

M.A.

Kulturmanagement

Profil Ostmitteleuropa

Profil Internationales

Kulturmanagement

Profil Volkskunde und

Kulturgeschichte

Profil Transcultural Music

Studies

Profil Geschichte des Jazz und
der Populären Musik

Profil Medienmanagement

- Modulkatalog
- Muster-Stundenpläne
- Modulbeschreibungen

Inhaltsverzeichnis	2
Abkürzungsverzeichnis/Impressum	3
Prüfungsplan MA Kulturmanagement	5
Hinweise und Gewichtung	13
Musterstudienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil OME	14
Musterstudienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Internationales Kulturmanagement	15
Musterstudienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Volkskunde/Kulturgeschichte	16
Musterstudienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil TMS	17
Musterstudienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Medienmanagement	18
Modulbeschreibungen:	
M.A.-Fach „Kulturmanagement“ (120 LP)	
Modul MA KuMa 1	19
Modul MA KuMa 2	20
Modul MA KuMa 3	21
Modul MA KuMa 4	22
Modul MA KuMa 5	23
Modul MA KuMa 6	24
Modul MA KuMa 7	25
Modul MA KuMa 8	26
Modul MA KuMa 9	27
Modul MA KuMa 10	28
Modul MA KuMa 11	29
Modul MA KuMa 12	30
Modul MA KuMa 13	31
Modul MA KuMa 14	32
Modul MA KuMa 15	33
Modul MA MuWi 04	34
Modul MA MuWi 05	35
Modul MA MuWi 06	36
Modul MA MuWi 07	38
Modul MA MuWi 08	39
Modul MA MuWi 09	40
Modul MA KuMa 16	41
Modul MA KuMa 17	42
Modul MA KuMa 18	43
Modul MA KuMa 19	44
Modul MA KuMa 20	45
Modul MA KuMa 21	46
Modul MA KuMa 22	47
Modul MA KuMa 23	48
Modul MA KuMa 24	49
Modul MA KuMa 25	50
Modul MA KuMa 26	51
Modul MA KuMa 27	52
Modul MA KuMa 28	53

Abkürzungsverzeichnis

Kürzel	Bedeutung
E	Exkursion
HA	Hausarbeit
HfM	Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar
i.d.R.	in der Regel
K	Kolloquium
KBWL	Kulturbetriebswirtschaftslehre
LP	Leistungspunkte gemäß ECTS
Proj.	Projekt
ProjS	Projektseminar
PO	Prüfungsordnung
Ref.	Referat
S	Seminar
Ü	Übung
VL	Vorlesung
WP	Wahlpflicht
*	wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben

Die Angaben in dieser Broschüre haben nur informativen Charakter und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Rechtsgültigkeit besitzen nur die aktuellen Fassungen der in den Verkündigungsblättern der HfM FRANZ LISZT Weimar veröffentlichten Studien- und Prüfungsordnungen.

Diese Broschüre steht in der jeweils aktuellsten Fassung zum Download bereit unter:

<http://www.hfm-weimar.de/kulturmanagement>

Impressum

Herausgeber:
Institut für Musikwissenschaft Weimar-Jena
Studienfach Kulturmanagement
Postfach 2552, 99406 Weimar
Studienfachleiter: Prof. Dr. Steffen Höhne
Redaktion: Kerstin Gerth
Stand: 16. März 2017

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Kulturbetriebswirtschaftslehre	TN/Referat	Hausarbeit	-	50%	10
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Kulturmarketing	TN	Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Kulturcontrolling, Evaluierung, Risikomanagement	TN/Referat	Klausur	60-90 Min.	50%	10
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S/Ü Kulturpolitik und - management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	TN 2 Seminare	Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)	TN 2 Übungen, 2 Projekte	Projektnachw eis	-	30%	10
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)	Mind. 7 Wochen -max. 6 Monate Praktikum	Praktikumsbe richt	-	70%	
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Theorie der Moderne	TN/Referat	Hausarbeit oder Referat	-	50%	10
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Kulturpolitik	TN/Referat	Referat oder Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	S Kolloquium	2 TN	Referat	30 Min.	100%	5
MA KuMa 06	(✓)	x	x	x	x	x	V/S Kulturpolitik in OME (5 LP)	TN	Hausarbeit	-	50%	15

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
Ostmitteleuropa 1	(✓)	x	x	x	x	x	S Fachexkursion mit begleitendem Seminar (10 LP)	TN Exkursion	Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 07 Ostmitteleuropa 2	(✓)	x	x	x	x	x	S Interkulturelle Beziehungen Deutschland-OME (5 LP)	TN	Hausarbeit oder Klausur	-/60 Min.	50%	15
	(✓)	x	x	x	x	x	Ü/Ü Fremdsprache (Slawische Sprachen oder Ungarisch) (5 LP)	Sprachkurse Testat	Teilnahme- nachweis	-	-	
	(✓)	x	x	x	x	x	S Seminar aus dem Bereich Slawistik	TN	Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 08 Methodische Grundlagen interkultureller Personalentwicklung und des interkulturellen Kommunikationsmana- gements (in Jena MA IWK P1)	x	(✓)	x	x	x	x	S Methoden interkultureller Interaktionsforschung	TN	Hausarbeit	-	60%	10
	x	(✓)	x	x	x	x	2 V Einführung interkulturelle Personalentwicklung/ Organisations-kommunikation	TN	Klausur, Teilnahme- nachweis	-	40%	
MA KuMa 09 Kulturstudien und Kulturwissenschaft (in Jena MA IWK P2A)	x	(✓)	x	x	x	x	V Kulturvergleichende Psychologie	TN	Klausur	-	100%	10
	x	(✓)	x	x	x	x	S Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte Zielkulturen	TN	Teilnahmenac- hweis	-	-	

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
MA KuMa 10 Internationale Organisationskommuni- kation (in Jena MA IWK P3)	X	(✓)	X	X	X	X	S/Ü Unternehmenskultur und -Kommunikation	TN	Klausur	-	40%	10
	X	(✓)	X	X	X	X	S Kulturvergleichende und interaktionale Kommunikations-/ Medienforschung	TN	Hausarbeit	-	60%	
MA KuMa 11 Kultur und Lebensweise (in Jena MVK1)	X	X	(✓)	X	X	X	V Kultur und Lebensweise	TN	Klausur oder Mündliche Prüfung	K (90 Min) oder M (20 Min)	50%	10
	X	X	(✓)	X	X	X	S Kultur und Lebensweise	TN/Referat	Hausarbeit	-	50%	
MA KuMa 12 Regionalkulturen, Alltagswelten (in Jena MVK2)	X	X	(✓)	X	X	X	S Regionalkulturen, Alltagswelten	TN	Hausarbeit	-	70%	10
	X	X	(✓)	X	X	X	E Regionalkulturen, Alltagswelten	TN Exkursion	3 Protokolle	-	30%	
MA KuMa 13 Empirische Forschung (in Jena MVK3)	X	X	(✓)	X	X	X	S Projektseminar	TN	Hausarbeit oder Präsentation	-	50%	10
	X	X	(✓)	X	X	X	S Projektseminar	TN	Hausarbeit oder Präsentation	-	50%	
MA KuMa 14	X	X	(✓)	X	X	X	SE Methoden und Felder der Volkskunde	TN	Hausarbeit		50%	10

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
Methoden und Felder der Volkskunde (in Jena MVK4)	X	X	(✓)	X	X	X	SE Angewandte Methoden der Volkskunde	TN	Hausarbeit		50%	
MA KuMa 15 Themen der Volkskunde (in Jena MWVK)	X	X	(✓)	X	X	X	S Themen der Volkskunde	TN	Präsentation oder mündliche Prüfung	-	100%	5
MA MuWi04 Spezialkompetenz I	X	X	X	X	(✓)	X	Übung Harmonielehre Jazz/Pop	TN (1 LP)	T (2 LP)	-	-	10
	X	X	X	X	(✓)	X	Ü/SpV Musikproduktion/Tonstudientech- nik	TN (2 LP)	T (2 LP)	-	-	
	X	X	X	(✓)	(✓)	X	Übung Transkribieren	TN (2 LP)	T (1 LP)	-	-	
	X	X	X	(✓)	X	X	S Transcultural Music Studies	TN (2 LP)	T (2 LP)	-	-	
	X	X	X	(✓)	X	X	Übung Tonsysteme / Modi / Organologie	TN (2 LP)	T (1 LP)	-	-	
MA MuWi05 Notentext und Interpretation	X	X	X	X	(✓)	X	SpV Aufführungspraxis / Interpretation / Edition	TN (2 LP)	M (2 LP)	15 min	50%	10
	X	X	X	X	(✓)	X	S Aufführungspraxis / Interpretation / Edition	TN (2 LP)	R+HA (4 LP)	-	50%	
	X	X	X	(✓)	X	X	SpV Transcultural Music Studies	TN (2 LP)	M (2 LP)	15 min	50%	

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
	X	X	X	(✓)	X	X	S Transcultural Music Studies	TN (2 LP)	R+HA (4 LP)	-	50%	
MA MuWi06 Spezialkompetenz II	X	X	X	(✓)	X	X	S Musik des 17./18. Jahrhunderts	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	10
	X	X	X	(✓)	X	X	Ü Notationskunde I & II	TN (je 2 LP)	K (1 LP)	90 min	50%	
	X	X	X	X	(✓)	X	SpV Geschichte des Jazz und der Populären Musik	TN (2 LP)	M (3 LP)	20 min	50%	
	X	X	X	X	(✓)	X	S Geschichte des Jazz und der Populären Musik	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	
MA MuWi07 Methodendifferenzi- erung	X	X	X	(✓)	X	X	S Methoden musikalischer Analyse (TMS)	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	10
	X	X	X	(✓)	X	X	S Theoretisches Schrifttum der Musikethnologie/kulturbezogenen Musikwissenschaft	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	
	X	X	X	X	(✓)	X	S Methoden musikalischer Analyse (Jazz/PM)	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	
	X	X	X	X	(✓)	X	S Empirische Forschungsmethoden zur Musikproduktion und - rezeption	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	
MA MuWi08 Forschung	X	X	X	(✓)	X	X	Forschungsseminar (TMS)	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	10
	X	X	X	(✓)	X	X	Intensiv-Kurs Forschung ⁴ (TMS)	TN (3 LP)	SA (2 LP)	-	50%	
	X	X	X	X	(✓)	X	Forschungsseminar (Jazz/PM)	TN (3 LP)	SA (2 LP)	-	50%	

