutive Master-Studium „Kultur- und Medienmanagement“ wendet sich an Interessenten, die eine leitende Funktion in Einrichtungen bzw. im Rahmen von Projekten der Bereiche Kultur und/oder Medien anstreben. Es bereitet die Studierenden vielfältig, umfassend und detailliert auf Tätigkeiten als Führungskraft in verantwortlicher Funktion vor.

### Kompetenzziele

Während des Studiums vermitteln wir Ihnen vielfältige Qualifikationen, die Sie in verschiedenen Feldern des Kultur- und Medienbereichs zu kompetentem Handeln befähigen sollen:

- Systematisches Wissen über Wirtschaft und Recht,
- Analyse- und Beurteilungsfähigkeit von gesellschaftlich-politischen Zusammenhängen in Hinsicht auf die Entwicklungen des Kultur- und Mediensektors,
- strategische und operative Konzipierung, Planung und Durchführung von Projekten,
- Kenntnisse zum Personalmanagement, insbesondere zur Mitarbeiterführung und zur kommunikativen Kompetenz,
- Entwicklung von Strategien zu Fundraising und Sponsoring,
- Management im Non-Profit-Bereich.

### Berufsfelder (Beispiele)

Das KMM-Master-Studium soll Sie für leitende Funktionen in der Kultur- und Medienbranche qualifizieren. Hierzu gehören beispielsweise folgende Tätigkeiten:

- Assistenz der Geschäftsführung / der Intendanz etc. in Kultur- und Medieninstitutionen (Theater, Museum, Konzerthäuser, Veranstaltungsbüros, Stiftungen etc.),
- Leitungsfunktion in kultur- und medien-nahen Unternehmen,
- leitende Funktion in Kulturämtern und Kulturbehörden,
- Projektleitung / Projektmanagement,

- Wissenschaftliche Mitarbeit in Kultur- und Medieninstitutionen,
- Selbständigkeit im Kultur- und Medienmanagement,
- Künstlermanagement,
- Orchestermanagement,
- Kultur- und Medienberatung,
- Künstlerische Leitung, Geschäftsführung und Intendanz in Kulturinstitutionen.

### Studienstruktur

Das Präsenzstudium am Institut KMM ist ein Vollzeit-Studium. Es umfasst vier Semester - inklusive der Zeit für die Abschlussprüfung. Die Seminare und Vorlesungen finden in der Regel an drei Tagen in der Woche (Mittwoch bis Freitag ganztags) statt; an ausgewählten Samstagen werden Workshops angeboten. Bereits ab dem 1. Semester stehen zudem Kompakt- und Projektwochen sowie Fallstudien auf dem Programm, die sich während der Vorlesungszeit teilweise auch über eine ganze Woche erstrecken.

Für das Studium werden insgesamt 120 Credit Points (CP) vergeben. Diese verteilen sich gleichmäßig zu jeweils 30 CP auf die vier Semester. Ein CP entspricht in der Regel einem Arbeitsumfang von 30 Semesterwochenstunden. Eine SWS umfasst 45 Minuten.

Die Modulstruktur können Sie der Übersicht in Anlage 1 entnehmen. Zur Erläuterung:

- a) Die Module der ersten beiden Semester dienen überwiegend der *Wissensvermittlung*. Zur *Wissensanwendung* werden Projekte durchgeführt und fachlich begleitet („Projektmanagement I und II“).

- b) Die ersten drei Monate des dritten Semesters stehen für das 12-wöchige Pflicht-Praktikum („Externe Station“) zur Verfügung. In Form von Workshops und Fallstudien findet in den Modulen „Interdisziplinäre Werkstatt“ sowie „Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements“ ein Transfer der erworbenen Kenntnisse statt.
- c) Im Mittelpunkt des vierten Semesters steht die Abschlussprüfung. Zur Vorbereitung auf die Master-Prüfung finden Seminare und Workshops statt.

### Wissensvermittlung

Die *Wissensvermittlung* dient dem Auf- und Ausbau theoretischen Wissens über Anforderungen des Kultur- und Medienmanagements. Die Vermittlung erfolgt in fünf Modulelementen:

1. Wirtschaft,
2. Recht,
3. Politik und Gesellschaft,
4. Führung und Organisation,
5. kulturelle und Medien-Kompetenz.

Die Studieninhalte orientieren sich an den theoretischen und praktischen Erfordernissen von Berufsfeldern aus dem Bereich Kultur- und Medienmanagement. Dazu zählen insbesondere:

- Kultur- und Medienpolitik sowie
- Management in den Bereichen
  - klassische und populäre Musik,
  - Sprech-, Musik- und Tanztheater,
  - Bildende Kunst, Museen und Ausstellungen,

- Literatur und Verlage,
- Angewandte Kunst,
- Printmedien,
- Audiovisuelle Medien,
- Neue Medien,
- Non-Profit-Organisationen, Stiftungen,
- Veranstaltungen und Events,
- Kulturwirtschaft,
- Corporate Social Responsibility erwerbswirtschaftlich ausgerichteter Unternehmen.

### Wissensanwendung

Die *Wissensanwendung* ist geprägt durch eine sehr weitgehend freie Erfüllung von Management-Aufgaben. In verschiedenen Modulen werden interdisziplinär Schlüsselqualifikationen gefördert und die im Studium erworbenen Kenntnisse in den Berufsfeldern praktisch erprobt. Dies erfolgt unter anderem über

1. das **ProjektStudium**: Während des gesamten ersten und zweiten Semesters bearbeiten Projektteams jeweils eine Praxisaufgabe. Dafür steht ihnen wöchentlich ein bestimmtes Stundenkontingent zur Verfügung. Diese „Langzeit-Projekte“ ermöglichen den Studierenden die Betreuung eines komplexen Projektverlaufs.
2. die **ProjektWochen**: Im ersten und im zweiten Semester bearbeiten die Studierenden im Team innerhalb einer Kompaktwoche eine Praxisaufgabe. Die „Kurzzeit-Projekte“ dienen einer intensiven Auseinandersetzung mit Projekten. Hier widmen sich die Studierenden ganztags in Intensiv-Wochen einer Projektaufgabe.

