

Modularisierung Weiterbildender Master-Studiengang Kultur- und Medienmanagement (Fernstudium), Stand 08.06.2011

Der **Studienplan** des Weiterführenden Master-Studiengangs (Fernstudium) in der Übersicht

Modul	Bezeichnung	P SB	LP	W SB	LP	K	LP	P PV	LP	W PV	LP	HA	LP	LP Σ
MF 1.1	Creative Leadership I	1	2			1	2	1	2	1	2	1	2	10
MF 1.2	Ökonomische und juristische Bedingungen	2	4			2	4			1	2	1	2	12
MF 1.3	Politische und soziale Faktoren	1	2	2	4					1	2			8
MF 2.1	Creative Leadership II	1	2							3	6	1	2	10
MF 2.2	Marketingmanagement für Kultur und Medien	1	2	1	2	1	2			1	2	1	2	10
MF 2.3	Methodenkompetenz in Kultur und Medien	2	4			1	2			1	2	1	2	10
MF 3.1	Creative Leadership III			1	2					3	6	1	2	10
MF 3.2	Finanzmanagement für Kultur und Medien			1	2	1	2			1	2	1	2	8
MF 3.3	Wahlbereich aus Kultur oder Medien			3	6	1	2			1	2	1	2	12
MF 4.1	Creative Leadership IV			2	4									4
MF 4.2	Examensvorbereitung							1	2			1 (R)	2	4
MF 4.3	Master-Abschlussprüfung	Abschlussarbeit					16	Mündliche Abschlussprüfung					6	22

Legende:

MF = Master Fernstudium

SB = Studienbrief | PSB = Pflicht-SB | WSB = Wahlpflicht-SB (= 2 LP)

PV = Präsenzveranstaltung | PPV= Pflicht-PV / WPV = Wahlpflicht-PV (= 2 LP)

K = Klausur (= 2 LP) | HA = Hausarbeit (= 2 LP) | R = Referat (= 2 LP) | LP = Leistungspunkte



Module – Übersicht

1. Semester

MF 1.1				Creative Leadership I			
SB	PV	LN	LP	1 PSB	1 PPV + 1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	2 + 2 / 4 + 2 = 10 LP Kontaktzeit: 24 h Selbststudium: 276 h
Bestandteile des Moduls				PSB 1 Leadership (= Nr. 017-0807 „Führungskompetenz“) PPV 1 KMM Kompakt WPV 1 Mitarbeitergespräche* WPV 2 Verhandlungstraining* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Einordnung der Lehrgebiete und wesentlichen Arbeitsfelder des Kultur- und Medienmanagements sowie deren Zusammenhänge / Erkennen der Praxis- und Forschungsrelevanz der Studieninhalte / Entwicklung eigener Ansätze für berufliche und forschungsbezogene Fragestellungen / Erlernen des Führens von Mitarbeitergesprächen und Verhandlungen / Erfahren einer Sensibilisierung für Wechselwirkungen zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern sowie für den Ablauf von Kommunikationsprozessen mit dem Ziel, reflexive Fähigkeiten zur Erarbeitung praktischer Möglichkeiten, einen Status neu zu verhandeln und sich selbst in zielführendere, effektivere Positionen und Rollen zu bringen, zu nutzen			
Inhalte				Orientierung zur Organisation des Studienverlaufs und zur Einordnung in die Berufstätigkeit / Darstellung aktueller Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt eingebettet in aktuelle gesellschaftliche, politische und ökonomische Entwicklungen / Grundlagen und Methoden der Verhandlungsführung / Theorien und Methoden von Statusverhalten in Management- und Verhandlungssituationen mit Behörden, Kreativen, Mitarbeitern, Sponsoren / Kommunikationstheoretische Grundlagen zur zielführenden Gestaltung von Kommunikation (u.a. Fragen stellen, aktives Zuhören) / Führung von Mitarbeitergesprächen (u.a. kritisieren, loben, coachen) und von Beratungsgesprächen / Methoden der Konflikterkennung und Konfliktlösung			
Bemerkungen				Die Präsenzveranstaltungen findet in Hamburg statt.			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				keine			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 1.2				Ökonomische und juristische Bedingungen			
SB	PV	LN	LP	2 PSB	1 aus 2 WPV	2 K + 1 HA	4 + 4 / 2 + 2 = 12 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 348 h
Bestandteile des Moduls				PSB 2 Ökonomie in Kultur und Medien (= Nr. 201-1010 „Methoden der Betriebswirtschaft“) PSB 3 Recht in Kultur und Medien (= Nr. 202-1010 „Recht in Kultur und Medien“) WPV 1 NPO-Management* WPV 2 Vertragsrecht* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Erlangen einer Anwendungskompetenz von Methoden der Betriebswirtschaftslehre zur eigenständigen Bearbeitung praxis- und forschungsorientierter Fragestellungen anhand einer problemorientierten Auseinandersetzung mit Theorieansätzen insbesondere betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Methoden in Kenntnis wesentlicher Besteuerungsvorschriften (UStG, KStG, EStG, GewStG, AO) / Schaffen einer Sensibilität für den Umgang mit verschiedenen Anspruchsgruppen vor dem Hintergrund des Stakeholder-Ansatzes / Erlangung von Kenntnissen im Urheberrecht und verwandter Schutzrechte			
Inhalte				Methoden der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere der Produktions- und Kostentheorie, von Investition und Finanzierung, des Marketing / Charakter und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung und des betrieblichen Rechnungswesens / Marketing als Managementaufgabe inklusive ethischer Bedingungen eines marktorientierten Denkens und Handelns / Gesellschafts- und Steuer sowie Vertragsrecht / Verfassungsrechtliche, Europarechtliche, kartellrechtliche, wettbewerbsrechtliche und datenschutzrechtliche Grundlagen / Verwaltungsrecht für Kulturinstitutionen und Veranstalter / Überblick über historische Wurzeln und aktuelle Trends von Non-Profit-Märkten			
Bemerkungen				Die Präsenzveranstaltungen finden in Hamburg statt.			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				keine			
Voraussetzungen zum LP-Erwerb				Bearbeitung und Teilnahme, 2 Klausuren und 1 Hausarbeit			