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
	X	X	X	X	(✓)	X	Intensiv-Kurs Forschung ⁴ (Jazz/PM)	TN (3 LP)	SA (2 LP)	-	50%	
MA MuWi 09 Spezialprobleme der Historischen Musikwissenschaft II	X	X	X	(✓)	(✓)	X	S Musik vor 1600	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	10
	X	X	X	(✓)	(✓)	X	S Musik des 19./20. Jahrhunderts	TN (2 LP)	R+HA (3 LP)	-	50%	
MA KuMa 16 Projektmodul Ökonomische Theorien	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS)	TN (3 LP)	Klausur	-	25%	12
							Vorlesung (2 SWS)	TN (3 LP)	Klausur	-	25%	
							Seminar (2 SWS)	TN (3 LP)	TN/Hausarbei t		25%	
							Seminar (2 SWS)	TN (3 LP)	TN/Hausarbei t		25%	
MA KuMa 17 Projektmodul Angewandte empirische Forschung	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS)	TN (3 LP)	Klausur	-	25%	12
							Vorlesung (2 SWS)	TN (3 LP)	Klausur	-	25%	
							Seminar (2 SWS)	TN (3 LP)	TN/Hausarbei t		25%	
							Seminar (2 SWS)	TN (3 LP)	TN/Hausarbei t		25%	
MA KuMa 18 Projektmodul Marketing und Medien	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS)	TN (3 LP)	Klausur	-	V 25%	12
							Seminar (2 SWS)	TN (3 LP)	Referat/HA		S + S	
							Seminar (4 SWS)	TN (6 LP)	TN/Empirical Paper		75%	

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
MA KuMa 19 Projektmodul Medienmanagement	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS) Seminar A (2 SWS) Seminar B (4 SWS)	TN (3 LP) TN (3 LP) TN (6 LP)	Klausur Seminar A: Referat/Referatsskript Seminar B: Referat/ HA (25 S.)	-	V 25% Seminar A 25% Seminar B 50%	12
MA KuMa 20 Projektmodul Medienökonomie	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS) Seminar (2 SWS) Seminar (4 SWS)	TN (2 LP) TN (2 LP) TN (8 LP)	Klausur Seminare: TN/Referat/H A	-	V 25% Seminarnoten 75%	12
MA KuMa 21 Studienmodul Medienmanagement	X	X	X	X	X	(✓)	Seminar A (2 SWS) Seminar B (2 SWS)	TN (3 LP) TN (3 LP)	Seminar A: Referat/Referatsskript Seminar B: Referat/HA	-	Seminar A: 50% Seminar B: 50%	6
MA KuMa 22 Studienmodul Marketing und Medien	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS) Seminar (2 SWS)	TN (3 LP) TN (3 LP)	Klausur Referat/HA	-	Vorlesung: 50% Seminar: 50%	6

Modul- und Prüfungsplan M.A. Kulturmanagement

Modultitel	OME	IKM	VK/ KG	TMS	Jazz/ Pop	Medie nmgt.	Modulveranstaltungen	Art/Umfang der Prüfungs- vorleistung	Art der Prüfungs- leistung	Dauer	Noten- gewichtung	LP gesamt
MA KuMa 23 Studienmodul Medienökonomie und Medien der Ökonomie	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS) Seminar (2 SWS)	TN (3 LP) TN (3 LP)	Klausur Referat/HA	-	Vorlesung: 50% Seminar: 50%	6
MA KuMa 24 Studienmodul Internationales Management und Medien	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (2 SWS) Seminar (2 SWS)	TN (3 LP) TN (3 LP)	Klausur Referat/HA	-	Vorlesung: 50% Seminar: 50%	6
MA KuMa 25 Studienmodul Medienrecht I	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (4 SWS)	TN (6 LP)	Klausur	-	100%	6
Ma KuMa 26 Studienmodul Medienrecht II	X	X	X	X	X	(✓)	Vorlesung (4 SWS)	TN (6 LP)	Klausur	-	100%	6
MA KuMa 27 Leistungen aus anderen Hochschulen/Auslan d	(✓)	(✓)	(✓)	(✓)	(✓)	(✓)	(freies Modul zum Auffüllen auf die geforderten 45 LP des Wahlpflichtbereiches)					Bis zu 30
MA KuMa 28 Masterarbeit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Masterarbeit	-	-	-	100%	30

¹ Der Intensiv-Kurs Forschung kann wahlweise als Studienkurs, Projektseminar, Blockseminar oder Exkursion absolviert werden.

Hinweis:

Wahlpflichtbereich: Das Profil ist frei wählbar, insgesamt müssen aus dem Wahlpflichtbereich des gewählten Profils 30 LP erbracht werden. Die verbleibenden 15 LP können nach Absprache im freien Modul eingebracht werden.

Gewichtung der Module:

Modul	LP gesamt	Modulgewichtung für die Gesamtnote
Pflichtmodule		
MA KuMa 01	10	2-fach
MA KuMa 02	10	2-fach
MA KuMa 03	10	1-fach
MA KuMa 04	10	2-fach
MA KuMa 05	5	1-fach
Wahlpflichtmodule		
MA KuMa 06	15	1-fach
MA KuMa 07	10	1-fach
MA KuMa 08	10	1-fach
MA KuMa 09	10	1-fach
MA KuMa 10	10	1-fach
MA KuMa 11	10	1-fach
MA KuMa 12	10	1-fach
MA KuMa 13	10	1-fach
MA KuMa 14	10	1-fach
MA KuMa 15	5	1-fach
MA MuWi04	10	1-fach
MA MuWi05	10	1-fach
MA MuWi06	10	1-fach
MA MuWi07	10	1-fach
MA MuWi08	10	1-fach
MA MuWi 09	10	1-fach
MA KuMa 16	12	1-fach
MA KuMa 17	12	1-fach
MA KuMa 18	12	1-fach
MA KuMa 19	12	1-fach
MA KuMa 20	12	1-fach
MA KuMa 21	6	1-fach
MA KuMa 22	6	1-fach
MA KuMa 23	6	1-fach
MA KuMa 24	6	1-fach
MA KuMa 25	6	1-fach
MA KuMa 26	6	1-fach
MA KuMa 27	Bis zu 30	1-fach
Masterarbeit		
MA KuMa 28	30	4-fach

Muster - Studienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil OME

Modulbezeichnung	1. Semester	SWS	LP	2. Semester	SWS	LP	3. Semester	SWS	LP	4. Semester	SWS	LP
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1	S Kulturbetriebswirtschaftslehre	2	5	S Kulturmarketing	2	5						
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	S Kulturcontrolling, Evaluierung, Risikomanagement	4	5	S/Ü Kulturpolitik und -management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	2	5						
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)		3				PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)		7			
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	S Theorie der Moderne	2	5	S Kulturpolitik	2	5						
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2							K Kolloquium		2	K Kolloquium		3
MA KuMa 06 Ostmitteleuropa 1	V/S Kulturpolitik in OME	2	5	S Fachexkursion mit begleitendem Seminar		10						
MA KuMa 07 Ostmitteleuropa 2	S Interkulturelle Beziehungen Deutschland-OME	2	5	Ü Fremdsprache (Slawische Sprachen oder Ungarisch)	2	5						
MA KuMa 27							Leistungen aus anderen Hochschulen/Ausland		20			
MA KuMa 28										Masterarbeit	X	30
Summe			28			30			29			33

Muster - Studienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Internationales Kulturmanagement

Modulbezeichnung	1. Semester	SWS	LP	2. Semester	SWS	LP	3. Semester	SWS	LP	4. Semester	SWS	LP
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1				S Kultur-marketing S Kultur- betriebswirt- schaftslehre	4	10						
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	S Kultur-controlling S Theater- und Musikmanagement	4	5	S Theater- und Musikmanagement	2	5						
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)		3				PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)		7			
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	S Kulturpolitik	2	5	S Theorie der Moderne	2	5						
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2							K Kolloquium		2	K Kolloquium		3
MA KuMa 08 Methodische Grundlagen interkultureller Personalentwicklung und des interkulturellen Kommunikationsmanagements (in Jena MA IWK P1)	S Methoden interkultureller Interaktionsforschung 2 V Einführung interkulturelle Personalentwicklung/ Organisations- kommunikation	6	10									
MA KuMa 09 Kulturstudien und Kulturwissenschaft in Jena MA IWK P2A)				V Kulturvergleichende Psychologie S Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte Zielkulturen	4	10						
MA KuMa 10 Internationale Organisationskommunikation (in Jena MA IWK P3)				S/Ü Unternehmenskultur und -Kommunikation S Kulturvergleichende und interaktionale Kommunikations-/ Medienforschung	4	10						
MA KuMa 27							Leistungen aus anderen Hochschulen/Ausland		15			
MA KuMa 28										Masterarbeit	X	30
Summe			23			40			24			33

Muster - Studienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Volkskunde/Kulturgeschichte

Modulbezeichnung	1. Semester	SWS	LP	2. Semester	SWS	LP	3. Semester	SWS	LP	4. Semester	SWS	LP
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1				S Kulturmarketing S Kulturbetriebs- wirtschaftslehre	4	10						
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	S Kulturcontrolling, Evaluierung, Risikomanagement S/Ü Kulturpolitik und - management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	4	5	S/Ü Kulturpolitik und - management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	2	5						
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)		3				PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)		7			
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	S Kulturpolitik	2	5	S Theorie der Moderne	2	5						
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2							K Kolloquium		2	K Kolloquium		3
MA KuMa 11 Kultur und Lebensweise	V Kultur und Lebensweise	2	5									
	S Kultur und Lebensweise	2	5									
MA KuMa 12 Regionalkulturen, Alltagswelten				S Regionalkulturen, Alltagswelten	2	5						
				E Regionalkulturen, Alltagswelten	2	5						
MA KuMa 13 Empirische Forschung							S Projektseminar	2	5			
							S Projektseminar	2	5			
MA KuMa 14 Methoden und Felder der Volkskunde				SE Methoden und Felder der Volkskunde	2	5						
				SE Angewandte Methoden der Volkskunde	2	5						
MA KuMa 15 Themen der Volkskunde				S Themen der Volkskunde	2	5						
MA KuMa 28										Masterarbeit	X	30
Summe			23			45			14			33