3. die **Praktika**: Zu Beginn des dritten Semesters absolvieren die Studierenden ein mindestens 12 Wochen umfassendes Praktikum. Die Studierenden dürfen ihren Platz frei wählen. Einzige Bedingung: Er muss den Inhalten und Zielen des Studiums entsprechen.
4. **CaseStudies**: Neben dem individuellen Praktikum beinhalten das dritte und vierte Semester reale Fallstudien, die von den Studierenden eingehend analysiert und gestaltet werden. Die CaseStudies werden ergänzt durch **Planspiele**, in denen Entscheidungssituationen simuliert werden.

### Leistungsnachweise

Die Module werden studienbegleitend durch benotete Leistungsnachweise abgeschlossen, in denen die Studierenden nachweisen können, dass sie die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben.

### Abschlussprüfung

Die Abschlussprüfung setzt sich zusammen aus der Masterarbeit mit einem Umfang von rund 50 Seiten und einer mündlichen Prüfung von bis zu 45 Minuten.

Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt 12 Wochen. Das Thema ist frei wählbar, es muss jedoch einen Bezug zum Kultur- und Medienmanagement aufweisen und wissenschaftlichen Anforderungen genügen. Die mündliche Prüfung setzt sich zusammen aus

der Disputation der Masterarbeit und Fragestellungen aus zwei weiteren Lehrgebieten.

### Zulassungsbedingungen

Grundsätzliche – also von der zuständigen Behörde verordnete – Zulassungsbedingungen sind:

- Nachweis eines mind. berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses bzw. eines ersten akademischen Grades im Bereich der Geistes- Sozial-, Rechts- oder Wirtschaftswissenschaften bzw. eines abgeschlossenen Erststudiums an einer künstlerischen oder medienorientierten Hochschule,
- Nachweis von berufspraktischer Erfahrung im Kultur- und/oder Medienbereich.

In begründeten Einzelfällen kann von dieser Vorgabe abgewichen werden. Dazu bedarf es auf entsprechenden Antrag hin einer Einzelfallprüfung durch die Aufnahmeprüfungskommission.

### Bewerbungsverfahren

Zur Bewerbung senden Sie bitte folgende Unterlagen ein:

- Antragsformular (Download auf [www.KMM-hamburg.de](http://www.KMM-hamburg.de)) mit aktuellem Passbild (bitte notieren Sie Ihren Namen auf dessen Rückseite!),
- ein beglaubigtes Studienabschlusszeugnis,
- einen tabellarischen Lebenslauf, aus dem auch die bisherige Betätigung im Kultur- und Medienbereich hervorgeht,

- Nachweise über eine einschlägige Betätigung im Kultur- und/oder Medienbereich (Praktikumszeugnisse o.ä.),
- eine schriftliche Darlegung Ihrer Bewerbungsgründe (Motivationsbericht) im Umfang von bis zu drei Seiten.

Insbesondere dem Motivationsbericht kommt eine hohe Bedeutung zu. Als Bewerberinnen und Bewerber sollen Sie hier:

- Ihre Zielsetzungen und Beweggründe für ein KMM-Master-Studium erläutern,
- Ihre Kenntnisse über einzelne Problemfelder der gegenwärtigen Praxis des Kulturmanagements bzw. des Medienmanagements darlegen,
- eigene Zielvorstellungen für eine aus Ihrer Sicht anzustrebende Praxis im Kultur- und Medienmanagement entwickeln.

Der Motivationsbericht sollte ferner die Formulierings- und Ausdrucksfähigkeit der Bewerberinnen und Bewerber erkennen lassen.

Bewerberinnen und Bewerber aus nicht deutschsprachigen Ländern müssen gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachweisen, z.B. die erfolgreich bestandene Mittelstufenprüfung des Goethe-Institutes.

Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester. Bewerbungsschluss ist der 01. Juli (Ausschlussfrist). Die Zahl der Studienplätze pro Jahrgang ist begrenzt.

## Aufnahmeprüfung

Die Prüfung der von Ihnen eingereichten Unterlagen beschreibt die erste Stufe der Aufnahmeprüfung.

Nach einem entsprechenden Votum der Prüfungskommission laden wir Sie zur zweiten Stufe der Aufnahmeprüfung ein. Diese findet voraussichtlich in der zweiten August-Hälfte in Hamburg statt.

Die Stufe 2 besteht aus:

- (a) einem schriftlichen Eingangstest (30 Minuten): Hier erfassen wir Ihr Allgemeinwissen zu Kultur- und Medienthemen,
- (b) einem Prüfungsgespräch (bis zu 120 Minuten): An ihm nehmen bis zu sechs Bewerberinnen und Bewerber teil. 30 Minuten vor Beginn der mündlichen Prüfung erhalten Sie eine Aufgabe über ein aktuelles Thema aus dem Kultur- und Medienmanagement. Diese diskutieren Sie während der Prüfung. Hier werden wir in erster Linie Ihr Argumentationsvermögen und Ihre soziale Kompetenz begutachten sowie Ihre Fähigkeit, die Diskussion zielführend zu gestalten. Innerhalb des Prüfungsgesprächs stellt die Kommission individuelle Fachfragen an die Bewerberinnen und Bewerber,
- (c) einer schriftlichen Reflexion des Prüfungsgesprächs (30 Minuten): Hier haben Sie Gelegenheit, das soeben absolvierte Prüfungsgespräch und Ihren Beitrag zu reflektieren.