MF 1.3				Politische und soziale Faktoren			
SB	PV	LN	LP	1 PSB + 2 aus 3 WSB	1 aus 2 WPV	-	6 / 2 = 8 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 228 h
Bestandteile des Moduls				PSB 3 Grundlagen der Politik und Verwaltung (= Nr. 072-0509 „Grundlagen der Politik und Verwaltung“) WSB 1 Kulturosoziologie (= Nr. 052-0807 „Kulturosoziologie“) WSB 2 Wissensmanagement (= Nr. 054-0807 „Wissensmanagement – Eine Einführung“) WSB 3 Bürgerschaftliches Engagement (tba – noch nicht erschienen) WPV 3 Stiftungsmanagement* WPV 4 Management von Ehrenamtlichen* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Erkennen und kritische Diskussion um Ambivalenzen, Reibungspunkte und Synergien der Wechselwirkungen und Positionierungen von Politik und Gesellschaft / Erfassen von Theorien und Modellen komplexer gesellschaftlicher Zusammenhänge / Erarbeitung theoretischer Grundlagen politik- und gesellschaftswissenschaftlicher Forschung / Erfahren des wechselseitigen Aufeinandereinflusses von Akteuren oder Systemen in Politik und Gesellschaft allgemein sowie einzelner Ausprägungen (u.a. Bürgerschaftliches Engagement) im Besonderen			
Inhalte				Konzeptionalisierung des Kulturbegriffs, Massenkultur und Hochkultur, Konstruktion kultureller Wirklichkeit, Kultur als Anpassung des Menschen an seine eigene Natur, Kultur als Weltfrömmigkeit / Staatliche und kommunale Grundprinzipien, Staatsorgane in Bund und Ländern, staatlicher und kommunaler Verwaltungsaufbau / Verfassungsrecht aller Gebietskörperschaften / Willensbildung und Entscheidungsfindung in Kommunen / Verwaltungsorganisation und Neues Steuerungsmodell unter Beachtung der Rechtsquellen und Regelungen, Ziele, Maßnahmen und Mitteln des Verwaltungshandelns / Merkmale, Herausforderungen und Probleme der Wissensgesellschaft, insbesondere anhand des „lebenslangen Lernens“ und „lernender Organisationen“ / Bürgerschaftliches Engagement, insbesondere in Form von Ehrenamt und Stiftungswesen (u.a. rechtlich selbstständige und unselbstständige Stiftungen, fördernde und operative Stiftungen, Familienstiftungen, Treuhandstiftungen) / Stiftungs- und steuerrechtliche Grundlagen, Stiftungsgründung, Entwicklung einer Stiftungsstrategie, Programmentwicklung und Projektarbeit, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit für Stiftungen / Historische Einordnung des Ehrenamtes, Theorie und Praxis des Freiwilligenmanagements, Aufbau ehrenamtlicher Arbeitsgebiete, Integration Ehrenamtlicher in Institutionen			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				keine			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme			