Muster – Studienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil TMS

Modulbezeichnung	1. Semester	SWS	LP	2. Semester	SWS	LP	3. Semester	SWS	LP	4. Semester	SWS	LP
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1				S Kulturmarketing S Kulturbetriebswirtschaftslehre	4	10						
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	S Kulturcontrolling, Evaluierung, Risikomanagement S/Ü Kulturpolitik und -management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	4	5	S/Ü Kulturpolitik und -management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	2	5						
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)		3				PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)		7			
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	S Theorie der Moderne	2	5	S Kulturpolitik	2	5						
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2							K Kolloquium		2	K Kolloquium		3
MA MuWi 04 Spezialkompetenz I	S Transcultural Music Studies Ü Transkribieren		4 3	U Tonsysteme / Modi / Organologie		3						
MA MuWi 06 Spezialkompetenz II	S Musik des 17./18. Jahrhunderts Ü Notationskunde I		5 2	Ü Notationskunde II		3						
MA MuWi 07 Methoden- differenzierung				S Methoden musikalischer Analyse	1,5	5	S Theoretisches Schrifttum der Musikethnologie/kulturbezogenen Musikwissenschaft	1,5	5			
MA MuWi 08 Forschung							Forschungsseminar	1,5	5			
MA MuWi 09 Spezialprobleme der Historischen Musik-wissenschaft II				S Musik vor 1600	1,5	5	S Musik des 19./20. Jh.	1,5	5			
MA KuMa 17										Masterarbeit	X	30
Summe			27			36			24			33

Muster - Studienverlaufsplan M.A. Kulturmanagement Profil Medienmanagement

Modulbezeichnung	1. Semester	SWS	LP	2. Semester	SWS	LP	3. Semester	SWS	LP	4. Semester	SWS	LP
MA KuMa 01 Kulturökonomie 1				S Kulturmarketing S Kulturbetriebswirtschaftslehre	4	10						
MA KuMa 02 Kulturökonomie 2	S Kulturcontrolling, Evaluierung, Risikomanagement S/Ü Kulturpolitik und -management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	4	5	S/Ü Kulturpolitik und -management in Institutionen (Theater- und Musikmanagement)	2	5						
MA KuMa 03 Kulturökonomie 3	Ü Projekt- und Veranstaltungspraxis / Managementpraxis (3 LP)		3				PR Praktikum in einer Kulturinstitution (7 LP)		7			
MA KuMa 04 Kulturwissenschaft 1	S Kulturpolitik	2	5	S Theorie der Moderne	2	5						
MA KuMa 05 Kulturwissenschaft 2							K Kolloquium		2	K Kolloquium		3
MA KuMa 16 oder 17	Projektmodul Ökonomische Theorien oder Projektmodul Angewandte empirische Forschung	8	12									
MA KuMa 18 oder 19				Projektmodul Marketing und Medien oder Projektmodul Medienmanagement	8	12						
MA KuMa 23 oder 24							Studienmodul Medienmanagement oder Studienmodul Marketing und Medien	4	6			
MA KuMa 27 Leistungen aus anderen Hochschulen		2	5		2	5		2	5			
MA KuMa 28										Masterarbeit	X	30
Summe			30			37			20			33