Zur Vorbereitung auf die Stufe 2 empfehlen wir das Studium der einschlägigen Print- und Online-

Medien zu allen Themenbereichen der Wissensvermittlung (siehe oben).

Wir informieren Sie innerhalb von sechs Wochen über das Prüfungsergebnis.

## Studiengebühren

Die Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg hat mit einer Änderung des Hamburgischen Hochschulgesetzes die Neugestaltung der Studienfinanzierung im Sinne einer Erhebung der Studiengebühren beschlossen.

Die Studiengebühr beträgt 375 Euro pro Semester. Diese kann im Falle eines vorangegangenen Bachelor-Studiums, das in Regelstudienzeit abgeschlossen wurde und als KMM-nah eingestuft werden kann, gestundet und nachgelagert entrichtet werden.

Darüber hinaus ist ein Semesterbeitrag i.H.v. € 261,30 (Semesterticket, Studierendenwerk, AS-TA, Verwaltungskostenbeitrag und Härtefond, Stand 01.08.2010) zu entrichten.

## Bewerbungsgebühren

Die Hochschule für Musik und Theater erhebt für die Teilnahme an der zweiten Stufe des Bewerbungs- und Zulassungsverfahrens, folglich für die Aufnahmeprüfung ein Entgelt in Höhe von € 30,-. Diese ist jeweils vorab - nach einer schriftlichen Aufforderung durch die Hochschule - auf das in dem Schreiben genannte Konto zu entrichten.

**Kontakt****Präsenzstudium KMM Hamburg**

Für Fragen steht Ihnen die Leitung der Geschäftsstelle gern zur Verfügung:

Stephanie Reuter

Fon: 040.428.482.528

Fax: 040.428.482.649

Mail: [KMM@HfMT-Hamburg.de](mailto:KMM@HfMT-Hamburg.de)

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte auf dem Postweg an:

Institut KMM

c/o Hochschule für Musik und Theater

Harvestehuder Weg 12

20148 Hamburg

Ihre Ansprechpartner:

**Direktor des Instituts KMM**

**Prof. Dr. Friedrich Look**

Fon: 040 / 428 482 760

[Look@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Look@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Leitung der Instituts-Geschäftsstelle**

**Stephanie Reuter**

Fon: 040 / 428 482 528

[KMM@hfmt-hamburg.de](mailto:KMM@hfmt-hamburg.de)

**Studierendenverwaltung und Controlling**

**Frank Gaebler**

Fon: 040 / 428 482 760

[Gaebler@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Gaebler@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Koordination KMM-Fernstudium**

**Carolin Oetzel**

**Moritz Scherberich**

Fon: 040 / 428 482 232

[fernstudium@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:fernstudium@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Bereich FORSCHUNG / Wissenschaftliche Mitarbeiter****Jens Klopp**

Fon: 040 / 414 688 215

[Klopp@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Klopp@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Sarah Horbach**

Fon: 040 / 414 688 216

[Horbach@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Horbach@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Darren Grundorf**

Fon: 040 / 414 688 213

[Grundorf@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Grundorf@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Christiane Klein**

Fon: 040 / 414 688 213

[Klein@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:Klein@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Bereich SERVICE****Leitung KMM Service**

**Tom Zimmermann**

Fon: 040 / 414 688 214

[zimmermann@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:zimmermann@Kulturmanagement-Hamburg.de)

**Mitarbeiterin KMM Service**

**Dorothee Kernich**

Fon: 040 / 414 688 214

[kernich@Kulturmanagement-Hamburg.de](mailto:kernich@Kulturmanagement-Hamburg.de)

Anlage: Studienplan

Studienplan nach Lehrgebieten und CreditPoints

Stand: 14. Dezember 2009

1 CP = 30 studentische Arbeitsstunden

1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester	
Management in Kultur- und Medieninrichtungen / -institutionen im nationalen und internationalen Vergleich I		Management in Kultur- und Medieninrichtungen / -institutionen im nationalen und internationalen Vergleich II		Angewandtes Kultur- und Medienmanagement		Master	
<b>Lehrmodul I</b> Lehrveranstaltungen Plenum	<b>22 CP</b>	<b>Lehrmodul II</b> Lehrveranstaltungen Plenum	<b>22 CP</b>	<b>Aufbaumodul</b> Fallstudien und Planspiele	<b>11 CP</b>	<b>Mastermodul</b>	<b>30 CP</b>
1. <i>Wirtschaft</i> 4 2. <i>Recht</i> 4 3. <i>Politik, Verwaltung, Gesellschaft</i> 3 4. <i>Führung und Organisation</i> 3 5. <i>Kulturelle und Medien-Kompetenz</i> 3		1. <i>Wirtschaft</i> 4 2. <i>Recht</i> 4 3. <i>Politik, Verwaltung, Gesellschaft</i> 3 4. <i>Führung und Organisation</i> 3 5. <i>Kulturelle und Medien-Kompetenz</i> 3		2 <i>Fallstudien</i> + ergänzende workshops: 1. <i>Wirtschaft</i> 2. <i>Recht</i> 3. <i>Politik, Verwaltung, Gesellschaft</i> 4. <i>Führung und Organisation</i>		<i>Fallstudien und Kolloquium</i>  <b>Master-Prüfung</b> Masterarbeit (12 Wochen) Mündliche Prüfung	6  24 18 6
<b>Ein Leistungsnachweis - drei Prüfungsteile</b> a. ein Referat und b. eine Hausarbeit und c. eine Klausur in jeweils verschiedenen Elementen	5	<b>Ein Leistungsnachweis - drei Prüfungsteile</b> a. ein Referat und b. eine Hausarbeit und c. eine Klausur in jeweils verschiedenen Elementen	5	1 <i>Leistungsnachweis</i> Form: Konzept Referat oder Hausarbeit	3		
<b>Praxismodul I</b> Projektarbeit in Gruppen.	<b>8 CP</b>	<b>Praxismodul II</b> Projektarbeit in Gruppen	<b>8 CP</b>	<b>Praxismodul III</b> individuelle Praktika	<b>19 CP</b>		
1. <i>Semester-Projekt</i> 1 <i>Leistungsnachweis</i> Ein <i>Projekt</i> + <i>Präsentation</i>	5	1. <i>Semester-Projekt</i> 1 <i>Leistungsnachweis</i> Ein <i>Projekt</i> (4 CP) Eine <i>Präsentation</i> (1 CP)	5	<b>Praxisphase</b> <i>Praktikum</i> (12 Wochen) Praktikumsprüfung (Bericht + mündliche Prüfung) = 1 <i>Leistungsnachweis</i>	19 16 3		
2. <i>Wochen-Projekte</i> Zwei <i>Projekte</i> (à 1 <i>Woche</i> à 1 CP) Zwei <i>Präsentationen</i> (à 0,5 CP)	3	2. <i>Wochen-Projekt</i> Ein <i>Projekt</i> (2 <i>Wochen</i> = 2 CP) Eine <i>Präsentation</i> (1 CP)	3				
<b>Σ CP</b>	<b>30</b>	<b>Σ CP</b>	<b>30</b>	<b>Σ CP</b>	<b>30</b>	<b>Σ CP</b>	<b>30</b>