2. Semester

MF 2.1				Creative Leadership II			
SB	PV	LN	LP	1 PSB	3 aus 4 WPV	1 HA	2 / 6 + 2 = 10 LP Kontaktzeit: 36 h Selbststudium: 264 h
Bestandteile des Moduls				PSB 1 Projektsteuerung und Evaluation im Kultur- und Medienmanagement (= Nr. 073-0908 „Projektsteuerung und Evaluation“) WPV 1 Personalwirtschaft* WPV 2 Personalmanagement* WPV 3 Personalauswahl* WPV 4 Projektentwicklung* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Wissenschaftliches Erfassen von Aufbau und Evaluation projektgebundenen Managements / Erfahren der Bedeutung von Projektzielen und ihrer Strukturierungsfunktion sowie Verständnis des Qualitätsbegriffs / Erlangen eines Bewusstseins für Bedeutung von Teamarbeit und die vielfältigen Interdependenzen von Teamkonstellationen / Bildung eines Anwendungsverständnisses für Anforderungen, die an Führung und Delegation gestellt werden / Einführung in die Theorie beschränkt rationaler personalpolitischer Entscheidungen / Erlernen der systematischen Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen in Organisationen vor dem Hintergrund personaltheoretischer und personalpolitischer Konsequenzen / 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			
Inhalte				Entwicklungshintergrund und Begriffsabgrenzung von „Projekt“ und „Projektmanagement“ / Ziele und Qualität in Projekt und Projektprozess, Projektcontrolling, Evaluationsverfahren im Projektmanagement / Strategische Projektsteuerung im Management-Alltag unter Anwendung von Mehrphasen-Programmen zur Strategieentwicklung / Relevanz, Grundbegriffe und „Philosophie“ der Personalarbeit / Einsatzbereiche des Personalmanagements in (Kultur- und Medien-)Organisationen, Methoden und Instrumente zur Planung / Vorbereitung und Durchführung von Personalauswahl- und Personalentwicklungsverfahren / Personalmanagement als quantitative und qualitative Personalarbeit / Integration von Personalmanagement und Organisationsentwicklung / Personalentwicklung als qualitative Personalarbeit / Erfolgsfaktor „Personalentwicklung“			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 1.1-1.3, Bearbeitung der Studienbriefe			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Hausarbeit			