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 1
Modultitel	Kulturökonomie 1 (Kulturbetriebslehre)
Modul-Verantwortlicher	Professor Dr. Steffen Höhne Kulturmanagement
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	Seminar Kultur-BWL Seminar Kulturmarketing
Umfang des Moduls	2 Seminare
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Sommersemester
Inhalt	<p><i>Kulturbetriebslehre</i>: Vertiefung zentraler strategischer Handlungsfelder kulturökonomischen Handelns:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation von Kulturinstitutionen - Konzepte des Identitätsmanagements (Corporate Attitude, Corporate Communication, Corporate Design, Corporate Image). - Organisationsentwicklung und -politik. - Markenbildung (Branding von Kulturprodukten, Kulturdienstleistungen, Kulturinstitutionen). - Personalwesen in Kulturinstitutionen (Führungstechniken und Führungssysteme). - Kulturfinanzierung (Sponsoring, Fundraising) <p><i>Kultur- und Musikmarketing</i>: Thematisierung aktueller Tendenzen im Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Konzepte der Markenführung im Kulturbereich - Marktforschung für Kulturunternehmen - Servicepolitik im Kultursektor - Dienstleistungsmarketing und Non-Profit-Marketing <p>One-to-one-Marketing und Kommunikationspolitik (Neue Medien)</p>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der komplexen ökonomischen Bedingungen des Faches im Hinblick auf den Kulturbereich und die angestrebten berufsfeldbezogenen Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen kulturökonomischen Gegenstände des Faches und der leitenden Erkenntnisziele und Forschungsfragen. • Kenntnis grundlegender Theorien der verschiedenen Schulen und Ansätze im Bereich Organisationskultur, Kultur- und Musikmarketing.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	KBWL (eine Hausarbeit bzw. Businessplan 50%), Marketing (eine Hausarbeit 50%)
Arbeitsaufwand (work load)	<ul style="list-style-type: none"> - 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	–
Leistungspunkte	S KBWL: 5 LP S Kulturmarketing: 5 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 2
Modultitel	Kulturökonomie 2
Modul-Verantwortlicher	Professor Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	Seminar Kultur-Controlling Seminar Theater- und Musikmanagement in Institutionen
Umfang des Moduls	3 Seminare
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Angebots	Beginn im Wintersemester
Inhalt	<p><i>Kulturcontrolling</i>: Überwachung und Steuerung von Organisationen sowie Übertragbarkeit auf den Kulturbereich (Institutionen und Veranstaltungen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfolgskontrolle (Prämissen-, Prozess-, Ergebniskontrolle) - Testverfahren und Evaluierung - Image- und Einstellungsuntersuchungen - Risikomanagement <p><i>Theater- und Musikmanagement in Institutionen</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen von Kulturpolitik und -management in Kultur- und Musikinstitutionen (Museen, Theater). - Übertragbarkeit von Managementmodellen und -techniken auf Kultur- und Musikinstitutionen
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der komplexen ökonomischen Bedingungen des Faches im Hinblick auf den Kulturbereich und die angestrebten berufsfeldbezogenen Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen kulturökonomischen Gegenstände des Faches und der leitenden Erkenntnisziele und Forschungsfragen. • Vertiefung von theater- und musikpraktischen Methoden und Themen des Faches unter Berücksichtigung der komplexen interdisziplinären Struktur und gesellschaftlichen Verankerung im Hinblick auf angestrebte berufsfeldbezogene Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen theater- und musikökonomischen Spezialgebiete, deren Erkenntnisziele und Forschungsfragen sowie Vertiefung der Theorien der verschiedenen kulturpolitischen Schulen und Ansätze.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Kulturcontrolling (eine Klausur 60-90 Minuten, 50%), Theatermanagement (Teilnahme an den Seminaren Theatermanagement I und II, eine Hausarbeit, 50%)
Arbeitsaufwand (work load)	- 90 h Präsenzstunden und - 210 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte	Kulturcontrolling: 5 LP Theatermanagement: 5 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 3
Modultitel	Kulturökonomie 3
Modul-Verantwortlicher	Kerstin Gerth
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	2 Übungen Managementpraxis 2 Projekte und 1 Praktikum
Umfang des Moduls	2 Übungen, zwei Projekte und ein Praktikum
Dauer des Moduls	1 Semester, Praktikum Minimum 7 Wochen maximal 6 Monate
Häufigkeit des Angebots	Beginn im Wintersemester
Inhalt	<p><i>Projekt- und Veranstaltungsmanagement:</i> Anwendungsorientierte Umsetzung der theoretischen Inhalte in Zusammenarbeit mit Künstlern und Kulturinstitutionen in zwei Kulturprojekten (in der Regel an der HfM Weimar; bei Schwerpunkt OME: in einem OME Kulturprojekt).</p> <p>begleitende Übungen zu Coaching, Führung, Selbstmanagement, Kommunikationstechniken.</p> <p><i>Praktikum in einer Kulturinstitution (Veranstaltungsmanagement):</i> Berufspraktische Erfahrungen in Zusammenarbeit mit Künstlern, Kulturveranstaltern und Kulturinstitutionen außerhalb des universitären Rahmens im Rahmen eines Pflichtpraktikums welches mindestens 7 Wochen, jedoch nicht mehr als 6 Monate dauern soll.</p>
Qualifikationsziele	Umsetzung der komplexen ökonomischen Grundlagen des Faches und der erworbenen berufsfeldbezogenen Handlungskompetenzen auf konkrete Kulturprojekte, insbesondere an Thüringer Kulturinstitutionen bzw. - im Rahmen des Praktikums - bundesweit.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Praktikum: schriftliche Ausarbeitung
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte	Praktikum: 5LP Teilnahme, schriftliche Ausarbeitung 2 LP Übungen: je 1,5 LP Teilnahme Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 4
Modultitel	Kulturwissenschaft 1 (Moderne / Kulturpolitik)
Modul-Verantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	Keine
Lehrformen	1 S Theorie der Moderne 1 S Kulturpolitik
Umfang des Moduls	2 Seminare oder Vorlesungen
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Inhalt	<p><i>Paradigmen der Moderne:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Theorie der Avantgarde - Individualisierung und Wertepluralismus - Moderne - Postmoderne - Nachmoderne - Herausforderungen der Globalisierung - Weltkultur versus regionale Kultur. <p><i>Kulturpolitik:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Diskurse um Kultur und Kulturpolitik - Europäische und auswärtige Kulturpolitik - Verhältnis von Kunst und Politik, Kunst und Macht - Gesetzgebungs-, Verwaltungs- und Finanzierungskompetenzen von Bund, Ländern und Kommunen - Institutionen der Kulturpolitik - Steuerung von Kulturpolitik - Interventionsfelder - Ökonomische Dimensionen von Kulturpolitik (Kulturförderung) - Ästhetische, ökonomische und rechtsstaatliche Legitimation
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung von kulturpolitischen, -wissenschaftlichen und kulturästhetischen Ansätzen und Themen des Faches unter Berücksichtigung der komplexen interdisziplinären Struktur und gesellschaftlichen Verankerung im Hinblick auf angestrebte berufsfeldbezogene Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen kulturpolitischen Spezialgebiete, deren Erkenntnisziele und Forschungsfragen sowie Vertiefung der Theorien der verschiedenen kulturwissenschaftlichen Schulen und Ansätze.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	S Theorie der Moderne (eine Hausarbeit, 50%) S Kulturpolitik (eine Hausarbeit, 50%)
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	–
Leistungspunkte	S Theorie der Moderne: 5 LP S Kulturpolitik: 5 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 5
Modultitel	Kulturwissenschaft 2
Modul-Verantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	Exposé zur Masterarbeit
Lehrformen	Kolloquium
Umfang des Moduls	2 Blockkolloquien (Blockveranstaltung) und Teilnahme an ausgewählten Terminen im Forschungskolloquium
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Inhalt	<i>Kolloquium:</i> Das Kolloquium dient der Diskussion der neuesten Forschungsliteratur, der Vorstellung und Diskussion von Forschungsvorhaben und Forschungsergebnissen, dabei insbesondere der Vorstellung von Masterarbeiten.
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme am wissenschaftlichen Diskurs. • Förderung der Fähigkeit, sich mündlich und schriftlich über kulturökonomische und kulturwissenschaftliche Problemstellungen zu äußern.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	K Teilnahme und Referat 100%
Arbeitsaufwand (work load)	- 30 h Präsenzstunden und - 120 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte	K Kolloquium 5 LP Gesamt: 5 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 6 (zugleich Exportmodul für Kulturstudien Ostmitteleuropas)
Modultitel	Ostmitteleuropa OME 1
Modul-Verantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	–
Lehrformen	1 Vorlesung oder Seminar Kulturpolitik OME 1 Seminar mit Fachexkursion
Umfang des Moduls	1 Vorlesung oder Seminar, 1 Seminar mit Exkursion
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Angebots	Alle 4 Semester
Inhalt	<i>Kulturpolitik in OME:</i> Kulturgeschichte, -politik und -ökonomie in den OME-Ländern. (5 LP) <i>Seminar mit Fachexkursion:</i> Einblick in Kultursystem und Kulturpolitik ausgewählter Kulturregionen und Kulturinstitutionen. (10 LP)
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung von kulturwissenschaftlichen und -politischen Methoden und Themen des Faches unter Berücksichtigung der komplexen interdisziplinären Struktur und gesellschaftlichen Verankerung im Hinblick auf angestrebte berufsfeldbezogene Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen kulturwissenschaftlichen Gegenstände, deren Erkenntnisziele und Forschungsfragen sowie Vertiefung der Theorien der kulturwissenschaftlichen Ansätze im Bereich OME.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme an Seminaren und Teilnahme an der Exkursion und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	V/S Kulturpolitik OME: Hausarbeit , 50% S/Exk: Hausarbeit 50 %
Arbeitsaufwand (work load)	- 120 h Präsenzstunden und - 180 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	–
Leistungspunkte	V/S Kulturpolitik OME: 5 LP S/Exk: 10 LP Gesamt: 15 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 7 (zugleich Exportmodul für Kulturstudien Ostmitteleuropas)
Modultitel	Ostmitteleuropa (OME 2)
Modul-Verantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	Keine
Lehrformen	1 Seminar Interkulturelle Beziehungen 1 Seminar Slawistik 2 Übungen (Sprachkurse)
Umfang des Moduls	2 Seminare, 2 Übungen
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Angebots	alle 4 Semester
