

# **Modulhandbuch**

**für den zweijährigen**

**M.A.-Studiengang**

**Communication &**

**Cultural Management**

**CCM**

Stand: 09.2017

## Inhaltverzeichnis

<b>Major Phase – Pflichtmodule</b>	<b>3</b>
Modul 23301 Foundation Modul	3
Wahlbereich „Kommunikations- und Kulturwissenschaften“	4
Modul 22103 Methoden	5
Modul 23101 Programmmodul Management	7
<b>Major Phase – Wahlpflichtmodule Track Kommunikation &amp; Medien</b>	<b>9</b>
Modul 241111 Öffentlichkeitstheorien	9
Modul 241112 Globale Infrastrukturen von Medien & Kommunikation	10
Modul 241121 Kulturwissenschaftliche Fragestellungen der Medientheorie	11
Modul 241122 Soziologische Fragestellungen der Medientheorie	12
Modul 241131 Interne Organisationskommunikation	13
Modul 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement	14
Modul 241141 Psychologische Fragestellungen der Kommunikation	15
Modul 241142 Interpersonale Kommunikation	16
Modul 241071 Strategisches Marketing & Branding	17
Modul 241072 Empirische Markt- & Trendforschung	18
Modul 24115-12 Studentische Kunst- und Kulturprojekte	19
Modul 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 1	20
Modul 241492 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 2	21
<b>Major Phase – Wahlpflichtmodule Track Kulturproduktion</b>	<b>22</b>
Modul 24116-12 Kultur produzieren	22
Modul 241191 Visuelle Kultur	23
Modul 241192 Kunstmärkte	24
Modul 24118-12 Kuratieren & Inszenieren	25
Modul 12141 Kreativität & Performanz	26
Modul 24115-12 Studentische Kunst- und Kulturprojekte	27
Modul 241131 Interne Organisationskommunikation	28
Modul 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement	29
Modul 241071 Strategisches Marketing & Branding	30
Modul 241072 Empirische Markt- & Trendforschung	31
Modul 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 1	32
Modul 241492 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 2	33
<b>Major Phase – Open-Content Wahlpflichtmodule</b>	<b>34</b>
Modul 24353 Forschungsprojekt	34
<b>Master Phase</b>	<b>36</b>
Modul 55000 Abschlussmodul	36
<b>ZU   Plus</b>	<b>37</b>
Workshop 110012 Kreative Performanz – Stimme, Körper, Haltung	37
Workshop 110011 Grundlagen des Unternehmertums	38

## Major Phase – Pflichtmodule

Modul 23301 Foundation Modul				
MA CCM	1.-2. Semester	6-18 SWS	12-36 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 54/246-162/738
Lehrform			Seminar, Projektarbeit, Selbststudium	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1-2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Marcel Tyrell Prof Dr Eckhard Schröter	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtmodul MA CCM	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul vermittelt einen vertiefenden und umfassenden Überblick zu grundlegenden Themen aus den Wahlbereichen Kommunikations- &amp; Kulturwissenschaften (mind. 2 aus 3 Modulen), Management und Ökonomie (0 bis 3 aus 3 Modulen), Staats- &amp; Gesellschaftswissenschaften (0 bis 2 aus 2 Modulen), sowie Interdisziplinäre Ansätze.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Den Studierenden wird durch die verschiedenen Wahlmöglichkeiten des Foundation Moduls ermöglicht, eine Ergänzung oder gewünschte Vertiefung ihres Fachwissens in optimaler Abstimmung auf ihren weiteren Studienverlauf vorzunehmen.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 231031-6 Kommunikationstheorie			6	3
LV 231032-6 Kulturtheorie			6	3
LV 231034-6 Medientheorie			6	3
LV 233011-6 Politics & Society			6	3
LV 233012-6 Public Administration			6	3
LV 522011-6 Strategic Management			6	3
LV 542011-6 Advanced Marketing			6	3
LV 124012-6 Führung in Organisationen			6	3