MF 2.2				Marketingmanagement für Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	1 PSB + 1 aus 2 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	4 + 2 / 2 + 2 = 10 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 288 h
Bestandteile des Moduls				PSB 2 Marketing-Management (= Nr. 203-1010 „Marketingmanagement“) WSB 1 Marketing-Mix (= Nr. 204-1010 „Marketing: Preis- und Distributionspolitik“) WSB 2 Marketing-Konzeption (= Nr. 205-1010 „Marketing: Strategie und Planung“) WPV 5 Corporate Social Responsibility* WPV 6 Marketingkommunikation und -entwicklung* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Befähigung zur selbständigen, strukturierten Bewältigung spezifischer Marketinganforderungen / Aneignung von Marketingstrategien, Erlernen der Instrumente zu Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketing-Maßnahmen / Erlangen von Kenntnis der Struktur der Marktsegmente und des Verhaltens der mittelbaren und unmittelbaren Marktteilnehmer / Erlernen der Bedingungen zur Preisgestaltung im privat und im öffentlich getragenen Kultur- und Medienbetrieb / Erlangen von grundlegendem Wissen über Bedeutung, Funktionen und Einsatzmöglichkeiten der Managementinformationssysteme / Erkennen der Bedeutung von CSR als below-the-line-Tool / Erlernen von Marketingcontrolling-Instrumenten und Bewertung der Leistungsfähigkeit von Marketingaktivitäten im Hinblick auf Organisationsziele und -strategien			
Inhalte				Kulturelle Grundlagen der marktwirtschaftlichen Ordnung / Ziele und Elemente des Marketing-Managements unter Einbindung der Verhaltenstheorie / Marketingperspektiven kultureller und medialer Institutionen / Methoden und Instrumente der Marktanalyse und -segmentierung / Strategische Marketingentscheidungen sowie strategische Aspekte von Marketingplanung, Marketingstrategien und -programmen / Entscheidungsmodelle für Internationalisierungsstrategien und Wettbewerbsstrategien / Methoden der Preisbestimmung / strategisches und operatives Marketingcontrolling / Bausteine einer Konzeption für das interne Marketing, Integration in das Unternehmensmanagement / Wirtschafts- und Unternehmensethik im Hinblick auf Konzepte der gesellschaftlichen Verantwortung und des sozialen Engagements von Unternehmen / Motive, Ziele, Instrumente und Nutzen von CSR / Interne und externe Kommunikation, Evaluation und Reporting			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 1.1-1.3, Bearbeitung der Studienbriefe			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 2.3				Methodenkompetenz in Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	2 PSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	4 + 2 / 2 + 2 = 10 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 288 h
Bestandteile des Moduls				PSB 3 Kultur- und Medienforschung (= Nr. 068-0807 „Besucherforschung und Evaluation“) PSB 4 Kultur- und Medienkompetenz (= Nr. 089-0410 „Der Kunstmarkt – Akteure, Strategien und Entscheidungen“) WPV 7 Medien- und Kulturforschung* WPV 8 Kulturelle Kompetenz und Medien-Kompetenz* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Erlernen von Möglichkeiten, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen des Einsatzes der Methoden der Datengewinnung, Grundlagenwissen über mathematisch-statistische Verfahren zur eigenständigen Beantwortung der jeweiligen Fragestellung / Erlangen methodischen Wissens zur Analyse des Makro- und Mikroumfelds von kulturellen und medialen Entscheidungen			
Inhalte				Methodologie und Methodik, Auswertungs- und Prognosemethoden / Datenauswertung und –prognose, insbesondere Auswertungsmethoden zur Erstellungs- und Imagemessung, zur Umfeld- und Wettbewerbsanalyse, zur Analyse des Makro- und Mikroumfeldes / Analyse des eigenen Betriebes, insbesondere Struktur und Methoden der Organisationsanalyse / Kulturmanagement im internationalen Vergleich / Methoden der telemetrischen Zuschauerforschung, Ansätze der Hörerforschung, der Programmforschung und der Darstellung von Konsequenzen dieser Forschung für die Programmpolitik / Methodik von Bevölkerungsumfragen / Soziale und ästhetische Dimensionen der Mediatisierung, Ästhetik des Synthetischen, Einführung in medienwissenschaftliche Fragen ästhetischer Phänomene, Schlüsselbegriffe der Medientheorie, Anforderungen medialer Verfügbarkeit und ihrer Auswirkungen auf die Akteure / Kulturelle Vielfalt, Kulturvermittlung, Vermittlungskonzepte und –formate			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 1.1-1.3, Bearbeitung der Studienbriefe			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

3. Semester

MF 3.1				Creative Leadership III			
SB	PV	LN	LP	1 aus 2 WSB	3 aus 4 WPV	1 HA	2 / 6 + 2 = 10 LP Kontaktzeit: 36 h Selbststudium: 264 h
Bestandteile des Moduls				WSB 1 Organisationsentwicklung (= Nr. 206-1010 „Organisationsentwicklung“) WSB 2 Modelle des Change Managements (= Nr. 207-1010 „Modelle des Change Managements“) WPV 1 Organisationsentwicklung* WPV 2 Konfliktmanagement und Krisenkommunikation* WPV 3 Führungstraining und Coaching* WPV 4 Mitarbeitermotivation* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Erlernen von techno-, sozio- und systemstrukturierten organisationstheoretischen Ansätzen sowie von Modellen und Methoden der Organisationsentwicklung / Aneignung der Fähigkeit zur Auseinandersetzung mit Kultur, Kulturbegriff und Kultur- und Medienkritik / Entwicklung eines Verständnisses für Business Process Reengineering unter Berücksichtigung von Umweltkonstellationen sowie betriebsinterner und -externer Entscheidungsprozesse / Erlernen von Reaktionsmöglichkeiten auf ein sich wandelndes Managementverständnis / Erkennen und Berücksichtigen von Triebkräften und Hemmnissen zur Analyse von Innovationspotenzialen			
Inhalte				Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung / Modelle des Kulturwandels zweiter Ordnung / Umgang mit Vielfalt (Managing Diversity) / Grundlagen des Business Process Reengineering und Anwendbarkeit des BPR auf Kultur- und Medieninstitutionen / Prozesse als Gliederungskriterien / Spektrum prozessorientierter Organisationskonzepte / IT-Unterstützung und Yield-Management / Management von Reorganisationsprojekten, einer Innovationsorganisation und von Forschungs- und Entwicklungsarbeit / Möglichkeiten und Grenzen der Mediation sowie Ablauf von Mediationsverfahren / Krise und Prävention unter Berücksichtigung von sozialpsychologischen Bestimmungsfaktoren / Coaching-Modelle			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Abschluss der Module 1.1-1.3, Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 2.1-2.3, Bearbeitung der Studienbriefe der Module 2.1-2.3			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Hausarbeit			

