



Institut für Kultur- und Medienmanagement

Institut für
Kultur- und Medienmanagement

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

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 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 mediennahen 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.

- „Aufbaumodul I“ ein Transfer der erworbenen Kenntnisse statt.
- c) Im Mittelpunkt des vierten Semesters steht die Abschlussprüfung („Master-Modul“). Zur Vorbereitung auf die Master-Prüfung finden Seminare und Workshops statt.

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) statt; an ausgewählten Samstagen werden Workshops angeboten. Projektwochen und Fallstudien erstrecken sich zum Teil über eine ganze Woche.

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 ersten beiden Semester („Management in Kultur- und Medieneinrichtungen bzw. Kultur- und Medienprojekten I und II“) dienen überwiegend der *Wissensvermittlung* („Lehrmodul I und II“). Zur *Wissensanwendung* werden Projektkurse angeboten („Projektmodul I und II“).
- b) Die ersten drei Monate des dritten Semesters stehen für das 12-wöchige Pflicht-Praktikum („Praxismodul III“) zur Verfügung. In Form von Workshops und Fallstudien findet in

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. Kommunikation und Organisation,
5. kulturelle und mediale 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 den Praxismodulen 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 den 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) 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 Mittelstufeprüfung des Goethe-Institutes.

Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester. Bewerbungsschluss ist der 01. Juli (Ausschlussfrist). Die Zahl der Studienplätze ist pro Jahrgang auf rund 20 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 Hälfte August 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. € 250,- (Semesterticket, Studierendenwerk, AS-TA, Verwaltungskostenbeitrag und Härtefond) 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.

Wer und wo?

Für Fragen zum Master-Studium steht Ihnen die Leitung der KMM-Geschäftsstelle gerne zur Verfügung:

Jutta Krause
Fon: 040 / 428 482 – 528
Fax: 040 / 428 482 – 649
info@Kulturmanagement-Hamburg.de

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte auf dem Postweg an :

Hochschule für Musik und Theater
Institut KMM
KMM Präsenzstudium
Harvestehuder Weg 12
20148 Hamburg

Anlage: Studienplan

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

1 CP = 30 studentische Arbeitsstunden

Übersicht: Modulinhalte

Modulelement I	Beschreibung
Wirtschaft	<p>Betriebs- und Volkswirtschaft Mikro- und Makroökonomie, Wirtschaftssysteme, Institutionen- und Verteilungslehre, Kultur- und Medienwirtschaft, Betrieblicher Leistungsprozess, Grundlagen unternehmerischen Denkens und Handels, Betriebsanalyse und Betriebsgründung</p> <p>Finanzwirtschaft und Controlling Finanzierung und Investition, Rechnungswesen in Kameralistik und Doppik, Haushalts- und Zuwendungslehre, Kapitalbedarfsplanung und Liquiditätsdisposition, Controllingarten und -systeme, Fundraising und Sponsoring</p> <p>Marketing und Public Relations Beschaffungs- und Absatzmarketing, Marketing-Management-Prozess, Marketing-Formen: Dienstleistungs- und NPO Marketing, Event-Marketing, Internes Marketing, Online Marketing, Public Relations and Public Affairs, Redaktion und Druck, Kontaktmanagement, Agenturmanagement</p>

Modulelement II	Beschreibung
Recht	<p>Rechtliche Grundlagen Rechtsordnung und Verfassungsrecht, Bühnen- und Musikrecht, Veranstaltungs- und Aufführungsrecht, Urheber- und Leistungsschutzrecht, Wettbewerbsrecht, Haushalts- und Zuwendungsrecht, Presserecht, Steuerrecht, Stiftungsrecht, Arbeitsrecht, Organisationsrecht, Europarecht</p> <p>Rechtsanwendung und Rechtpraxis Schutz ausübender Künstler und Journalisten, Rechtsfragen im Bereich Multimedia, Beispiele zu Tarif- und Nutzungsverträgen, Statusfragen bei Kultur- und Medienberufen, Verträge bei selbständiger Tätigkeit im Kultur- und Medienmanagement, Internationales Recht und dessen Auswirkungen auf das Kultur- und Medienmanagement, aktuelle Fragen des Europäischen Urheberrechts, Beispiele praktischer Rechtsfälle</p>