Wahlbereich „Kommunikations- und Kulturwissenschaften“				
MA CCM	1.-2. Semester	6-9 SWS	12-18 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 54/246-81/369
Lehrform				Seminar, Projektarbeit, Selbststudium
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1-2 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit o. Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				5-10 S. bzw. 135 Min.
Modulverantwortlicher				Prof Dr Dirk Baecker Prof Dr Udo Göttlich Prof Dr Gloria Meynen
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Foundation Modul MA CCM
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Der Wahlbereich widmet sich dem Beitrag der Kultur-, Medien- und Kommunikationstheorie zur Analyse aktueller gesellschaftlicher, ästhetischer und kultureller Prozesse, Gegenstände, Techniken und Praktiken. Die Lehrveranstaltungen des Wahlbereichs führen mit paradigmatischen Quelltexten in die grundlegenden Debatten, Begriffe und Perspektiven der Kommunikationswissenschaft (LV „Kommunikationstheorie“) Kultur- und Medienwissenschaft (LV „Medientheorie“, LV „Kulturtheorie“) ein. Mit dem historisch-systematischen Wissen über Kommunikation, Medien und Kultur vermitteln sie ein interdisziplinäres Basiswissen, um das komplexe Verhältnis von Wirtschaft, Politik und Kultur kritisch zu analysieren und zu gestalten.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Nach Abschluss des Wahlbereichs verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse in kultur- und kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung. Sie können aktuelle Fragestellungen auf einer strukturellen Ebene in historischer und systematischer Perspektive formulieren und diskutieren. Sie verfügen über verschiedene Fragekompetenzen und Problemlösungsstrategien, um das komplexe, interdisziplinäre Wechselverhältnis zwischen Gesellschaft, Kultur und Technik zu beschreiben und zu interpretieren.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Aristoteles (1999): Rhetorik, griech./deutsch, Stuttgart: Reclam;  Giambattista Vico (2000): Die neue Wissenschaft über die gemeinschaftliche Natur der Völker [1744], Berlin: de Gruyter;  Bronislaw Malinowski (2005): Eine wissenschaftliche Theorie der Kultur [1941] und andere Aufsätze, dt. Frankfurt/Main: Suhrkamp;  Jürgen Habermas (1962): Der Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit, Neuwied: Luchterhand;  Friedrich Kittler (1985): Aufschreibesysteme 1800/1900, München: Fink;  u. s. kommentiertes Vorlesungsverzeichnis.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 231031-6 Kommunikationstheorie			6	3
LV 231032-6 Kulturtheorie			6	3
LV 231034-6 Medientheorie			6	3

Modul 22103 Methoden				
MA CCM	1.-2. Semester	6 SWS	12 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 54/246
Lehrform			Workshop, Seminar, Feldstudie	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1-2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Je nach Veranstaltungsformat Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung oder Präsentation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			135 Min./10–15 S./20 Min.	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Gloria Meynen Prof Dr Michael Scharkow	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtmodul für alle Studiengänge	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul bietet Studierenden, angepasst an ihre jeweiligen Schwerpunkte und Voraussetzungen, eine Vermittlung von Methoden, die in unterschiedlichen Disziplinen entwickelt wurden. Daneben bietet es mit der Lehrveranstaltung Wissenschaftsforschung/-geschichte die Möglichkeit, sich mit der historischen Situierung von Methoden und Forschungsansätzen und dem Zusammenhang von Erkenntnis, Gegenstand, Methode und Theorie zu befassen. Das Seminar Wissenschaftstheorie &amp; Forschungsdesign bietet zudem Raum, die Reichweite unterschiedlicher Methoden kritisch zu reflektieren und die Konzeption von Forschungsvorhaben zu erlernen.</p> <p>Die Methodenworkshops und die Kombinatorik mit den reflektierenden Seminarangeboten wählen die Studierenden individuell und im Hinblick auf die angesteuerten Studienschwerpunkte. Die Methodenworkshops können u.a. folgende Inhalte setzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Qualitative und quantitative Erhebungs- und Auswertungsmethoden der empirischen Sozialforschung (z.B. Befragung und Gruppendiskussion, Inhaltsanalyse, Experiment, Beobachtung), inkl. Statistik</li> <li>  Systematische und historische Analysen von Bildern, Texten, Karten, Diagrammen, Filmen, Tönen oder digitalen Medien</li> </ul> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes bzw. fortgeschrittenes Verständnis des Zusammenhangs zwischen Theorie, Gegenstand und Methoden und können diesen kritisch diskutieren. Sie sind in der Lage, mit unterschiedlichen Methoden in konkreten Anwendungskontexten zu arbeiten und in individuellen Projekten zu forschen.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>s. kommentiertes Vorlesungsverzeichnis</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 231022 Wissenschaftsforschung/-geschichte			6	3

LV 231023 Wissenschaftstheorie & Forschungsdesign	6	3
LV 123241-44 Advanced Methods-Workshop 1	3	2
LV 123241-44 Advanced Methods-Workshop 2	3	2
LV 123241-44 Advanced Methods-Workshop 3	3	2
LV 123241-44 Advanced Methods-Workshop 4	3	2