MF 3,2				Finanzmanagement für Kultur und Medien			
SB	PV	LN	LP	1 aus 2 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	2 + 2 / 2 + 2 = 8 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 228 h
Bestandteile des Moduls				WSB 3 Finanzanalyse (= Nr. 208-1010 „Finanzmanagement“) WSB 4 Fundraising (= Nr. 086-1109 „Fundraising – Management, Methoden und Instrumente“) WPV 5 Finanzierungsalternativen für Kultur und Medien* WPV 6 Fundraising-Management * * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
Qualifikationsziele				Erfahren finanzwirtschaftlicher Zusammenhänge und der dahinter liegenden Gesetzmäßigkeiten / Gewinnen von Erkenntnissen über finanzpolitische Anforderungen unter Berücksichtigung betriebsinterner und -externer Strukturen und Prozesse / Erlernen des kontinuierlichen, systematischen, auf wissenschaftlichen Methoden basierenden und objektiven Finanzprozesses zum Zwecke der Findung oder Absicherung von Entscheidungen			
Inhalte				Finanzanalyse, Finanzplanung und -controlling, unter anderem anhand der Kennzahlenanalyse / Modelle und Methoden zur Erstellung und Auswertung von Business-Plänen / Darstellung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Profit- und Non-Profit-Finanzierung in Dienstleistungsorganisationen / Sonderformen der Finanzierung unter Berücksichtigung des Einflusses der betrieblichen Umwelt auf die Finanzplanung / Fundraising als Beschaffungs- und Beziehungsinstrument / Strukturen und Entwicklungen des Dritten Sektors			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Abschluss der Module 1.1-1.3, Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 2.1-2.3, Bearbeitung der Studienbriefe der Module 2.1-2.3			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

MF 3.3				Wahlbereich aus Kultur oder Medien			
SB	PV	LN	LP	3 aus 4 WSB	1 aus 2 WPV	1 K + 1 HA	6 + 2 / 2 + 2 = 12 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 348 h
Bestandteile des Moduls				WSB 5 Kulturelle Identität(en) (= Nr. 209-1010 „Kulturelle Identität(en) – Umgang mit Vielfalt“) WSB 6 Museen und ihre Transferrelevanz für die Kultur - die mögliche Auswahl entnehmen Sie bitte der Studienbrief-Übersicht in Ihrem Studienordner WSB 7 Medieneinsatz (= Nr. 210-1010 „Medianwendungen im Fokus“) WSB 8 Die Auktion auf dem internationalen Kunstmarkt (= Nr. 090-0510 „Die Auktion auf dem internationalen Kunstmarkt“) WPV 7 Fallbeispiele aus dem Bereich Kultur* WPV 8 Fallbeispiele aus dem Bereich Medien* * bitte prüfen Sie in den Semesterprogrammen der Präsenzveranstaltungen die Angaben zur Zuordnung der einzelnen Angebote			
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			
Inhalte				Kultur- und Mediengeschichte, Kultur- und Medientheorie / Erwerb von Kultur, Selbst- und Fremdentifikation anhand von Bildern und Stereotypen / Bedeutung der Immaterialität und der Integrativität für Kultureinrichtungen / Konsequenzen der Integrativität für Besucher und weitere Anspruchsgruppen / Konsequenzen für die Gestaltung und Steuerung von Dienstleistungsprozessen / Gestaltung und Steuerung des Leistungserstellungsprozesses unter Berücksichtigung des Zusammenwirkens von Leistungspotenzial und Leistungserstellungsprozess / Strategische Aspekte der Identifikation und des Erfassens von Leistungspotenzialen, operative Aspekte eines besucherorientierten Einsatzes des Leistungspotenzials / Verfahren zur sozialwissenschaftlichen Informationsgewinnung und Besucherforschung / Ausgewählte Befragungs- und Evaluationsprojekte			
Lehrformen				Studienbriefe und Präsenzveranstaltungen			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Abschluss der Module 1.1-1.3, Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 2.1-2.3, Bearbeitung der Studienbriefe der Module 2.1-2.3			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung und Teilnahme, Klausur und Hausarbeit			