Inhalt	<i>Interkulturelle Beziehungen Deutschland-OME:</i> Einführung in Grundlagen interkultureller Kommunikation und Interaktion zwischen dem deutschsprachigen und dem ostmitteleuropäischen Kulturraum. Ein in Absprache frei wählbares Seminar im Bereich Slawistik oder vergleichbarem Fach <i>Fremdsprachen:</i> Erweiterung bestehender Sprachkenntnisse um eine weitere moderne ostmitteleuropäische Fremdsprache.
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung von kulturwissenschaftlichen und kulturpolitischen Methoden und Themen des Faches unter Berücksichtigung der komplexen interdisziplinären Struktur und gesellschaftlichen Verankerung im Hinblick auf angestrebte berufsfeldbezogene Handlungskompetenzen. • Kenntnis der spezifischen kulturwissenschaftlichen Gegenstände, deren Erkenntnisziele und Forschungsfragen sowie Vertiefung der Theorien der kulturwissenschaftlichen Ansätze im Bereich OME.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	S: Hausarbeit 35% Seminar 35% Ü: Testat 30%
Arbeitsaufwand (work load)	- 120 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte	Je Seminar 5 LP 2 Übungen: je 2,5 LP Gesamt: 15 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 8 (in Jena MA.IWK.P1)
Modultitel	Methodische Grundlagen der interkulturellen Personalentwicklung und des interkulturellen Kommunikationsmanagements
Modul-Verantwortlicher	Prof. Dr. Stefan Strohschneider
Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreich abgeschlossener B.A. mit interkulturellen Schwerpunkten im Umfang von mindestens 30 LP <i>oder</i> Ergänzungsfach im Bereich der interkulturellen Kommunikationsforschung.
Lehrformen	S Methoden interkultureller Interaktionsforschung 2 V Einf. Ik Personalentwicklung/ Organisationskommunikation
Umfang des Moduls	2 Vorlesungen, 1 Seminar
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich, Wintersemester
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Theoretische Grundlagen der internationalen Organisationskommunikation - Einführung in die interkulturelle Personalentwicklung - Methoden der interkulturellen Interaktionsforschung
Qualifikationsziele	<p>Absolventen des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen Methoden der internationalen Personalauswahl; • verfügen über Kenntnisse zu Methoden der interkulturellen Personalentwicklung; • sind mit grundlegenden Formen und Gestaltungsansätzen der Organisationskommunikation und ihrer Problematisierung im internationalen Kontext vertraut; • kennen die methodischen Grundlagen und Probleme der wissenschaftlichen Beobachtung; • sind in der Lage, multidimensionale Beobachtungssysteme zur Analyse von Interaktionsprozessen zu entwickeln und einzusetzen; • kennen und beherrschen wichtige Instrumente der Interaktionsanalyse; • haben Erfahrung in der Entwicklung, Durchführung und Auswertung von Interaktionsanalysen und der Darstellung ihrer Ergebnisse.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit (Referat, Protokoll)
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Eine Gesamtklausur zu beiden Vorlesungen (40%), Seminar: 1 Hausarbeit (60%) 1 Teilnahmenachweis
Arbeitsaufwand (work load)	- 70 h Präsenzstunden und - 230 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/ Voraussetzung für	MA KuMa 10 (bzw. MA.IWK.P3 in Jena)
Leistungspunkte	Vorlesung 3 LP und Vorlesung 3 LP Seminar 4 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 9 (in Jena MA.IWK.P2A)
Modultitel	Kulturstudien und Kulturwissenschaft
Modul-Verantwortlicher	Professor Dr. Jürgen Bolten
Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreich abgeschlossener B.A. mit interkulturellen Schwerpunkten im Umfang von mindestens 30 LP oder Ergänzungsfach im Bereich der interkulturellen Kommunikationsforschung. Bei der Wahl des Zielkulturraumes werden folgende Sprachkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen vorausgesetzt: englischsprachige Zielkultur - Niveau C1, spanisch- oder französischsprachige Zielkultur - Niveau B2 bzw. deutschsprachige Zielkultur - eine erfolgreich absolvierte DSH-(Stufe 2) oder eine vergleichbare Prüfung. Bis zum Studienende ist bei der Wahl einer spanisch- oder französischsprachigen Zielkultur das Sprachniveau C1 nachzuweisen. MA KuMa 8 (bzw. MA.IWK.P1 in Jena)
Lehrformen	V/S Kulturvergleichende Psychologie (4 LP) S Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte Zielkulturen (6 LP)
Umfang des Moduls	1 Vorlesung oder Seminar, 1 Seminar
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich, Wintersemester und Sommersemester
Inhalt	Internationale Anwendung spezifischer Formen und Gestaltungsansätze interner und externer Organisationskommunikation Grundlagen des organisatorischen Wandels und der internationalen Organisationsentwicklung Grundlagen der kulturvergleichenden Kommunikations- und Medienforschung
Qualifikationsziele	Absolventen des Moduls sind mit aktuellen Diskursen der internationalen Organisationskommunikation vertraut; kennen grundlegende Modelle des organisatorischen Wandels und der internationalen Organisationsentwicklung und können sie unter Berücksichtigung kulturspezifischer Aspekte anwenden; sind mit aktuellen Methoden der internationalen Organisationskommunikation vertraut; sind mit Grundlagen der kulturvergleichenden Kommunikations- und Medienforschung vertraut und können sie im Rahmen der Planung und Durchführung internationaler Organisationskommunikation anwenden; verfügen über Grundkenntnisse der Problemanalyse und Projektplanung im Rahmen internationaler Kommunikationsprojekte.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	1 Klausur (40%), 1 Hausarbeit (60%)
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/ Voraussetzung für	MA KuMa 10 (bzw. MA.IWK.P3 in Jena)
Leistungspunkte	Vorlesung 4 LP Seminar 6 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 10 (in Jena MA.IWK.P3)
Modultitel	Internationale Organisationskommunikation
Modul-Verantwortlicher	Jun.-Prof. Dr. Daniela Gröschke
Zulassungsvoraussetzungen	MA KuMa 8 (bzw. MA.IWK.P1 in Jena)
Lehrformen	S/Ü Unternehmenskultur und -kommunikation S Kulturvergleichende und interaktionale Kommunikations-/ Medienforschung
Umfang des Moduls	2 Seminare
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich, Sommersemester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Internationale Anwendung spezifischer Formen und Gestaltungsansätze interner und externer Organisationskommunikation - Grundlagen des organisatorischen Wandels und der internationalen Organisationsentwicklung - Grundlagen der kulturvergleichenden Kommunikations- und Medienforschung
Qualifikationsziele	<p>Absolventen des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind mit aktuellen Diskursen der internationalen Organisationskommunikation vertraut; • kennen grundlegende Modelle des organisatorischen Wandels und der internationalen Organisationsentwicklung und können sie unter Berücksichtigung kulturspezifischer Aspekte anwenden; • sind mit aktuellen Methoden der internationalen Organisationskommunikation vertraut; • sind mit Grundlagen der kulturvergleichenden Kommunikations- und Medienforschung vertraut und können sie im Rahmen der Planung und Durchführung internationaler Organisationskommunikation anwenden; • verfügen über Grundkenntnisse der Problemanalyse und Projektplanung im Rahmen internationaler Kommunikationsprojekte.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	1 Klausur (40%) 1 Hausarbeit (60%) FALSCHER REIHENFOLGE
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte (ECTS)	S/Ü: 4 LP Seminar 6LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 11 (in Jena MVK 1)
Modultitel	Kultur und Lebensweise
Modul-Verantwortlicher	Professur Volkskunde
Zulassungsvoraussetzung	keine
Lehrformen	VL Kultur und Lebensweise SE Kultur und Lebensweise
Umfang des Moduls	2 Seminare
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich, Wintersemester
Inhalte	Thematisch wechselnde Veranstaltungen aus der Vielfalt aktueller volkskundlicher Forschungen z.B. zu den Kategorien Raum, Region, Zeit, Status, Geschlecht, Religion, Alter, Arbeit, etc.
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die Kernbereiche und Kategorien volkskundlicher Forschung und sind in der Lage, aktuelle Forschungsdiskurse kritisch zu reflektieren. Sie sind in der Lage, verschiedene wissenschaftliche Texte zu einem gestellten Thema zu verfassen.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Klausur (90 min.) oder mündliche Prüfung (20 min.) zur Vorlesung (wird zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gegeben): 50%. Referat und Hausarbeit zum Seminar: 50%.
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/ Voraussetzung für	–
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 12 (in Jena MVK 2)
Modultitel	Regionalkulturen, Alltagswelten
Modul-Verantwortlicher	Professur Volkskunde
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	S+E Regionalkulturen, Alltagswelten 3 Exkursionstage
Umfang des Moduls	1 Seminar, 3 Exkursionstage
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich, Sommersemester
Inhalte	Vorstellungen und Interpretationen von Regional-kulturen und Alltagswelten, historisch wie kontemporär, z.B. Alltagskommunikation, subkulturelle Milieus, Konsumstile, Lebensweisen, Identitäten, Räume, Migration, Mobilität, Normen und Symbole.
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen und beherrschen die wichtigsten Prinzipien und Konzepte der Alltagskultur-forschung. Sie erhalten konzentrierte Einblicke in historische wie kontemporäre Regionalkulturen und Alltagswelten und erwerben Tiefenwissen über die Forschungsmethoden in diesen Feldern.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Die Note ergibt sich aus den 3 Exkursionsprotokollen (30%) sowie dem Referat und der Hausarbeit zum Seminar (70%).
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 13 (in Jena MVK 3)
Modultitel	Empirische Forschung
Modul-Verantwortlicher	Professur Volkskunde
Zulassungsvoraussetzung	keine
Lehrformen	Projektseminar Übung Projektmanagement
Umfang des Moduls	1 Seminar, 1 Übung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich zum Wintersemester
Inhalte	In diesem begleiteten Projektseminar erproben die Studierenden eine kompakte Form eigener praktischer Forschung und dokumentieren ihr Projekt in einem Bericht (Portfolio).
Qualifikationsziele	Die Studierenden üben und erwerben praktisches Forschungswissen in der empirischen Kulturwissenschaft; sie erwerben Kenntnisse im Design und Management eines wissenschaftlichen Forschungsprojekts.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Die Modulnote ergibt sich aus dem Praktikumsbericht des Forschungsprojekts (100%)
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 14 (in Jena MVK 4)
Modultitel	Methoden und Felder der Volkskunde
Modul-Verantwortlicher	Professur Volkskunde
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	SE Methoden und Felder der Volkskunde SE Angewandte Methoden der Volkskunde
Umfang des Moduls	1 Seminare/ 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich zum Sommersemester