Modul 23101 Programmmodul Management				
MA CCM	1.-2. Semester	2-4 SWS	12-24 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/282-36/564
Lehrform				Seminar, Projektarbeit, Selbststudium
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1-2 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Modulabschlussprüfung
Prüfungsumfang bzw. -dauer				entsprechend GSPO
Modulverantwortlicher				Prof Dr Marian Adolf Prof Dr Martin Tröndle
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtmodul MA CCM
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das disziplinäre Modul vertieft Fragestellungen aus dem Bereich der Kultur- bzw. Kommunikationsforschung und -praxis.</p> <p>Beide Felder erfahren in den letzten Jahren enorme Professionalisierungsschübe bei gleichzeitiger hoher Diversifikation der Anwendungsfelder und -aufgaben. Professionelle Kommunikation zählt heute zu den Grundlagen erfolgreichen Managements in allen Berufsfeldern, insbesondere vor dem Hintergrund des Strukturwandels der digitalen Medienumwelt. Auf Basis kommunikations- und medientheoretischer Grundlagen stellt die Lehrveranstaltung "Management von Kommunikation" Kanäle, Mittel und Strategien gelingender öffentlicher Kommunikation vor und bearbeitet diese anhand einer konkreten Aufgabenstellung (Case Study).</p> <p>Die Lehrveranstaltung „Management von Kultur“ thematisiert Probleme, die das Management von Kulturorganisationen aufwirft. Weder Museen und Festivals noch Theater- oder Konzerthäuser sind primär gewinnorientiert, sondern ästhetischen oder ideellen Kriterien unterworfen. Welche Herausforderung beinhaltet dies für Entscheider in solchen Institutionen, wenn herkömmliche macht- oder geldbezogene Entscheidungsinstrumente weitgehend wirkungslos sind? Die Lehrveranstaltung nimmt diese Problematik auf und erarbeitet an einer Case Study einen Einblick in das Innenleben von Kulturorganisationen. Kritisch reflektiert die Lehrveranstaltung die Managerialisierung von Kulturorganisationen. In überbetrieblicher Perspektive thematisiert das Teilmodul strategische Fragen des Managements von Kultur im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung anhand einer Feldstudie.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>In der Lehrveranstaltung „Management von Kommunikation“ erlangen die Studierenden eine solide Kenntnis der Grundlagen integrierter Kommunikation in Organisationen und verständigungsorientierter öffentlicher Kommunikation. Darüber hinaus erlangen sie praktisches Wissen in der Umsetzung von Kommunikationsstrategien. In der Lehrveranstaltung „Management von Kultur“ lernen Studierende eine kulturbetriebsspezifische Organisationstheorie und die strategische Kulturentwicklungsplanung kennen und erhalten Einblicke in Entscheidungsproblematik von Kulturorganisationen.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, Otfried Jarren (Hg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden: VS Verlag.</p>				

Martin Tröndle (2006): Entscheiden im Kulturbetrieb: Integriertes Kunst- und Kulturmanagement. Bern: h.e.p.

Tasos Zembylas (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. Wiesbaden: VS-Verlag.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 231011-12 Management von Kommunikation inkl. Case Study	12	2
LV 231012-12 Management von Kultur inkl. Case Study	12	2



## Major Phase – Wahlpflichtmodule Track Kommunikation & Medien

Modul 241111 Öffentlichkeitstheorien				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			20.000 Zeichen	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Udo Göttlich	
Teilnahmevoraussetzungen			–	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Mit dem Wandel der Massenkommunikation erfährt der "Sinn von Öffentlichkeit" in der Mediengesellschaft einen grundlegenden strukturellen Wandel. Wie sind diese Verschiebungen zu verstehen, auf welchen Feldern finden sie statt und was sind die möglichen Folgen für die Integration von Gesellschaft und Kultur durch Kommunikation?</p> <p>Das Modul widmet sich zur Behandlung und Erklärung dieser Frage- und Problemstellung unterschiedlicher theoretischer Konzepte und analytischer Modelle von Öffentlichkeit, öffentlicher Kommunikation und dem Wandel von Öffentlichkeit und analysiert hierzu auch aktuelle Fallbeispiele.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Ein Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Folgen des Wandels öffentlicher Kommunikation thematisieren zu können. Die Teilnehmer lernen die theoretischen Ansätze im Hinblick auf ihr Analysepotenzial und ihre erkenntnistheoretischen Implikationen einzuschätzen.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>HABERMAS, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt a.M.</p> <p>IMHOF, Kurt (2005): Medien und Öffentlichkeit, in: Jäckel, Michael (Hrsg.), Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder, Wiesbaden, S.273-293.</p> <p>IMHOF, Kurt (2006): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. 54. Jg., Nr. 2., S. 191-215.</p> <p>PETERS, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit, Frankfurt a.M.</p> <p>SENNETT, Richard (1996): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt a.M.</p> <p>WEßLER, Hartmut (1999): Öffentlichkeit als Prozeß, Opladen.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241111 Öffentlichkeitstheorien			6	3

Modul 241112 Globale Infrastrukturen von Medien & Kommunikation					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				20.000 Zeichen	
Modulverantwortlicher				Dr Dennis Lichtenstein	
Teilnahmevoraussetzungen				-	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b>  Das Modul befasst sich mit den Strukturen globaler und transnationaler Kommunikation in digitalen und massenmedialen Öffentlichkeiten. Thematische Schwerpunkte sind die Vernetzungen von digitalen und massenmedialen Öffentlichkeitsforen, der Vergleich zwischen Mediensystemen und des (politischen) Journalismus in verschiedenen Ländern sowie die technologische Entwicklung von Mediensystemen mit Schwerpunkt auf Europa. Behandlung finden z.B. Fragen der Entwicklung von Global Media Industries und der globalen Kulturindustrie mit ihren Folgen für die Öffentlichkeitsbildung auch im Bereich der Unterhaltung.</p> <p><b>Lernziele:</b>  Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse von den Strukturen und der Komplexität heutiger globaler und transnationaler Kommunikation und zu den Besonderheiten und Entwicklungen verschiedener Mediensysteme.</p> <p><b>Literatur:</b>  Roger Blum (2014): Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme. Köln: Halem.  Andrew Chadwick (2013): The Hybrid Media System. Politics and Power. Oxford: University Press.  Christina Holtz-Bacha (2006): Medienpolitik für Europa, Wiesbaden: VS Verlag.  Claes de Vreese, Frank Esser, &amp; David N. Hopmann, F. (2017). Comparing Political Journalism. London: Routledge.  Ingrid Volkmer (2014): The Global Public Sphere: Public Communication in the Age of Reflective Interdependence. Cambridge: Polity Press.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241112 Globale Infrastrukturen von Medien & Kommunikation				6	3