4. Semester

MF 4.1				Creative Leadership IV			
SB	PV	LN	LP	2 aus 3 WSB	-	-	4 LP Kontaktzeit: - Selbststudium: 120 h
Bestandteile des Moduls				WSB 1 Qualitätsmanagement (= Nr. 211-1010 „Qualitätsmanagement“) WSB 2 Strategisches Management (tba – noch nicht erschienen) WSB 3 Kulturmanagement-Repetitorium (= Nr. 051-0807 „Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik“)			
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			
Inhalte				Qualitätsmanagementsysteme für Kultureinrichtungen / Gestaltung von QM-Systemen und die Prozesse zu ihrer Einführung unter Berücksichtigung von Exzellenzmodellen / Verfahren und Modelle zur Bestimmung der Dienstleistungsqualität (u.a. SERVQUAL, Mystery-Shopping, Blueprint, Critical Incident Technik, Problem Detecting) / Führen in Zeiten des Umbruchs und im Zeichen wachsender Komplexität / Delegation von Verantwortung / Strategische Analyse- und Planungskonzepte / Essays zur kritischen Theorie, zur Kulturosoziologie, zur Organisationssoziologie und zur Systemtheorie			
Lehrformen				Studienbriefe			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Abschluss der Module 2.1-2.3, Besuch der Veranstaltungen in den Modulen 3.1-3.3, Bearbeitung der Studienbriefe der Module 3.1-3.3			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Bearbeitung			

MF 4.2				Examensvorbereitung			
SB	PV	LN	LP	-	1 PPV	1 R	2 + 2 = 4 LP Kontaktzeit: 12 h Selbststudium: 108 h
Bestandteile des Moduls				PPV Examenskolloquium			
Qualifikationsziele				Das Kolloquium dient der Vorbereitung auf die schriftlichen und mündlichen Anforderungen im Examen.			
Inhalte				Im Kolloquium werden die Themen und Inhalte der Abschlussarbeiten präsentiert und diskutiert. Die Teilnehmer erhalten individuelles Feedback.			
Bemerkungen				Die Präsenzveranstaltung findet in Hamburg statt.			
Lehrform				Kolloquium			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzungen zur Teilnahme				Abschluss der Module 3.1-3.3 sowie 4.1 Zulassung zur Abschlussprüfung / zum Modul 4.3			
Voraussetzungen zum Erwerb von LP				Teilnahme und Präsentation			

MF 4.3				Master-Abschlussprüfung			
SB	PV	LN	LP	-	-	MAA / MMP	16 + 6 = 22 LP Kontaktzeit: - Selbststudium: 660 h
Bestandteile des Moduls				Abschlussarbeit (MAA) Mündliche Abschlussprüfung (MMP)			
Qualifikationsziele				<p>Masterarbeit: 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.</p> <p>Mündliche Masterprüfung: Die Mündliche Masterprüfung gliedert sich in drei gleich berechnete 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.</p>			
Bemerkungen				Die Mündliche Prüfung findet in Hamburg statt.			
Teilnahmevoraussetzung				Zulassung zur Masterprüfung			
Lehrform				Selbststudium			
Häufigkeit des Angebots				In jedem Semester			
Voraussetzung zur Teilnahme				Zulassung zur Abschlussprüfung			
Voraussetzung zum LP-Erwerb				Absolvieren von Modul 4.2 sowie von Masterarbeit und Mündlicher Prüfung			