Modulelement III	Beschreibung
<p>Politik und Gesellschaft</p>	<p>Kultur- und Medienmanagement sowie Kultur- und Medientheorie Regionale und überregionale / nationale und internationale, Kultur- und Medienpolitik, Politikfeldanalyse, Kommunale und staatliche Entscheider, Politische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse, Grundlagen der Kultur- und Medientheorie / der Kultur- und Mediengeschichte / der Kultur- und Medienpädagogik</p> <p>Administration und Öffentliches Wirken Privates und öffentliches Stiftungswesen, Öffentliches Verwaltungsmanagement, Selbst- und Fremdverwaltung, Neue Steuerungsmodelle in Kommunen und Staat, Instrumente des Zusammenwirkens von Politik und Verwaltung, Kommunale und regionale Kultur- und Medienentwicklungsplanung</p> <p>Planung und Innovation Planung und Führung, Planungstechniken und –instrumente, Strategische Rahmenplanungen, Prozess des „Long-Range-Planning“, Innovationsmanagement</p>

Modulelement IV	Beschreibung
<p>Kommunikation und Organisation</p>	<p>Mitarbeiterführung und Kommunikation Personalentwicklung und -management, Führungssysteme und -verhalten, Verhalten in Verhandlungssituationen, Analyse und Gestaltung von Kommunikationsprozessen, Klientenbeziehung und Führungsgespräche, Einstellungen – Motivation – Kognition, Information und Kommunikation in Gruppen, Team und Konfliktmanagement</p> <p>Organisationsstrukturen und Organisationsentwicklung Organisationslehre, Kooperationsmanagement, Steuerung von Organisationen, Verfahren der Organisationsänderung, Grundlagen des OE-Prozesses, CMPP-Verfahren (Change Management Program Process), TQM-Verfahren (Total Quality Management), Lernende Organisation</p> <p>Interkulturelles Management Interkulturelle Organisationslehre, Zusammenwirken von Organisationen, Interkulturelle Werte- Normen- Regeln, Identitäten und Zugehörigkeit, Partnerschaften unterschiedlicher Prägungen (Public-Private-Partnership), Internationales Kultur- und Medienmanagement</p>

Modulelement V	Beschreibung
<p>kulturelle und mediale Kompetenz</p>	<p>Management der Segmente Klassische und populäre Musik, Sprech- und Musiktheater, Tanztheater, Bildende Kunst, Literatur, Angewandte Kunst (z.B. Design), Denkmalschutz, Kulturerbe, Printmedien, Audiovisuelle Medien, Audiomedien, Online- und Neue Medien, Free TV und Pay TV</p> <p>Aktionsfelder Klangkörper- und Künstlergruppenmanagement, Management in kulturbegleitenden Bereichen, Event- und Veranstaltungsmanagement, Kultur und Tourismus, Jugendkultur, Management im unmittelbaren Medienbereich, Management im mittelbaren Medienbereich, AV- und Print-Techniken und -Technologie</p> <p>Status und Strukturen Ausübend und nicht-ausübend in Kunst und Kultur und Journalismus, öffentlich und privat, Kulturpolitik und Kulturarbeit und Medienpolitik und Medienarbeit, Kulturwirtschaft und Kulturwissenschaft, Medienwirtschaft und Medienwissenschaft, Kulturorganisationen und Kultursoziologie, Medienorganisationen und Mediensoziologie, Amateur und Beruf, Haupt- und Ehrenamt, Ausbildung und Nachwuchsstrukturen</p> <p>Fallstudien Analyse und Begleitung von Erstellungsprozessen (Input-Transformation-Output), Wirkungszusammenhänge, Abhängigkeiten und Interdependenzen, direkte und indirekte Einflussfaktoren</p> <p>Ausbildungsfelder Wissenschaftliches Arbeiten, Präsentation und Rhetorik, EDV und Internet, Büro- und Arbeitsorganisation, Bewerbungstraining, Zeitmanagement.</p> <p>Berufsfelder Berufliches Spektrum im Kulturbereich und Medienbereich, Symposien, Kolloquien, Workshops und Besichtigungen</p>