Modul 241121 Kulturwissenschaftliche Fragestellungen der Medientheorie					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Hausarbeit oder Essay (benotet)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				20.000 Zeichen	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Gloria Meynen	
Teilnahmevoraussetzungen				Modul „Medientheorie“ (231034), „Kommunikationstheorie“ (231031) oder „Kulturtheorie“ (231032)	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b> Dem Modul liegt ein einzelnes Werk der Medientheorie zugrunde. Der Studienalltag wird allzu häufig durch kleine Texte und Textausschnitte dominiert, die selten einen umfassenden Einblick in die Genese, Konsistenz und Werkstatt einer Theorie bieten. Die Aufmerksamkeit liegt auf der Entstehung, Diskussion und Permutation einschlägiger kultur- und medienwissenschaftlicher Begriffe, Argumente und Theorien.</p> <p><b>Lernziele:</b> Die Studierenden lernen ein Argument über die gesamte Länge einer Monographie zu analysieren und auf ihre Aktualität hin zu befragen. Das Modul vermittelt fortgeschrittene Lektüretechniken und stärkt auf diese Weise die Schreibkompetenz.</p> <p><b>Literatur:</b> s. kommentiertes Vorlesungsverzeichnis.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241121 Kulturwissenschaftliche Fragestellungen der Medientheorie				6	3

Modul 241122 Soziologische Fragestellungen der Medientheorie				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				20.000 Zeichen
Modulverantwortlicher				Prof Dr Maren Lehmann
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien
<p><b>Inhalte:</b>  Das Seminar diskutiert Medien als soziale, mithin als relationale Formen. Dabei kann es um unwahrscheinliche Materialitäten, unwahrscheinliche Instrumentalitäten und unwahrscheinliche Eventualitäten gehen; immer aber handelt es sich um Sinnformen der losen oder strikten Kopplung von Mensch, Natur, Kultur und Technik.</p> <p><b>Lernziele:</b>  Die Studierenden erlernen reflexives Denken und kritisches Urteilen.</p> <p><b>Literatur:</b>  Luhmann, Niklas (2000): Organisation und Entscheidung. Wiesbaden.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241122 Soziologische Fragestellungen der Medientheorie			6	3

Modul 241131 Interne Organisationskommunikation				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				20.000 Zeichen
Modulverantwortlicher				Prof Dr Maren Lehmann
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion
<p><b>Inhalte:</b> Das Seminar diskutiert Organisationen als Kommunikationsformen, die sich von einer ebenfalls kommunizierenden Umwelt unterscheiden und abgrenzen und in denen größere Zuverlässigkeit durch ein größeres Maß an Integrität – also: Abhängigkeit – erreicht wird. Das Seminar diskutiert diese »Kommunikation in Grenzen« begrifflich und empirisch anhand von Problemen wie Autorität, Opportunität, Konflikt und Karriere.</p> <p><b>Lernziele:</b> Die Studierenden lernen kritisches, also vergleichendes Urteilen über alltägliche Zusammenhänge.</p> <p><b>Literatur:</b> Niklas Luhmann (1995): Funktionen und Folgen formaler Organisation. 2. Aufl., mit einem Epilog 1994. Berlin: Duncker &amp; Humblot.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241131 Interne Organisationskommunikation			6	3

Modul 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Abhängig vom Veranstaltungstyp	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Abhängig vom Veranstaltungstyp	
Modulverantwortlicher			Dr Birte Fähnrich	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> Dieses Modul führt in Theorie und Praxis des Strategischen Kommunikationsmanagement ein. Zur praktischen Anwendung werden unterschiedliche Organisationstypen (etwa Unternehmen, Kulturbetriebe, Schulen und Universitäten, politische und staatliche Organisationen) betrachtet, auf spezifische Kommunikationsprobleme (u.a. Change, Krise, Risiko) sowie unterschiedliche Maßnahmen des Kommunikationsmanagements (u.a. Kampagne, Medienarbeit, digitale Kommunikation) eingegangen und diese praktisch angewandt.</p> <p><b>Lernziele:</b> Die Studierenden werden befähigt sowohl über theoretische Ansätze von Public Relations und strategischem Kommunikationsmanagement zu reflektieren als auch strategische Kommunikation praktisch zu gestalten.</p> <p><b>Literatur:</b> Theis-Berglmaier, Anna M. (2003): <i>Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen</i>. Münster: LIT Verlag. Zerfass, Ansgar, Lars Rademacher und Stefan Wehmeier (2013): <i>Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven</i>. Wiesbaden: Springer VS.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement			6	3