Inhalte	Vermittlung von Methoden (z.B. archivalisch-historisch, empirisch), Instrumentarium und Feldern (wie Biographieforschung, Regionalkultur-, Sachkultur-, Erzähl-, Genderforschung, etc.) des Faches. Die Studierenden werden im Seminar „Angewandte Methoden der Volkskunde“ mit einem eigenen kleinen Forschungsprojekt betraut.
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen verschiedene Methoden und Felder der Volkskunde anhand wechselnder Themen in Theorie und Praxis. Sie können selbstständig das geeignete Instrumentarium auf forschungspraktische Beispiele übertragen und Forschungsergebnisse kritisch reflektieren.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Klausur (90 min.) oder mündliche Prüfung (20 min.) zur Vorlesung (wird zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gegeben): 50%. Referat und Hausarbeit zum Seminar: 50%.
Arbeitsaufwand (work load)	- 60 h Präsenzstunden und - 240 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	–
Leistungspunkte (ECTS)	Vorlesung: 5LP Seminar: 5 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 15 (in Jena MWVK)
Modultitel	Themen der Volkskunde
Modul-Verantwortlicher	Professur Volkskunde
Zulassungsvoraussetzung	mindestens ein volkskundliches Mastermodul
Lehrformen	SE Themen der Volkskunde
Umfang des Moduls	1 Seminar
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich zum Sommersemester
Inhalte	Vertiefung eines volkskundlichen Themas.
Qualifikationsziele	Die Studierenden üben sich exemplarisch im Seminar an der Aufbereitung eines volkskundlichen Forschungsthemas.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Referat und Hausarbeit zum Seminar: 100 %.
Arbeitsaufwand (work load)	- 30 h Präsenzstunden und - 120 h Selbststudium (einschl. Prüfungsvorbereitung)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	-
Leistungspunkte (ECTS)	Seminar: 5 LP Gesamt: 5 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 04	
Modultitel	Spezialkompetenz I	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Helmut Well	
Zulassungsvoraussetzungen	keine	
Lehrformen	Profil TMS	1 Ü Transkribieren (PV) 1 Ü Tonsysteme/Modi/Organologie (WPV) 1 S TMS (WPV)
	Profil Jazz/PM	1 Ü Transkribieren (PV) 1 Ü Harmonielehre Pop/Jazz oder 1 Ü / SpV Musikproduktion/ Tonstudioteknik (WPV)
Umfang des Moduls	2 Übungen, 1 Seminar	
Dauer des Moduls	2 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jährlich	
Inhalt	TMS: <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Kenntnisse musikalischer Prinzipien und deren Beurteilung • Vermittlung der Spezifik einzelner Musikstile unterschiedlicher Kulturen • Verdeutlichung des kulturhistorisch veränderlichen Verhältnisses zwischen musikalischen Modellen und Formen ihrer Realisation 	
	Jazz/PM: Vertiefung der Kompetenz zur Höranalyse von Jazz und populärer Musik sowie der Kenntnisse zu studioteknischen Produktionsweisen.	
Qualifikationsziele	TMS: Die Studierenden sind in der Lage, komplexe musikalisch-klangliche und auf musikalischer Darbietung beruhende Phänomene mittels Transkription und Analyse zu ermitteln und zu verstehen.	
	Jazz/PM: Die Studierenden besitzen umfassende Fachkenntnisse der Gestaltungsmittel und Produktionsprozesse von Jazz und populärer Musik. Sie sind in der Lage, Jazz und populäre Musik eigenständig von Tonträgern zu transkribieren und harmonisch zu analysieren.	
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige aktive Teilnahme	
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Testat, die Leistungen für das Testat werden je nach Lehrveranstaltung individuell zu Beginn definiert	
Arbeitsaufwand (work load)	90 h (Präsenzstudium) 210 h (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)	
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/alle Profile	
Leistungspunkte (ECTS)	Ü: Teilnahme je 1 LP, Testat je 1 LP S: Teilnahme 2 LP, Testat 2 LP Gesamt: 10 LP	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 05	
Modultitel	Notentext und Interpretation	
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Helen Geyer	
Zulassungsvoraussetzungen	keine	
Lehrformen	Profil Jazz/PM	1 SpV Historische Problematik, u.a. zu Fragen der Aufführungspraxis u.ä. (WPV) 1 S Aufführungspraxis/Interpretation/ Edition (WPV)
	Profil TMS	1 SpV TMS (WPV) 1 S TMS (WPV)
Umfang des Moduls	1 Spezialvorlesung, 1 Seminar	
Dauer des Moduls	2 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jährlich	
Inhalt	Jazz/PM: <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Kenntnisse zum Verhältnis zwischen Notentext und klingendem Ergebnis, dem Verstehen und Darstellen von musikalischen Inhalten oder der adäquaten Herausgabe musikalischer Texte • Vermittlung spezifischer historischer Hintergründe und Kontexte 	
	TMS: Erlern werden musikethnologische Herangehensweisen an Musik in ihrem spezifischen kulturellen Kontext.	
Qualifikationsziele	Jazz/PM: Die Studierenden erlernen ein erweitertes Bewusstsein für historische musikwissenschaftliche Zusammenhänge und einen kritischen Umgang mit den Quellen, inklusive der notwendigen theoretischen Diskussion	
	TMS: Die Studierenden sind in der Lage, komplexe musikalisch-klangliche und kontextgebundene Zusammenhänge anhand von Modellen zu erklären, die sowohl den musikalischen Text als auch dessen spezifischen Kontext berücksichtigen.	
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme	
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	SpV: mündliche Prüfung (15 min, 50%) S: Referat & Hausarbeit (50%)	
Arbeitsaufwand (work load)	60 h (Präsenzstudium) 240 h (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)	
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/alle MA-Profile	
Leistungspunkte (ECTS)	SpV: Teilnahme 2 LP, mündliche Prüfung 2 LP S: Teilnahme 2 LP, Referat & Hausarbeit 4 LP Gesamt: 10 LP	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 06	
Modultitel	Spezialkompetenz II	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Klaper	
Zulassungsvoraussetzungen	keine	
Lehrformen (V, S, Ü, PR)	Profil TMS	1 S Musik des 17./18. Jh. (WPV) Ü Notationsgeschichte I & II (PV)
	Profil Jazz/PM	1 SpV Jazz/PM (WPV) 1 S Jazz/PM (WPV)
Umfang des Moduls	Profil TMS	1 Seminar, 2 Übungen
	Profil Jazz/PM	1 Spezialvorlesung, 1 Seminar
Dauer des Moduls	2 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jährlich	
Inhalt	TMS: Vermittlung spezifischer Aufzeichnungsarten westeuropäischer Notation von den ersten Neumenaufzeichnungen bis zur Modalnotation und der Franconischen Notation Vermittlung der schwarzen und der weißen Mensuralnotation Tabulaturnotationen Erarbeitung spezifischer Fragestellungen älterer Musik	
	Jazz/PM: Vermittlung von umfassenden Kenntnissen der Genres und Stilentwicklungen in Jazz und populärer Musik in deren Produktions-, Vermittlungs- und Rezeptionskontexten	
Qualifikationsziele	TMS: Die Teilnehmer kennen die unterschiedlichen Notationsarten der Musik des 9. bis 16. Jahrhunderts. Sie sind in der Lage, spezifische Fragestellungen zur Musik vor 1800 zu erarbeiten.	
	Jazz/PM: Die Studierenden besitzen umfassende Kenntnisse über Stile, Genres und Kontexte von Jazz und populärer Musik	
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme	
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	TMS	S: Referat & Hausarbeit (50%) Ü: Klausur (90 min, 50%)
	Jazz/PM	SpV: mündliche Prüfung (15 min, 50%) S: Referat & Hausarbeit (50%)
Arbeitsaufwand (work load)	TMS	90 h (Präsenzstudium) 210 h (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
	Jazz/PM	60 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Referats- und Prüfungsvorbereitungen; Hausarbeit)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	alle MA-Profile	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Leistungspunkte (ECTS)	TMS	S: Teilnahme 2 LP, Ref. & Hausarbeit 3 LP Ü: Teilnahme 1 LP (x2), Klausur 1 LP
	Jazz/PM	SpV: Teilnahme 2 LP, mündl. Prüfung 2 LP S: Teilnahme 2 LP, Ref. & Hausarbeit 4 LP
	Gesamt: 10 LP	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 07	
Modultitel	Methodendifferenzierung	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Tiago de Oliveira Pinto	
Zulassungsvoraussetzungen	keine	
Lehrformen	Profil TMS	1 S Methoden mus. Analyse (TMS, WPV) 1 S Theoretisches Schrifttum der Musikethnologie/kulturbezogenen Musikwissenschaft (WPV)
	Profil Jazz/PM	1 S Methoden mus. Analyse (Jazz/PM, WPV) 1 S Empirische Forschungsmethoden zur Musikproduktion und -rezeption (WPV)
Umfang des Moduls	Profil TMS	2 Seminare
	Profil KuMa	1 Seminar
Dauer des Moduls	2 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester	
Inhalt	TMS: <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der musikalischen Ethnographie • Aufbau musikalischer Datenbanken • Feldforschung 	
	Jazz/PM: Vertiefung und Erweiterung der spezifischen Methodenkompetenzen der Jazzforschung/Popmusikforschung.	
Qualifikationsziele	TMS: Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der musikalischen Ethnographie anzuwenden, musikalische Datenbanken anzulegen und zu verwalten sowie eigenständig Feldforschung zu betreiben.	
	Jazz/PM: Die Studierenden sind in der Lage, selbständig musikalische Phänomene des Jazz und der populären Musik in ihren sozialen und kulturellen Kontexten zu erforschen.	
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme	
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Referat & Hausarbeit (50%, KuMa: 100%)	
Arbeitsaufwand (work load)	alle Profile	60 h (Präsenzstudium) 240 h (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	alle MA-Profile	
Leistungspunkte (ECTS)	alle Profile	S: Teilnahme je 2 LP, Referate je 3 LP
	Gesamt: 10 LP (KuMa: 5 LP)	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 08	
Modultitel	Forschung	
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Christiane Wiesenfeldt	
Zulassungsvoraussetzungen	keine	
Lehrformen	Profil TMS	1 Forschungsseminar (TMS, WPV) 1 Intensiv-Kurs** (TMS, WPV)
	Profil Jazz/PM	1 Forschungsseminar (Jazz/PM, WPV) 1 Intensiv-Kurs** (Jazz/PM, WPV)
Umfang des Moduls	1 Seminar, 1 Intensiv-Kurs**	
Dauer des Moduls	2 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jährlich	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • formales und inhaltliches Einüben von Lösungsansätzen komplexer Probleme der aktuellen Forschung in einzelnen Schritten • Vermittlung von Erfahrungen im Umgang mit musikalischen Institutionen und musikwissenschaftlichen Einrichtungen 	
Qualifikationsziele	Die Studierenden erlangen eine komplexe Methodenbeherrschung von unterschiedlichen, auch philologischen Grundlagenarbeiten bis zur Interpretation und schriftlichen Präsentation der Ergebnisse. Sie lernen Problemstellungen musikwissenschaftlichen Arbeitens auch außerhalb des universitären Rahmens kennen.	
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	regelmäßige Teilnahme	
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	S: Referat & Hausarbeit (50%) IK: Schriftliche Ausarbeitung (50%)	
Arbeitsaufwand (work load)	60 h (Präsenzstudium) 240 h (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)	
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss	
Leistungspunkte (ECTS)	S: Teilnahme 2 LP, Referat & Hausarbeit 3 LP IK: Teilnahme 3 LP, Schriftliche Ausarbeitung 2 LP Gesamt: 10 LP	