1 CP = 30 studentische Arbeitsstunden

## Modulübersicht

Der Studienplan des Konsekutiven Master-Studiengangs (Präsenzstudium) in der Übersicht:

Modul	Bezeichnung	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		
MP 1.1	Kultur und Gesellschaft: Systeme, Akteure und Medien im Kontext des Kultur- und Medienmanagements I	6	4	VS + R						
MP 1.2	Betriebliche Steuerung im Kultur- und Medienmanagement	4	10	VS + K						
MP 1.3	Creative Leadership I	6	7	VS + HA						
MP 1.4	Projektmanagement I	6	9	S PA + P						
MP 2.1	Kultur und Gesellschaft: Systeme, Akteure und Medien im Kontext des Kultur- und Medienmanagements II		6		4		S + R			
MP 2.2	Strategisches Management im Kultur- und Medienmanagement		4		10		VS + K			
MP 2.3	Creative Leadership II		6		7		VS + HA			
MP 2.4	Projektmanagement II		6		9		S PA + P			
MP 3.1	Interdisziplinäre Werkstatt I					4	6	S WS + P		
MP 3.2	Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements / Kreative Milieus und offene Räume					4	5	VS + R		
MP 3.3	Externe Station					12	19	S + Einzel		
MP 4.1	Interdisziplinäre Werkstatt II							2	4	
MP 4.2	Examenskolloquien							2	2	
MP 4.3	Masterprüfung							16	24	
										Art + LN

MP = Master Präsenzstudium

V = Vorlesung | S = Seminar | PA = Projektarbeit | W = Workshop | Einzel = Einzelleistungen  
 SWS = Semesterwochenstunden | LP = Leistungspunkte (credit points) | Art = Veranstaltungsform | LN = Leistungsnachweise  
 K = Klausur | HA = Hausarbeit | R = Referat | P = Präsentation

1. Semester	MP 1.1		MP 1.2		MP 1.3		MP 1.4		SWS	LP
Wirtschaft			2	4					2	4
Recht			2	4					2	4
P + G	2	1			2	2			4	3
F + O					2	2	1	1	3	3
KMK	4	2			2	1			6	3
Leistungsnachweise	R	1	K	2	H	2				5
Semester-Projekt							4	5	4	5
Wochen-Projekt							1	3	1	3
<b>Σ MP 1.1 – 1.4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>30</b>

Ergänzungs-Legende:  
P + G =  
Politik und Gesellschaft  
F + O =  
Führung und Organisation  
KMK =  
Kulturelle und  
Medien-Kompetenz

MP 1.1				Kultur und Gesellschaft: Systeme, Akteure und Medien im Kontext des Kultur- und Medienmanagements I				
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar		6 SWS	Referat	3 + 1 LP
Bestandteile des Moduls				Ästhetik und Management I Systeme und Interdependenzen in Kultur- und Medien Kulturpolitik und kulturelle Infrastruktur Strukturen und Akteure				
Inhalte				Theorie und Praxis der sinnlichen Wahrnehmung unter Einbeziehung philosophischer und soziologischer Reflexionsfelder / Medienmärkte und Medienanalyse, Medienstrukturen, Kultur- und Medienforschung, Publikumsforschung & Audience Development, Zur Rolle der Verwertungsgesellschaften, Intensivkurs Medien I und II, Trends & Analysen der Kulturförderung / Nationale und internationale Kulturpolitik, Kulturprojekte, Anwendung, Rekonstruktion und Kritik verschiedener Theorien und Modelle und ihrer Grundannahmen / Darstellung geistig-kulturellen Lebens in Zeiträumen und Landschaften, Aktionen und Akteure der Bildenden Kunst, Stiftungsmanagement, Fundraising: Instrumente und Methoden, Grundlagen und Motive von Non-Profit-Organisationen, Engagementförderung				
Qualifikationsziele				Erkennen und kritische Diskussion um Ambivalenzen, Reibungspunkte und Synergien der Wechselwirkungen und Positionierungen von Ästhetik und Management / Erfassen von Theorien und Modellen komplexer Gegenstandsbereiche und Zusammenhänge von Kultur, Medien, Kommunikation, Ökonomie, Management, Gesellschaft / Erarbeitung theoretischer Grundlagen kulturwissenschaftlicher Forschung / Erfahren des wechselseitigen Aufeinandereinflusses von Akteuren oder Systemen sowie der Gesamtheit von Elementen, die aufeinander bezogen sind				
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Ringveranstaltungen, Podiumsdiskussionen, Themenwochen				
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Referat				