Modul 241141 Psychologische Fragestellungen der Kommunikation					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Entsprechend GSPO	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen				-	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b>            In dem Modul werden psychologische Fragestellungen der Kommunikation wie etwa der Einfluss von Massen- u. Individual-Medien auf das Erleben, Verhalten und die Emotionen im Prozesse der Medienrezeption untersucht. Weiterhin werden psychologische Aspekte des Internets betrachtet, soziale Netzwerke und individuelles Erleben, die Darstellung von Aggression in den Medien und deren Auswirkungen.</p> <p><b>Lernziele:</b>            Studierenden erwerben eine inhaltliche und methodische Expertise psychologischer Perspektiven auf Kommunikation und lernen kritisch mit englischsprachiger Originalliteratur umzugehen.</p> <p><b>Literatur:</b>            Aktuelle Originalliteratur aus internationalen Fachzeitschriften; wird jeweils zu Beginn des Kurses bekanntgegeben, da für jedes Semester aktualisiert.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241141 Psychologische Fragestellungen der Kommunikation				6	3

Modul 241142 Interpersonale Kommunikation				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Präsentation und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Entsprechend GSPO	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>In der Lehrveranstaltung zur interpersonalen Kommunikation werden Kommunikationsmodelle, soziale Interaktionen, verbale und non-verbale Kommunikation, Kommunikation in zwischenmenschlichen Kontexten (zwischen Paaren, zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern etc.), vorgestellt sowie Kommunikationsstrategien (z.B. foot in the door technique), Überzeugungsstrategien, Perspektivenübernahme, Empathie, Kommunikationsstörungen, Täuschung und die neuronale Basis der Kommunikation (z.B. Spiegelneurone).</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Studierenden erwerben eine inhaltliche und methodische Expertise psychologischer Perspektiven auf Kommunikation und lernen kritisch mit englischsprachiger Originalliteratur umzugehen.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Aktuelle Originalliteratur aus internationalen Fachzeitschriften; wird jeweils zu Beginn des Kurses bekanntgegeben, da für jedes Semester aktualisiert.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241142 Interpersonale Kommunikation			6	3



Modul 241071 Strategisches Marketing & Branding					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Entsprechend GSPO	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen				-	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b>  Der Kurs behandelt primär aktuelle Themen der Markenforschung. Vor dem Hintergrund aktueller Studien aus dem Bereich der Werbepsychologie werden Fragen behandelt wie beispielsweise "Welche Menschen sind besonders anfällig für Markenwerbung?" "Gibt es eine unterschiedliche Verarbeitung von billigen vs. Luxusmarken auf der Ebene menschlicher Informationsverarbeitung?" "Wie untersucht man die Wirkung von Werbung?" "Welche Methoden der Werbepsychologie gibt es?" "Welche Rolle spielen Emotionen im Bereich des Brandings?" "Welche Gehirnregionen spielen bei der Wahrnehmung von Werbung eine Rolle?" "Lässt der Kunde sich wirklich gut manipulieren oder wo liegen die Grenzen der Machbarkeit?"</p> <p><b>Lernziele:</b>  Aktuelle Themen im Bereich der Werbepsychologie verstehen, Methodenkenntnisse in diesem Bereich erwerben.</p> <p><b>Literatur:</b>  Originalliteratur aus internationalen Fachzeitschriften; wird am Anfang des Semesters bekannt gegeben.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241071 Strategisches Marketing & Branding				6	3

Modul 241072 Empirische Markt- & Trendforschung					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation oder Essay und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Ca. 20 Seiten	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen				<ul style="list-style-type: none"> <li>  Kenntnisse in der qualitativen oder quantitativen Datenerhebung und -analyse</li> <li>  Grundkenntnisse des Marketing und der Markenführung</li> </ul>	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Für die erfolgreiche Vermarktung von Marken und Leistungen sind umfangreiche Kenntnisse aller Marktteilnehmer, insbesondere der Endverbraucher notwendig. Diese Veranstaltung behandelt Methoden und Prozesse, die der theoriegeleiteten Erfassung, Analyse und Interpretation aktueller und zukünftiger Bedürfnisse und von Entscheidungsprozessen von Konsumenten und Zwischenhändlern dienen. Dabei werden sowohl Methoden der empirischen Marktforschung als auch der quantitativen und qualitativen Datenauswertung sowie der Trendprognose vertieft.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss dieser Veranstaltung können die Studierenden wichtige Methoden der Datenerhebung und Auswertung anwenden und kritisch reflektieren. Sie werden durch die Veranstaltung befähigt, eigenständig empirische Designs anzulegen, geeignete Methoden der Datenerhebung anzuwenden und die erhobenen Daten theoriegeleitet auszuwerten sowie in Bezug auf die Fragestellungen zu interpretieren. Zudem werden die Studierenden befähigt und angeregt, Ergebnisse empirischer Studien kritisch zu hinterfragen und die Grenzen der Aussagefähigkeit unterschiedlicher empirischer Methoden und Designs zu reflektieren.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Herrmann, A., Homburg, Ch. &amp; Klarmann, M. (Hrsg., 2007). Handbuch Marktforschung, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Zikmund, W. G. &amp; Babin, B. J. (2009). Exploring Marketing Research, Boston: South-Western College</p> <p>Baumgarth, C., Eisend, M. und Evanschitzky, H (Hrsg., 2009). Empirische Mastertechniken, Wiesbaden: Gabler</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241072 Empirische Markt- & Trendforschung				6	3