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA MuWi 09
Modultitel	Spezialprobleme der Historischen Musikwissenschaft II
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Klaper
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	1 S Musik vor 1600 (WPV) 1 S Musik des 19./20. Jh. (WPV)
Umfang des Moduls	2 Seminare
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Inhalt	Vertiefung des Fachwissens und musikwissenschaftlicher Arbeitsmethoden anhand ausgewählter Themengebiete aus dem Bereich der Historischen Musikwissenschaft unter besonderer Berücksichtigung spezifischer Problemstellungen der älteren Musikgeschichte und der Musik der letzten beiden Jahrhunderte.
Qualifikationsziele	Die Studierenden besitzen vertiefte Fachkenntnisse und verfügen über ein breiteres Methodenspektrum. Sie kennen spezifische musikhistorische Fragestellungen der Musik des Mittelalters und der Renaissance und der Musik des 19./20. Jahrhunderts.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Referat & Hausarbeit (50%)
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/alle MA-Profile
Leistungspunkte (ECTS)	S: Teilnahme je 2 LP, Referate je 3 LP Gesamt: 10 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 16
Modultitel	Projektmodul Ökonomische Theorien
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich der Medienökonomie; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Studienmoduls Medienökonomie I oder II im BA Medienkultur oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare, 2 Vorlesungen
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	Das Modul vermittelt Kenntnisse in den Bereichen Institutionenökonomik, Industrieökonomik, Medienwissenschaft, Medienmanagement, Internationales Management und Wissenschaftstheorie. Es geht darum, verschiedene Grundpositionen, Perspektiven, Fragestellungen und Aussagen zu rekonstruieren und den Transfer theoretischer Konzepte auf praktische Fragestellungen zu vollziehen und zur Diskussion zu stellen.
Qualifikationsziele	Ziel dieses Moduls ist es, das theoretisch-konzeptionelle Wissen in Bezug auf die Führung von Medienunternehmen zu vertiefen. Die Kenntnis grundlegender ökonomischer Theorien und Konzepte wird dabei als wichtige Qualifikation für die erfolgreiche Bearbeitung medienwirtschaftlicher Fragestellungen im weiteren Verlaufe des Studiums und auch in der anschließenden praktischen Arbeit in Medienunternehmen angesehen.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesungen: jeweils Klausur (je 100%) Seminare: aktive Teilnahme (je 40%); Hausarbeit (je 60%) Gesamtnote: Vorlesungsnoten und Seminarnoten (jeweils 25%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden.
Arbeitsaufwand (work load)	120 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 12 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 17
Modultitel	Projektmodul Angewandte empirische Forschung
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich Management/Marketing und der empirischen Forschung; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Studienmoduls Medienökonomie I oder II im BA Medienkultur oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare, 2 Vorlesungen
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	Neben der Vermittlung theoretischer Inhalte erfolgt in diesem Modul die praktische Anwendung des empirischen Forschungsprozesses anhand einer empirischen Studie aus dem Bereich des Medienmanagement. Die Inhalte umfassen den Prozess der empirischen Forschung, grundlegende multivariate Analysemethoden (Regressionsanalyse, Conjointanalyse usw.) und die praktische Anwendung des theoretischen Wissens in einer eigenständig durchgeführten empirischen Untersuchung..
Qualifikationsziele	Die Teilnehmer sollen in diesem Modul in die Lage versetzt werden, wesentliche Kenntnisse im Bereich der empirischen Sozialforschung zu erwerben und darauf vorbereitet werden, selbstständig eigene empirische Forschungsprojekte durchführen und auswerten zu können. Dem Modul kommt insofern sowohl für die Anfertigung der Masterarbeit und weiterer wissenschaftlicher Arbeiten (z.B. Promotion) als auch für das Verständnis und die eigene Erhebung und Auswertung empirischer Daten in Medienberufen eine zentrale Funktion zu.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesungen: jeweils Klausur (je 100%) Seminare: aktive Teilnahme (je 40%); Referat/Hausarbeit (je 60%) Gesamtnote: Vorlesungsnoten und Seminarnoten (jeweils 25%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden.
Arbeitsaufwand (work load)	120 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 12 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 18
Modultitel	Projektmodul Marketing und Medien
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich Management/Marketing und der empirischen Forschung; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Projektmoduls „Angewandte empirische Forschung“.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP Seminar (4 SWS) 6 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Sommersemester
Inhalt	Gegenstand des Moduls ist die Übertragung und konkrete Anwendung von Marketingwissen auf die Fragestellungen einer Medienindustrie. Dieses erfolgt zum einen durch die theoretische Analyse der Strukturen und Prozesse einer Medienindustrie und der damit verbundenen Handlungspotenziale des Marketing, zum anderen durch die eigene empirische Bearbeitung einer für das Medienmarketing dieser Industrie zentralen Aufgabenstellung.
Qualifikationsziele	Ziel dieses Moduls ist es, das Wissen in Bezug auf die Anwendung von Marketing in Medienindustrien zu vertiefen. Dies erfolgt exemplarisch für eine Medienbranche. Die Teilnehmer sollen auf diesem Wege lernen, Marketingkenntnisse mit den Besonderheiten von Medienindustrien zu verbinden und kontextspezifische Marketingkonzepte zu entwickeln. Neben einer Vermittlung theoretisch-konzeptioneller Inhalte wird in einem der beiden Seminare auch einer empirischen Fragestellung nachgegangen, wobei eine Anwendung der im ersten Studiensemester erworbenen empirischen Fähigkeiten ermöglicht wird und somit eine Vorbereitung auf die eigenständige Durchführung einer empirischen Studie im Rahmen der Masterarbeit geleistet wird.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (70%) und aktive Teilnahme (30%) Seminar: Referat und Hausarbeit (jeweils 50%) Seminar: aktive Teilnahme (50%) und Empirical Paper (50%) Gesamtnote: Seminarnoten 75%, Vorlesungsnote 25% Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden..
Arbeitsaufwand (work load)	120 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 12 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 19
Modultitel	Projektmodul Medienmanagement
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Kenntnisse im Bereich Management und ökonomische Theorien; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Projektmoduls „Ökonomische Theorien“ im MA Medienmanagement oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP Seminar (4 SWS) 6 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Sommersemester
Inhalt	Das Projektmodul befasst sich mit der Untersuchung der Bedeutung und der Effekte von Medien auf Organisationen. Unter Bezugnahme auf generische Organisationsformen der Ökonomie können beispielsweise folgende Fragen im Mittelpunkt der Forschung stehen: Wie tragen Medien der Information, Medien der Speicherung und Medien der Beobachtung dazu bei, arbeitsteilige Leistungen in Organisationen zu koordinieren? Inwiefern sind Medien formbildend und verhaltenssteuernd bei der Abstimmung von Aktivitäten in Organisationen? In welcher Weise konstituieren und konstruieren Medien eine soziale Realität in Organisationen? Inwiefern sind Wissensmonopole, Machtstrukturen und Regierungsformen von Organisationen durch mediale Dispositive bestimmt oder geprägt? Inwiefern lassen sich Medien als Generatoren des Wandels und der Veränderung von Organisationen und Koordinationsformen begreifen?
Qualifikationsziele	Das Modul dient dem Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten zur selbständigen und eigenverantwortlichen Problemlösung bezüglich einer handlungsleitenden Forschungsfrage, bei der wissenschaftliches und methodisches Arbeiten geübt und unter Beweis gestellt werden soll: Schärfung von Analysefähigkeit, Rechercheleistung und Ausdruckskompetenz in Wort und Schrift, Entwicklung kritischer Reflexionsfähigkeit im Zusammenhang mit einem interdisziplinären Problemlösungsansatz, der neben Organisationstheorie und Informationsökonomie auch medien- und kulturwissenschaftliche Denkansätze einbezieht.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Seminar A: Referat mit Referatskript (100%) Seminar B: Referat / Hausarbeit (ca. 25 Seiten) Gesamtnote: Vorlesungsnote (25%); Seminar A (25%); Seminar B (50%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden.
Arbeitsaufwand (work load)	120 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 12 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 20
Modultitel	Projektmodul Medienökonomie
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich Medienökonomie; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Projektmoduls „Ökonomische Theorien“ oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 2 LP Seminar (2 SWS) 2 LP Seminar (4 SWS) 8 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	In diesem Modul werden theoretische Kenntnisse der Medienökonomie auf konkrete Forschungsfragen bezogen. Dies geschieht in einem der Seminare aus wissenschaftlicher Sicht, welches durch das zweite - überwiegend praxisorientiert angelegte - Seminar ergänzt wird. Ziel ist dabei die ganzheitliche und eigenständige Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus der Medienindustrie. In der Vorlesung werden die für die Forschungsfragen der Seminare relevanten ökonomischen Theorien behandelt.
Qualifikationsziele	Das Modul dient der Vermittlung und Erarbeitung von Kenntnissen in ausgewählten Bereichen der Medienindustrie. Es geht darum, strukturelle Merkmale, Wertschöpfungsmuster und Geschäftsmodelle verschiedener Branchensegmente analytisch zu durchdringen. Die Teilnehmer sollen medienökonomisches Wissen auf konkrete Praxisfälle anwenden und konzeptionell weiter entwickeln. Im Umgang mit Praxisproblemen und Fallbeispielen der Medienbranche vermittelt und fördert das Modul methodische Kompetenzen und projektorientierte Zusammenarbeit.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (je 100%) Seminare: aktive Teilnahme (20%); Referat/Hausarbeit (80%) Gesamtnote: Vorlesungsnote (25%) und Seminarnoten (75%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden.
Arbeitsaufwand (work load)	120 (Präsenzstudium) 240 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 12 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 21
Modultitel	Studienmodul Medienmanagement
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Kenntnisse im Bereich Management und ökonomische Theorien; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Projektmoduls „Ökonomische Theorien“ im MA Medienmanagement oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Seminar (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	2 Seminare
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	Das Studienmodul befasst sich mit Fragen der Unternehmensführung unter Einbeziehung verschiedener Stakeholder. Das Unternehmen wird dabei als System begriffen, in dem diverse Ansprüche, Interessen, Erwartungshaltungen und Ziele der internen und externen Stakeholder zusammentreffen und aufeinander abzustimmen sind. Dabei sollen auch die verschiedenen Informations- und Steuerungssysteme von Unternehmen und die konzeptionellen Grundlagen zur Analyse von Austausch- und Verhandlungsprozessen in Unternehmen untersucht werden. Besondere Aufmerksamkeit gilt den spezifischen Bedingungen und Aspekten im Mediensektor.
Qualifikationsziele	Das Modul dient dem Erwerb von grundlegenden und weiterführenden Managementkenntnissen, die sich auf das Verhältnis zwischen Unternehmen und seinen Anspruchsgruppen beziehen. Es geht um die Vermittlung von theoretischen Grundlagen zu Medien, Informations- und Steuerungssystemen von Unternehmen unter Einbeziehung von unternehmerischen Interessensgruppen. Wesentliches Ziel ist es, Managementmethoden und Konzepte der Unternehmensführung zu betrachten und kritisch zu diskutieren. Zudem geht es um den Erwerb von analytisch-kritischem Sachverstand, gekoppelt mit interdisziplinärer, sozialer und methodischer Kompetenz und der Fähigkeit zur Darstellung von komplexen Zusammenhängen in mündlicher und schriftlicher Form.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Seminar A: Referat mit Referatsskript (100%) Seminar B: Referat / Hausarbeit (ca. 12 Seiten) (100%) Gesamtnote: Seminarnote A (50%) und Seminarnote B (50%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 22
Modultitel	Studienmodul Marketing und Medien
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich des Marketing und der Medienökonomie; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Studienmoduls Medienökonomie I oder II im BA Medienkultur oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	1 Seminar, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	Im Rahmen der Vorlesung wird das Marketingwissen in Bezug auf ein relevantes Themenfeld vertieft. Innerhalb des begleitenden Seminars wird eine Medienindustrie theoretisch-konzeptionell durchleuchtet, bei der dem in der Vorlesung behandelten Themenfeld eine herausragende Bedeutung zukommt. Auf diesem Wege wird eine Verknüpfung der grundlegenden Marketingstrategien mit medienspezifischen Herausforderungen für die Studierenden erfahrbar.
Qualifikationsziele	Ziel dieses Moduls ist es, das Wissen der Teilnehmer in Bezug auf die Anwendung von Marketing in Medienindustrien zu vertiefen. Dabei liegt der Schwerpunkt auf solche Themenfelder, die für eine berufliche Tätigkeit im Medienmarketing von herausragender Bedeutung sind (z.B. Relationship Marketing, Markenpolitik)..
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Seminar: Referat / Hausarbeit (100%) Gesamtnote: Vorlesungsnote (50%) und Seminarnote (50%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden.
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 23
Modultitel	Studienmodul Medienökonomie und Medien der Ökonomie
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich des Marketing und der Medienökonomie; erworben durch den erfolgreichen Abschluss des Studienmoduls Medienökonomie I oder II im BA Medienkultur oder einer vergleichbaren Leistung.
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	1 Seminar, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Sommersemester
Inhalt	In diesem Modul werden unter dem Begriff Medienökonomie verschiedene Industrien zusammengefasst. Dazu zählen u.a. die Film-, Fernseh- und Musikindustrie, das Verlagswesen und die wachsende Branche der Unterhaltungssoftware. Es werden sowohl ökonomische als auch verhaltenswissenschaftliche Theorien genutzt, um die Besonderheiten der Medienökonomie herauszuarbeiten. Schwerpunkte für die ökonomische Analyse liegen auf Transaktionskosten- und der Agency-Theorie. Damit werden Phänomene wie steigende Skalenerträge, Medienkonvergenz, Einfluss des stationären und mobilen Internets auf Transaktionskosten, First-Copy-Costs, vertikale Integration oder Internationalisierung analysiert. Aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive werden Phänomene, wie der Wandel der Mediennutzung, die Ökonomie der Aufmerksamkeit oder die kulturelle Einbettung von Medien untersucht.
Qualifikationsziele	Die Teilnehmer erwerben ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theoriegrundlagen der Medienökonomie und eignen sich vertiefte Kenntnisse über Wertschöpfungsstrukturen und aktuelle Entwicklungen verschiedener Medienbranchen an. Neben dem Erwerb von fachbezogenen Kenntnissen und ökonomischen Besonderheiten wichtiger Medienbereiche geht es in diesem Modul auch um die Fähigkeit der modellhaften Abstraktion zur Erklärung von Phänomenen der Unternehmenspraxis und um die Aneignung von Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Seminar: aktive Teilnahme (20%) und Referat / Hausarbeit (ca. 12 Seiten) (80%) Gesamtnote: Vorlesungsnote (50%) und Seminarnote (50%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden..
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 24
Modultitel	Studienmodul Internationales Management und Medien
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich des Management und Medienökonomie
Lehrformen	Vorlesung (2 SWS) 3 LP Seminar (2 SWS) 3 LP
Umfang des Moduls	1 Seminar, 1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Sommersemester
Inhalt	In diesem Modul werden die Prozesse der Internationalisierung und Globalisierung transdisziplinär erklärt und analysiert. Die Bedeutung der Medien für die Internationalisierung von Wirtschaftsprozessen allgemein, ebenso wie der Prozess der Internationalisierung von Medienunternehmen im Speziellen werden dabei in ihren Auswirkungen auf Managementprozesse und -ansätze untersucht und durch Fallbeispiele konkretisiert. Der Schwerpunkt liegt auf dem internationalen Management der globalen Medienunternehmen der Konvergenzbranche, die sowohl betriebswirtschaftlich als auch unter Berücksichtigung ihres medienhistorischen Wandels durch technologischen Fortschritt bis zur Entwicklung digitaler Netzwerkmedien im Fokus stehen. Die Auswirkungen des Branchenwandels auf die Wettbewerbsstruktur und damit auf das Management globaler Unternehmensstrategien, Wertschöpfungsketten, Geschäftsmodelle, innovativer Kultur- und Wirtschaftsgüter sowie auf die Beziehungen zu Stakeholdern werden kritisch im Kontext des interkulturellen Managements unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher wie auch kulturwissenschaftlicher Zugänge reflektiert.
Qualifikationsziele	Die Teilnehmer erwerben betriebswirtschaftliche und kulturwissenschaftliche Grundlagen zur Internationalisierung von Unternehmen sowie deren Auswirkungen auf die Managementpraxis. Dabei erlernen die Studierenden sowohl branchenübergreifende Theorien zur Erklärung und Analyse von ökonomischer und unternehmerischer Internationalisierung und Globalisierung als auch spezifische Kenntnisse der Internationalisierung und Globalisierung von Medienunternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Digitalisierung, globaler Netzwerkorganisation, sowie den ökonomischen und kulturellen Auswirkungen der Konvergenz. Neben dem Erwerb grundlegender Theorien und Konzepte der Internationalisierung werden klassische Ansätze internationalen und interkulturellen Managements sowie in kritischer Reflexion transdisziplinäre Zugänge zu der Thematik Internationales Management und Medien erworben.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Seminar: aktive Teilnahme (30%) Referat / Hausarbeit (ca. 12 Seiten) (70%) Gesamtnote: Vorlesungsnote (50%) und Seminarnote (50%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden..
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 25
Modultitel	Studienmodul Medienrecht I
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	keine
Lehrformen	Vorlesung (4 SWS) 6 LP
Umfang des Moduls	1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Sommersemester
Inhalt	Inhalte des Moduls beziehen sich auf die Abgrenzung der grundlegenden Rechtsbegriffe und der bestehenden Rechtsgrundlagen für Medien. Im Mittelpunkt stehen Grundkenntnisse des allgemeinen Medienrechts und ein Überblick über relevante Rechtssätze für den Bereich des Medienrechts. Es erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem Grundgesetz und dem Zivilrecht sowie eine Behandlung der wichtigsten Grundrechte in Bezug auf die Herstellung und Verbreitung von Medien, sowie der Abwehrrechte und dem Rechtsschutz gegenüber Medien.
Qualifikationsziele	Das Modul gibt eine Einführung in die Rechtsordnung und vermittelt Kenntnisse über den Inhalt und die Bedeutung des Medienrechts. Lernziel besteht darin, die Funktion und Bedeutung der Rechtsordnung für die Medien zu erkennen und einzuordnen. Die Teilnehmer sollen sich Kenntnisse über Grundlagen und Ausgangspunkte des Medienrechts aneignen und Kenntnisse über die für den Medienbereich relevanten Rechtssätze erhalten. Hierzu gehört auch die Fähigkeit, die einschlägigen Rechtssätze, je nach Sachverhaltskonstellation im Einzelfall anzuwenden und Probleme zu erkennen.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Gesamtnote: Vorlesungsnote: (100%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden..
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 26
Modultitel	Studienmodul Medienrecht II
Modulverantwortlicher	Prof. Medienmanagement der Bauhaus Universität Weimar
Zulassungsvoraussetzungen	Besuch des Studienmoduls Medienrecht I
Lehrformen	Vorlesung (4 SWS) 6 LP
Umfang des Moduls	1 Vorlesung
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jährlich zum Wintersemester
Inhalt	Das Modul befasst sich mit Grund- und Aufbaukenntnissen des allgemeinen Medienrechts, insbesondere mit dem Urheberrecht für Medien im Hinblick auf Rechte, die im Zusammenhang mit der Erstellung und Nutzung von Werken einschlägig sind. Es erfolgt zudem eine Auseinandersetzung mit dem Jugendschutzgesetz und dessen Verankerung in der Verfassung unter Berücksichtigung der besonderen Jugendschutzvorschriften im Hinblick auf Medieninhalte. Zudem gibt das Modul einen Überblick über das Medienwettbewerbsrecht und über Besonderheiten des Europarechts und dessen punktuelle Regelungen für bedeutsame Materien des Medienrechts.
Qualifikationsziele	Das Modul dient dem Erwerb von Kenntnissen über Rechtsvorschriften des allgemeinen Medienrechts. Es geht um den Erwerb und Ausbau der Fähigkeit, Problemstellungen des allgemeinen Medienrechts zu analysieren und bestehende Kenntnisse auf diverse Sachverhaltskonstellationen anzuwenden. Die Teilnehmer erhalten Kenntnisse und Fähigkeiten für den praktischen Umgang mit Medieninhalten, insbesondere bei der Nutzung und Erzeugung von Medien im Alltags- und Berufsgeschehen. Das Modul vermittelt auch Kompetenzen in Bezug auf europarechtliche Fragen der Medienordnung.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Regelmäßige Teilnahme
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Vorlesung: Klausur (100%) Gesamtnote: Vorlesungsnote: (100%) Alle Bestandteile des Leistungsnachweises dieses Moduls müssen bestanden werden..
Arbeitsaufwand (work load)	60 (Präsenzstudium) 120 (Selbststudium, Projektarbeiten, Prüfungsvorbereitungen)
Verwendbarkeit/Voraussetzung für	MA-Abschluss/ MA-Profil Medienmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	Gesamt: 6 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 27
Modultitel	Leistungen anderer Hochschulen
Modul-Verantwortlicher	Professur Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzung	keine
Lehrformen	gemäß Learning Agreement
Umfang des Moduls	gemäß Learning Agreement
Dauer des Moduls	gemäß Learning Agreement
Häufigkeit des Angebots	gemäß Learning Agreement
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungen an anderen Hochschulen insbesondere im Ausland gemäß Learning Agreement und - Veranstaltung an der HfM und anderen Hochschulen in Deutschland, nach erfolgter Studienberatung und Genehmigung durch den Modulverantwortlichen zur Akzentuierung und zur Ergänzung des gewählten Schwerpunktes.
Qualifikationsziele	Sinnvolle Ergänzung des eigenen Profils durch Veranstaltungen im Ausland, die sich nicht in den Modulkatalog einpassen lassen bzw. an der Hochschule für Musik Weimar nicht angeboten werden.
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Learning Agreement bzw. vorherige Absprache und Genehmigung durch den Modulverantwortlichen, bei Veranstaltungen des Studium generale ein Essay zur Thematik Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit gemäß den Bedingungen an der Hochschule an der die Leistung erworben wird.
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	gemäß Learning Agreement
Arbeitsaufwand (work load)	gemäß Learning Agreement
Verwendbarkeit/ Voraussetzung für	–
Leistungspunkte (ECTS)	Bis zu 30 LP