MP 1.2				Betriebliche Steuerung im Kultur- und Medienmanagement			
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar	4 SWS	Klausur	8 + 2 LP
Bestandteile des Moduls				Betriebliches Wirtschaften in Kultur und Medien Marketingmanagement Systeme des Kultur- und Medienrechts Steuerrechtliche Bedingungen im Profit- und Non-Profit-Management			
Inhalte				Der betriebliche Leistungsprozess, Buchhaltung und Bilanzierung, Grundlagen des Non-Profit-Management, Finanz- und volkswirtschaftliche Grundlagen, Kalkulation und Präsentation, Marktcharakteristika und Marktentwicklungen, Segmentierung, Verhalten und Bedürfnisse der Marktteilnehmer, mittelbarer und unmittelbarer Wettbewerb / Kultur- und Medienmarketing, Verlagsmarketing, Medien & Marketing I / nationale und internationale Rechtsgrundlagen, allg. Recht in Kultur und Medien, Gesellschaftsrecht, Veranstaltungsrecht, Presserecht, Verfassungshistorische Grundlagen und verfassungsrechtliche Bedingungen des staatlichen Einflusses auf die Kultur, Schutzbereich und Schranken der Kunstfreiheit, kommunales und staatliches Kulturrecht, Künstlersozialversicherung sowie Urheberrecht und verwandte Schutzrechte / Formelle Steuergesetze (z. B. Abgabenordnung und Bewertungsgesetz) und materielle Gesetze zu einzelnen Steuerarten; Steuersubjekt, Steuerobjekt, steuerliche Bemessungsgrundlage und Steuertarif			
Qualifikationsziele				Erfahren wirtschaftlicher Zusammenhänge und der dahinter liegenden Gesetzmäßigkeiten, Gewinnen von Erkenntnissen über betriebliche Strukturen und Prozesse / Erlernen des kontinuierlichen, systematischen, auf wissenschaftlichen Methoden basierenden und objektiven Prozesses, der das Geschehen auf allen unmittelbar und mittelbar relevanten Märkten analysiert zum Zwecke der Findung oder Absicherung von Entscheidungen / Hinführung zum Verfassungs- und Verwaltungsrecht von Kultur und Medien sowie zum Urheber- und Verlagsrecht / Darstellung aller unmittelbar und mittelbar relevanter Steuergesetze, auch der Gesetze zur Steuerverwaltung und Rechtsprechung.			
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Vor-Ort-Besuche			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Klausur			

MP 1.3				Creative Leadership I			
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar	6 SWS	Hausarbeit	5 + 2 LP
Bestandteile des Moduls				Führung in Kultur- und Medien I Führen und Formen kreativer Organisationen und Prozesse Kommunikationsanalyse und -training Kommunikation und Gesellschaft			
Inhalte				Entwicklung Führungskompetenz, Stile, Modelle, Konzepte und Techniken, Kommunikationstheorie und Führung, Aktives Zuhören / Einführung in die Organisations- und Personalentwicklung, Erforschung des Managements als Akteursgruppe, der Organisation als soziales System und Analyse des strukturellen Hintergrunds für Handlungen, Einführung ins Medien- und Redaktionsmanagement, Verlagsmanagement, Veranstaltungsmanagement / Gesprächs- und Verhandlungsführung, Mitarbeitergespräche, Situationsbezogene Analyse von Einflüssen auf Rede- und Gesprächsbeiträge / Individuelles und kollektives Wissen und dessen Organisation als Grundlage des sozialen und ökonomischen Zusammenlebens			
Qualifikationsziele				Wissenschaftliches Erfassen von Kommunikation, den Bedingungen und Kriterien für Kommunikationserfolge sowie verlässlichen Modellen, aus denen sich Vorhersagen und Handlungsanweisungen ableiten lassen. / Analyse gesellschaftlicher Entwicklungen im wissenschaftlichen, (bildungs-)politischen und privatwirtschaftlichen Kontext / Fähigkeit zur Strukturierung von Organisationen über soziale Positionierung und organisationale Handlungskonstellationen / Erfahren der Auswirkungen von Macht und Einfluss sowie der daraus resultierenden Konsequenzen			
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Rollenspiele			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Hausarbeit			

MP 1.4				Projektmanagement I			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar und Projektarbeit	6 SWS	Präsentation	1 + 5 + 3 LP
Bestandteile des Moduls				Projektmanagement und Empirische Forschung Projekt-Kolloquium Semesterprojekte Kompaktprojekte			
Inhalte				Gesamtheit aller Methoden zur Durchführung von Projekten, systematische Erhebung von Daten über soziale Tatsachen durch Beobachtung, Befragung/Interview, Experiment oder durch die Sammlung sogenannter prozessgenerierter Daten und deren Auswertung / Einblick in die berufliche Praxis - vollständige Durchführung eines anwendungsorientierten Projektes zur Bearbeitung einer praktischen Aufgabenstellung; Erarbeitung von Projektziel und Projektplan, Definition von Projektschritten und Arbeitsteilung, Akquisition und Präsentation, Einblick in Forschungsprozesse - vollständige Durchführung eines Forschungsprojekts zur Beantwortung einer wissenschaftlichen Fragestellung; Erarbeitung der Forschungsfrage, Aufbereitung des jeweiligen Forschungsstands, Entwicklung geeigneter Forschungsmethoden			
Qualifikationsziele				Entwicklung von Urteilsvermögen sowie organisatorischer und analytischer Fähigkeiten, um Praxis und Wissenschaft in angemessener Weise selbstständig zu planen, durchzuführen und die Ergebnisse zu vermitteln / Formung durch Teamarbeit			
Lehrformen				Seminare, Praxis- und/oder Forschungsprojekt			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Mitwirkung an Projekten inkl. Projekt-Präsentation			