Modul 24115-12 Studentische Kunst- und Kulturprojekte				
MA CCM	2.-3. Semester	2 SWS	12 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/282
Lehrform			Workshop, Projektarbeit	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Individuelles Projektdossier mit Dokumentation des Forschungsprozesses und Projektdurchführung (Ausstellung, Konzert oder Performance)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Projektdossier: Der Umfang wird zu Anfang des Semesters festgelegt.	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Martin Tröndle	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> Gesellschaftliche Fragestellungen können im Aggregatzustand der Künste dargestellt, reflektiert und präsentiert werden. Festivals, Ausstellungen, experimentelle Symposien und größere kulturelle Veranstaltungen bieten hierfür die Formate. Das Modul bietet einen Rahmen für die konzeptionelle Entwicklungen und Durchführung von eigeninitiierten Projekten, die sich in den Bereichen der musikalischen, performativen und bildenden Künste und anderen kunstbezogenen Handlungsformen bewegen (Design, Architektur, populärkulturelle Events). Inputblocks und ein kontinuierliches Projektcoaching fördern die Studierenden im selbständigen Arbeiten in kuratorischen Projektstrukturen.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b> Das Modul qualifiziert zur konzeptionellen, dramaturgischen und organisatorischen Arbeit, befähigt zur Umsetzung von Kunst- und Kulturprojekten und stellt eine vertiefende wissenschaftliche Reflexion der erarbeiteten Inhalte sicher.</p> <p><b>Literatur:</b> Die Literatur wird projektabhängig eingestellt.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241151 Inputworkshop			1	1
LV 241152 Projektcoaching und Durchführung			11	1

Modul 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 1				
MA CCM	2.-4. Semester	2-3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/132-27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Impulsreferat o. Protokoll (unbenotet) und Hausarbeit o. Klausur (benotet)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			135 Min. (Klausur), 10 S. (Hausarbeit)	
Modulverantwortlicher			Akademische Programmleitung	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> An paradigmatischen Beispielen untersucht das Modul mit alternierendem Schwerpunkt in der Kommunikations- und Medienwissenschaft einerseits, in der Kunst- und Kulturwissenschaft andererseits jeweils aktuelle Debatten, Theorien und Gegenstandsbereiche. In problemorientierter Perspektive werden dabei kulturelle, mediale, ästhetische oder gesellschaftliche Phänomene und Artefakte der Gegenwart thematisiert, um die Theorien und Methoden der Disziplinen nicht nur auf ihren diagnostischen Wert hin zu befragen, sondern auch auf ihre Arbitrarität und Geschichtlichkeit hin zu diskutieren. Das Modul versteht sich als problemorientierte Einführung ins interdisziplinäre Denken.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das methodische und theoretische Wissen der Kulturwissenschaft bzw. der Medien- und Kommunikationswissenschaft eigenständig auf andere Bereiche übertragen. Sie haben gelernt, die Methoden und Theorien der behandelten Disziplinen zu unterscheiden, sie vergleichend zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><b>Literatur:</b> themenabhängig</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Medienwissenschaft 1			6	2-3

Modul 241492 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 2				
MA CCM	2.-4. Semester	2-3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/132-27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Impulsreferat o. Protokoll (unbenotet) und Hausarbeit o. Klausur (benotet)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			135 Min. (Klausur), 10 S. (Hausarbeit)	
Modulverantwortlicher			Akademische Programmleitung	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> An paradigmatischen Beispielen untersucht das Modul mit alternierendem Schwerpunkt in der Kommunikations- und Medienwissenschaft einerseits, in der Kunst- und Kulturwissenschaft andererseits jeweils aktuelle Debatten, Theorien und Gegenstandsbereiche. In problemorientierter Perspektive werden dabei kulturelle, mediale, ästhetische oder gesellschaftliche Phänomene und Artefakte der Gegenwart thematisiert, um die Theorien und Methoden der Disziplinen nicht nur auf ihren diagnostischen Wert hin zu befragen, sondern auch auf ihre Arbitrarität und Geschichtlichkeit hin zu diskutieren. Das Modul versteht sich als problemorientierte Einführung ins interdisziplinäre Denken.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das methodische und theoretische Wissen der Kulturwissenschaft bzw. der Medien- und Kommunikationswissenschaft eigenständig auf andere Bereiche übertragen. Sie haben gelernt, die Methoden und Theorien der behandelten Disziplinen zu unterscheiden, sie vergleichend zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><b>Literatur:</b> themenabhängig</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241492 Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft 2			6	2-3