Modulkatalog Master Kulturmanagement

Modulnummer	MA KuMa 28
Modultitel	Masterarbeit
Modul-Verantwortlicher	Professur Dr. Steffen Höhne
Zulassungsvoraussetzungen	Mindestens 55 LP aus dem Pflicht- und Wahlpflichtbereich
Lehrveranstaltungen (V,S,Ü, PR)	
Umfang des Moduls	
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Inhalte	In der Masterarbeit weisen die Studenten nach, dass sie eine ausgewählte kulturwissenschaftliche oder kulturökonomische Fragestellung selbständig wissenschaftlich erfassen, methodisch erarbeiten, zielorientiert auswerten und problemorientiert bearbeiten sowie den wissenschaftlichen Standards gemäß darstellen können.
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahme am wissenschaftlichen Diskurs - Förderung der Fähigkeit, sich mündlich und schriftlich über kulturökonomische und kulturwissenschaftliche Problemstellungen zu äußern
Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung(en)	Abgabe Exposé und termingerechte Anmeldung der Masterarbeit, termingerechte Abgabe der Masterarbeit
Art, Umfang und Gewichtung der einzelnen Modulprüfungsleistungen	Masterarbeit 100%
Arbeitsaufwand (work load)	300 h:Selbststudium
Verwendbarkeit/ Voraussetzung für	–
Leistungspunkte (ECTS)	30 LP (die Arbeit geht mit vierfacher Gewichtung in die Endnote ein)