2. Semester	MP 2.1		MP 2.2		MP 2.3		MP 2.4		SWS	LP
Wirtschaft			2	4					2	4
Recht			2	4					2	4
P + G	2	1			2	2			4	3
F + O					2	2	2	1	4	3
KMK	4	2			2	1			6	3
Leistungsnachweise	R	1	K	2	H	2				5
Semester-Projekt							3	5	3	5
Wochen-Projekt							1	3	1	3
<b>Σ MP 2.1 – 2.4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>30</b>

MP 2.1				Kultur- und Gesellschaft: Systeme, Akteure und Medien im Kontext des Kultur- und Medienmanagements II			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar	6 SWS	Referat	3 + 1 LP
Bestandteile des Moduls				Ästhetik und Management II Kulturelle Bildung und Medienkompetenz Medien und Kultur im soziokulturellen Kontext Strukturen und Akteure der Zivilgesellschaft			
Inhalte				Theorie und Praxis der sinnlichen Wahrnehmung unter Einbeziehung philosophischer und soziologischer Reflexionsfelder / Medienethik und Mediennutzung, Medienkunde und Medienkritik, Journalistische Ethik, Kulturtheorien und Kulturkritik, Management im Kontext von Kultur und Medientheorien, Intensivkurs Medien III / Partizipation am künstlerisch kulturellen Geschehen einer Gesellschaft im Besonderen und an ihren Lebens- und Handlungsvollzügen im Allgemeinen, Wechselseitige Beziehungen zwischen Massenmedien, Gesellschaft und Individuen und ihr Einfluss auf die Formen gesellschaftlicher Kommunikation / Metatrends, Megatrends, konsum- und soziokulturelle Trends sowie Produkt- und Modetrends, Akteure und Aktionen der Künste und Medien / Analyse und Umsetzung von gesellschaftlichen Entwicklungen und Trends, Vertiefung Stiftungsmanagement und Fundraising, Non-Profit-Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Engagementforschung			
Qualifikationsziele				Erkennen und kritische Diskussion um Ambivalenzen, Reibungspunkte und Synergien der Wechselwirkungen und Positionierungen von Ästhetik und Management / Erkennen der Bedeutung von kultureller Bildung für eine nachhaltige Beeinflussung des sozialen Lebens sowie der Fähigkeit, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend zu nutzen / Erfahren der soziologischen Aspekte von Architektur, Bildenden Künsten, Literatur, Musik, Darstellenden Künsten usw. / Erlernen der gesellschaftlichen Anpassungsstrategien an veränderte Umweltbedingungen demographischer, ökonomischer, technologischer oder kultureller Art			
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Exkursionen, Thementage, Ringveranstaltungen, Podiumsdiskussionen			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Referat / Gestaltung von Thementagen			

MP 2.2				Strategisches Management im Kultur- und Medienmanagement			
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar	4 SWS	Klausur	8 + 2 LP
Bestandteile des Moduls				Strategisches Management in Kultur und Medien Strategisches Marketing in Kultur und Medien Vertiefung „Rechtliche Rahmenbedingungen“ Vertiefung „Recht und Arbeit“			
Inhalte				Verfahren und Modelle des Change Management, (z.B. Lean Management und Business Process Reengineering, Total Quality Management); Methoden und Instrumente, (z. B. Wertschöpfungs-, Markt-, Branchen-, Stakeholder- und Zielanalyse, Entwicklungsszenarien, Preis- und Vertriebsmanagement), Vertiefung Finanzwirtschaft & Business Planung, Volkswirtschaftliche Schwerpunkte, Strategische Fundraising / Entwicklung von Leitbild und CI, Corporate Communications, strategisches Verlagsmarketing, Praxisbeispiele, Medien & Marketing II / Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Verhältnis des Urhebers und seiner Rechtsnachfolger zu seinem Werk und damit von Inhalt, Umfang, Übertragbarkeit und Folgen der Verletzung des subjektiven Rechts), Recht der Verwertungsgesellschaften, Vertiefung Presserecht, Rechtliche Rahmenbedingungen im Fundraising, Vertiefung Veranstaltungsrecht / Arbeitsrecht, Organ-Haftung, Existenzgründung, Rechnungslegung			
Qualifikationsziele				Erlernen von Aufgaben, Maßnahmen und Tätigkeiten zu bereichsübergreifenden und inhaltlich weit reichenden Veränderung – zwecks Umsetzung von neuen Strategien, Strukturen, Systemen, Prozessen und/oder Verhaltensweisen in einer Organisation / Erfahren von Konflikten mit Zielen und Prinzipien / Erfassen des subjektiven und absoluten Rechts auf Schutz geistigen Eigentums in ideeller und materieller Hinsicht / Erkennen der Rechtsbeziehungen des Arbeitgebers zu seinen Arbeitnehmern			
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Fallbeispiele			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Klausur			

MP 2.3				Creative Leadership II			
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar	6 SWS	Hausarbeit	5 + 2 LP
Bestandteile des Moduls				Führung in Kultur und Medien II Change Management Kommunikationspolitik			
Inhalte				Vertiefung Führungskompetenz: Führungsstile, und -techniken, Mitarbeitermotivation, Gesprächs- und Verhandlungsführung, Personalauswahl und -entwicklung, Mediation und Coaching / Entscheidungs- und Innovationsprozesse in kreativen Organisationen, Gestaltung von Veränderungsprozessen / Interne und externe Kommunikation, Presse- und Medienarbeit, Praxis der Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs, Corporate Communication, Krisenkommunikation			
Qualifikationsziele				Einführung in die Theorie beschränkt rationaler Entscheidungen / Erlernen der systematischen Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen in Organisationen zum Zwecke der Verwertung von Ideen im Unterschied zu Kreativität (= Entwicklung von Ideen) / Erfahren des sprachlichen Verhaltens und Absichten von Dialogpartnern in Sprechsituationen / Erkennen der Relevanz von verbaler und nonverbaler Kommunikation zwischen Angehörigen einer bestimmten Gruppe oder Organisation zum Zweck der Optimierung organisatorischer Abläufe (Effizienz), Informationsverbreitung (Transparenz), Austausch (Dialog) sowie Motivation und Bindung			
Lehrformen				Vorlesungen, Seminare, Diskussionsrunden			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Hausarbeit/Referat			