## Major Phase – Wahlpflichtmodule Track Kulturproduktion

Modul 24116-12 Kultur produzieren				
MA CCM	2.-3. Semester	6 SWS	12 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 54/246
Lehrform			Seminar, Projektarbeit, Selbststudium	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Modulabschlussprüfung	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			entsprechend GSPO	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Marian Adolf Prof Dr Martin Tröndle	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Der Begriff der Kulturindustrie entstammt der fundamentalen Kritik der sog. Massenkultur, welche mit der Ausbreitung neuer technisch-materieller Dispositive – insbesondere der Massenmedien – für die Produktion, Verbreitung und Rezeption von Kultur einherging. Das Teilmodul "Kulturindustrie &amp; kulturelle Transformation" untersucht die wichtigsten Umbrüche dieser Entwicklung, stellt zentrale Konzepte und TheoretikerInnen vor und setzt diese in Beziehung zu aktuellen Transformationen der Kulturproduktion und -aneignung.</p> <p>Die Lehrveranstaltung „Politiken und Ökonomien im Kultursektor“ beschäftigt sich mit den kulturpolitischen Diskursen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Kulturbetriebs in Deutschland und perspektiviert diese international (Cultural Politics, Cultural Policy). Im Bereich Ökonomien im Kultursektor werden Finanzierungsmodelle und Förderstrategien (Funding and Development) sowie Wertschöpfungsketten diskutiert und in Bezug zu aktuellen und zukünftigen Produktionsbedingungen gesetzt (Cultural Economics). Im Mittelpunkt stehen praxisorientierte Reflexionen zur zukünftigen Kulturproduktion.</p> <p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse der Theorien der Kulturproduktion in der modernen Gesellschaft. Sie erlernen kulturpolitische Diskurse und Fördermodelle auf nationaler und internationaler Ebene kritisch zu reflektieren und können diese im Bereich der zeitgenössischen Kulturproduktion anwenden.</p> <p><b>Literatur</b></p> <p>David Hesmondhalgh (2002): The Cultural Industries, London: Sage.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241161 Kulturindustrie & kulturelle Transformation			6	3
LV 241162 Politiken & Ökonomien im Kultursektor			6	3

Modul 241191 Visuelle Kultur				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium(in h): 27/123
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Dossier oder mündliche Prüfung und Sitzungsmoderation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				10 S. oder 15 Min.
Modulverantwortlicher				Prof Dr Karen van den Berg
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kulturproduktion
<p><b>Inhalte:</b>  Seit den 1990er Jahren ist die Rede vom „Iconic Turn“. Mit diesem Begriff wurde das Phänomen umschrieben, dass Bilder zu immer bestimmenderen Erkenntnis- und Kommunikationsinstrumenten geworden sind. In der mediatisierten Moderne ist der reflektierte Umgang mit Bildern daher eine Kernkompetenz. Die Veranstaltung bietet vor diesem Hintergrund vertiefte Einblicke in visuelle Dimensionen gegenwärtiger und vergangener Kulturen. Sie befasst sich mit Filmen, Bildern, und Dingen. Dabei stellt sie Techniken der Analyse und deren theoretische Hintergründe vor und erprobt unterschiedliche Ansätze an konkreten Beispielen.</p> <p><b>Lernziele:</b>  Die Studierenden gewinnen einen wissenschaftlich fundierten Zugang zur visuellen Dimension von Kulturen.</p> <p><b>Literatur:</b>  Christ Maar / Hubert Burda (1994): Iconic Turn, Köln: DuMont  William Thomas Mitchell (1992): The Pictorial Turn, in: Artforum 30, März, S. 89-94  Mirzoeff, Nicholas, Ed. (2002): The Visual Culture Reader, London [u.a.]: Taylor &amp; Francis Ltd.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241191 Visuelle Kultur			6	3

Modul 241192 Kunstmärkte				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Dossier oder mündliche Prüfung und Sitzungsmoderation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			10 S. oder 15 Min.	
Modulverantwortlicher			Prof Dr van den Berg	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>In der Veranstaltung werden die Regeln und Handlungsmuster gegenwärtiger Kunstmärkte beleuchtet. Wenngleich die zunehmende Einflussosphäre des Marktes auf die Künste überall zum Thema gemacht wird, haben sich Kunstwissenschaftler, Ökonomen und Soziologen nur sporadisch der Analyse von Kunstmärkten und ihrer Geschichte zugewendet. Nur langsam hat sich in jüngerer Zeit eine eigene Forschung in diesem Feld ausgebildet.</p> <p>Das Modul bietet Einblicke in aktuelle Forschungen und Analysen und bietet die Möglichkeit zum Gespräch mit Experten aus der Praxis. Dabei steht eine Analyse des Feldes und der unterschiedlichen Akteure, die sich in jüngster Zeit herausgebildet haben im Vordergrund.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Studierende gewinnen vertiefte Einblicke in den Funktionsweisen und Entwicklungen gegenwärtiger Kunstmärkte vor dem Hintergrund ihrer Geschichte.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Bourdieu, Pierre (2011): Kunst und Kultur. Zur Ökonomie symbolischer Güter. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.</p> <p>Georg Franck (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf., München, Wien: Hanser</p> <p>Michael Hutter (2006): Ernste Spiele. Geschichten vom Aufstieg des ästhetischen Kapitalismus, München: Fink</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241192 Kunstmärkte			6	3