MP 2.4				Projektmanagement II			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar und Projektarbeit	6 SWS	Präsentation	1 + 5 + 3 LP
Bestandteile des Moduls				Controlling und Evaluation von Projekten Projekt-Kolloquium Semesterprojekte Kompaktprojekte			
Inhalte				Analyse, Auswertung und Vermittlung quantitativer und qualitativer Daten, Soll-Ist-Vergleich, Feststellung der Abweichungen, Bewerten der Konsequenzen und Vorschlägen von Korrekturmaßnahmen, Mitwirkung bei Maßnahmenplanung und Kontrolle der Durchführung, Modelle zur Optimierung von Entscheidungen und Instrumenten zur Verbesserung der Transparenz wirtschaftlicher Vorgänge, Erkennen von Chancen und Risiken für eine optimale Projektabwicklung / Einblick in die berufliche Praxis - vollständige Durchführung eines anwendungsorientierten Projektes zur Bearbeitung einer praktischen Aufgabenstellung; Erarbeitung von Projektziel und Projektplan, Definition von Projektschritten und Arbeitsteilung, Akquisition und Präsentation, Einblick in Forschungsprozesse - vollständige Durchführung eines Forschungsprojektes zur Beantwortung einer wissenschaftlichen Fragestellung; Erarbeitung der Forschungsfrage, Aufbereitung des jeweiligen Forschungsstands, Entwicklung geeigneter Forschungsmethoden			
Qualifikationsziele				Entwicklung von Urteilsvermögen sowie organisatorischer und analytischer Fähigkeiten, um Praxis und Wissenschaft in angemessener Weise selbstständig zu planen, durchzuführen und die Ergebnisse zu vermitteln / Formung durch Teamarbeit			
Lehrformen				Seminare, Praxis- und/oder Forschungsprojekt			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme, Mitwirkung an Projekten inkl. Projekt-Präsentation			

3. Semester	MP 3.1		MP 3.2		MP 3.3		SWS	LP
Wirtschaft	2	2	2	2			4	4
Recht	1	1					1	1
P + G			1	1			1	1
F + O			1	1			1	1
KMK	1	1					1	1
Leistungsnachweise	P	2	R	1	(Kolloquium)			3
Externe Station					10	16	10	16
Prüfung zur ES					2	3	2	3
<b>Σ MP 3.1 – 3.3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>30</b>

MP 3.1				Interdisziplinäre Werkstatt I			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar und Workshop	2 SWS	Präsentationen	4 + 2 LP
Bestandteile des Moduls				Anwendungsbezogene und forschungsbezogene Fälle Kultur Anwendungsbezogene und forschungsbezogene Fälle Medien			
Inhalt				Bearbeitung einer anwendungsbezogenen wissenschaftlich-praktischen oder auch künstlerischen Fragestellung aus Forschung oder Praxis.			
Qualifikationsziele				Die interdisziplinären Fälle ermöglichen einen Einblick sowohl in den beruflichen Alltag von Managern wie Künstlern als auch in die Verläufe von Forschungsprozessen über Entscheidungen. Sie stärken die kulturelle Sensibilität der Studierenden und deren Kompetenz in der komparativen Forschung, indem sie lernen, Situationen und Aktionen zu erfassen, zu reflektieren und selbstständig zu gestalten.			
Lehrform				Seminar, Workshop, Diskussionsrunden			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Präsentation (nicht benotet)			

MP 3.2				Aktuelle Themen des Kultur- und Medienmanagements			
Art	Umfang	LN	LP	Vorlesung und Seminar	4 SWS	Referat	4 + 1 LP
Bestandteile des Moduls				Kultur- und Medienmanagement im Kontext künstlerischer Prozesse Kultur- und Medienmanagement im Kontext der Entwicklung von Städten und Regionen Kultur- und Medienmanagement in Kontext aktueller Entwicklungen der Kultur- und Medienökonomie Kultur- und Medienmanagement im Kontext gesellschaftlicher Entwicklung			
Inhalte				Kreative Milieus und offene Räume / Kulturelle Zukunft der Stadt sowie der Lebensbedingungen ihrer Bewohner und Bewohnerinnen, aktuell: Stadt- und Regionalplanung, Stadtentwicklung durch Kultur, Stadt- und Soziokultur, Strategie einer Offenen Stadt, Förderung der Rahmenbedingungen für kreative Arbeitsplätze sowie Entwicklung neuer und alter Orte einer Stadt / Mikro- und makroökonomische Fragen bzw. Entscheidungen für eine kulturelle und mediale Entwicklung, aktuell: Bedeutung und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft, UNESCO-Konvention für Kulturelle Vielfalt vs. GATS / Nationale und internationale Milieustudien, Demografische Eigenschaften (u.a. Bildung, Beruf, Einkommen) und reale Lebenswelten, Lebensauffassungen und Lebensweisen, Kultur und Entwicklung, Soziokultur und Partizipation, Barrierefreiheit in Kultur und Medien, demografischer Wandel			
Qualifikationsziele				Erkennen des formellen und informellen Geflechts von Interaktionen zwischen Kultur, Kunst und Management / Erkennen des formellen und informellen Geflechts von Interaktionen zwischen Unternehmen, regionalen Bildungseinrichtungen sowie weiteren lokalen und regionalen Institutionen / Erfahren der Strategien zur milieu-orientierten Entwicklung einer Region unter Berücksichtigung sozialer und kultureller / Erlernen der ökonomische Analyse von Bedingungen kultureller und medialer Produktion, deren Distribution und Konsums / Erfassen der Modelle zur Gruppierung der Menschen nach Lebensauffassungen und Lebensweisen			
Lehrform				Vorlesungen, Seminare, Podiumsdiskussionen, Thementage, Exkursionen			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Referat			

MP 3.3				Externe Station			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar	12 SWS	-	16 + 3 LP
Bestandteile des Moduls				Begleitendes Kolloquium Externe Station			
Inhalte				Auswahl und Umsetzungsprozess der Station, Reflexion und Erkenntnis / Die Externen Stationen können wahlweise Ergebnisse und Erkenntnisse in der beruflichen Praxis vertiefen (Praktikum) oder zur wissenschaftlichen Forschung genutzt werden zur Suche nach neuen Erkenntnissen.			
Qualifikationsziele				In der Externen Station (Praktikum/Aufenthalt an einer Partnerhochschule) intensivieren die Studierenden ihre berufspraktischen/wissenschaftlichen und kommunikativen Kompetenzen und wenden ihr im Studium bereits erworbenes Wissen in der Praxis/internationalen Forschung an. In einem Zeitraum von mindestens 12 Wochen erfahren sie die Arbeit im Alltag einer Kultur- oder Medieninstitution bzw. einer internationalen Hochschule und können entweder neue Tätigkeiten und Berufs-/Forschungs- sowie Funktionsfelder kennenlernen oder ihre Kenntnisse von vertrauten Aufgaben und Bereichen/in der wissenschaftlichen Forschung trainieren. Zudem profitieren sie in ihrer persönlichen Entwicklung vom realitätsnahen Umgang mit Kollegen, von der konkreten Einbindung in eine Institution/ein Forschungsprojekt sowie von der Verantwortungsübernahme, die aus der Bearbeitung eigener Aufgabenstellungen resultiert.			
Lehrform				Seminare, Kolloquien, Praktikum / Studium			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme am Kolloquium / Absolvieren der Externen Station (mindestens 12 Wochen) / Bericht und Mündliche Reflexion (Prüfung, benotet)			

4. Semester	MP 4.1		MP 4.2		MP 4.3		SWS	LP
Fallstudien und Koll.	2	4	2	2			4	6
Masterarbeit					12	18	12	18
Mündliche Prüfung					4	6	4	6
<b>Σ MP 4.1 – 4.3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>30</b>

MP 4.1				Interdisziplinäre Werkstatt II			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar und Workshop	2 SWS	Präsentationen (nicht benotet)	4 LP
Bestandteile des Moduls				Anwendungsbezogene und forschungsbezogene Fälle Kultur Anwendungsbezogene und forschungsbezogene Fälle Medien			
Inhalte				Bearbeitung einer anwendungsbezogenen wissenschaftlich-praktischen oder auch künstlerischen Fragestellung aus Forschung oder Praxis.			
Qualifikationsziele				Die interdisziplinären Fälle ermöglichen einen Einblick sowohl in den beruflichen Alltag von Managern wie Künstlern als auch in die Verläufe von Forschungsprozessen über Entscheidungen. Sie stärken die kulturelle Sensibilität der Studierenden und deren Kompetenz in der komparativen Forschung, indem sie lernen, Situationen und Aktionen zu erfassen, zu reflektieren und selbstständig zu gestalten.			
Lehrform				Seminare, Workshops, Diskussionsrunden			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Präsentation (nicht benotet)			

MP 4.2				Examenskolloquien			
Art	Umfang	LN	LP	Seminar	2 SWS	Exposé (nicht benotet)	2 LP
Bestandteile des Moduls				Examensvorbereitendes Kolloquium Examensbegleitendes Kolloquium			
Inhalte				Vorstellung des Masterarbeits-Vorhabens, Diskussion über das Masterarbeits-Vorhaben im Seminar, Vorstellung und Erörterung des Aufbaus einer Masterarbeit / Erörterung der Kriterien zur Bewertung einer Masterarbeit, Beantwortung von Bearbeitungsfragen, Diskussionen über inhaltliche Ausrichtungen von Masterarbeiten, Erläuterung der Anforderungen der Mündlichen Masterprüfung.			
Qualifikationsziele				Die Kolloquien dienen der Vorbereitung auf die schriftlichen und mündlichen Anforderungen im Examen.			
Lehrform				Kolloquien			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Teilnahme und Exposé (nicht benotet)			

MP 4.3				Masterprüfung			
Art	Umfang	LN	LP	Einzelleistungen	12 + 4 SWS	-	18 + 6 LP
Bestandteile des Moduls				Masterarbeit Mündliche Masterprüfung			
Qualifikationsziele				In der Masterarbeit soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist, innerhalb von drei Monaten eine Aufgabe aus dem Bereich „Kultur- und Medienmanagement“ selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Thema und Aufgabenstellung der Masterarbeit müssen dem Prüfungszweck und der zur Verfügung stehenden Bearbeitungszeit entsprechen.  Die Mündliche Masterprüfung gliedert sich in drei gleichberechtigte Teile: (a) und (b) jeweils eine Prüfung in einem Fach, das sich thematisch nicht mit der Masterarbeit deckt, (c) Verteidigung der Masterarbeit – hier sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, ihre Forschungsergebnisse in verschiedenen Theorien- und Praxiskontexten vertiefend, reflektierend und meinungsbildend zu diskutieren.			
Teilnahmevoraussetzung				Zulassung zur Masterprüfung			
Lehrform				Selbststudium			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Absolvieren von Masterarbeit und Mündlicher Prüfung			