Modul 24118-12 Kuratieren & Inszenieren					
MA CCM	2.-3. Semester	5 SWS	12 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/214	
Lehrform				Workshop, Projektarbeit	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				2 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Dossier und inszenierte Präsentation (Ausstellung, Konzert oder Performance)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				projektabhängig	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Martin Tröndle	
Teilnahmevoraussetzungen				Vorkenntnisse im Bereich Kunst und Ästhetik oder Vorkenntnisse im Rahmen eines kulturwissenschaftlichen Studiums	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Der Kurs bietet im Rahmen eines Workshops eine Einführung in kuratorischen und inszenatorischen Arbeitsformen und künstlerischen Methoden der Projektentwicklung. Auf dieser Basis wird über zwei Semester hinweg ein eigenes Projekt konzipiert und realisiert. Dies kann sich zwischen popkultureller Inszenierung, experimentellem Konzert, Performance und Ausstellung bewegen und findet in der Regel in Kooperation mit unterschiedlichen Praxispartnern statt (etwa mit Ausstellungs- und Konzerthäusern oder sonstigen Kulturveranstaltern).</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Der Kurs qualifiziert zur kuratorischen Arbeit und befähigt zur Umsetzung von Kunst- und Kulturprojekten. Studierende lernen inszenatorisches Handeln und Urteilen und lernen ästhetische Entscheidungen zu treffen.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Marianne Eigenheer (Hg.) (2007): Curating Critique, Frankfurt/Main: Revolver. Josef Früchtli, Jörg Zimmermann (Hg.) (2001): Ästhetik der Inszenierung, Frankfurt/Main: Suhrkamp.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241181 Theorie und Geschichte der Inszenierung				6	3
LV 241182 Inszenatorisches Praxisprojekt				6	2

Modul 12141 Kreativität & Performanz					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium(in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				15-20 Minuten	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Stephan Schmidt-Wulffen	
Teilnahmevoraussetzungen				-	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Zentrum des Moduls steht die Frage danach, wie das Neue und Andere in die Welt kommt und wie man ungewohnte Perspektivierungen auf das Gewohnte gewinnt. Die Studierenden werden dazu angeregt, experimentell und performativ die Möglichkeiten ästhetischer und künstlerischer Wissensformen zu erproben und gestalterisch tätig zu werden. Sie lernen Beobachtungs-, Improvisations- und Imaginationstechniken kennen und werden mit Formen der Weltaneignung vertraut gemacht, die sich aus dem praktisch-gestaltenden Handeln ableiten und sich in der Arbeit mit dem eigenen Körper und den Sinnen entfalten.</p> <p>Innerhalb des Moduls werden unterschiedliche Schwerpunkte angeboten und miteinander kombiniert. Diese reichen von performativen Darstellungsformen über filmische Arbeiten, das Fotografieren und Zeichnen, Designen bis hin zu rituellen Selbsttechniken des Yoga.</p> <p>Praktische Workshop-Blöcke, begleitende theoretische Reflexionsveranstaltungen und eine öffentliche Abschlusspräsentation strukturieren das Programm.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Das Modul zielt auf eine Schärfung der Wahrnehmung und vermittelt im Kontext der universitären Ausbildung Kenntnisse alternativer Wissensformen und Kreativitätstechniken. Die Studierenden erhalten eine praktische Einführung in gestalterische Kompetenzen und ein Gespür für die soziale Situierung ihres Handelns.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Charles Sanders Peirce: Die Abduktion in der Wahrnehmung, in: Lambert Wiesing (Hg.): Philosophie der Wahrnehmung: Modelle und Reflexionen, Frankfurt/Main 2002, S. 195-202.</p> <p>Karen van den Berg /Stephan Schmidt-Wulffen: The Politics of Artistic Knowledge at Universities, in: Harald Gruber, Gabriele Schmid, Peter Sinapius, Rosemarie Tüpker (Hgg.): Artistic Research in Applied Arts, Berlin, 2015: 159-176.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 110012 Workshop Kreativität & Performanz				2	2
LV 121411 Reflexion & Präsentation künstlerischer Episteme				4	1

Modul 24115-12 Studentische Kunst- und Kulturprojekte				
MA CCM	2.-3. Semester	2 SWS	12 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/232
Lehrform			Workshop, Projektarbeit	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Individuelles Projektdossier mit Dokumentation des Forschungsprozesses und Projektdurchführung (Ausstellung, Konzert oder Performance)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Projektdossier: Der Umfang wird zu Anfang des Semesters festgelegt.	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Martin Tröndle	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kulturproduktion und Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b> Gesellschaftliche Fragestellungen können im Aggregatzustand der Künste dargestellt, reflektiert und präsentiert werden. Festivals, Ausstellungen, experimentelle Symposien und größere kulturelle Veranstaltungen bieten hierfür die Formate. Das Modul bietet einen Rahmen für die konzeptionelle Entwicklungen und Durchführung von eigeninitiierter Projekten, die sich in den Bereichen der musikalischen, performativen und bildenden Künste und anderen kunstbezogenen Handlungsformen bewegen (Design, Architektur, populärkulturelle Events). Inputblocks und ein kontinuierliches Projektcoaching fördern die Studierenden im selbständigen Arbeiten in kuratorischen Projektstrukturen.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b> Das Modul qualifiziert zur konzeptionellen, dramaturgischen und organisatorischen Arbeit, befähigt zur Umsetzung von Kunst- und Kulturprojekten und stellt eine vertiefende wissenschaftliche Reflexion der erarbeiteten Inhalte sicher.</p> <p><b>Literatur:</b> Die Literatur wird projektabhängig eingestellt.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241151 Inputworkshop			1	1
LV 241152 Projektcoaching und Durchführung			11	1

Modul 241131 Interne Organisationskommunikation				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				20.000 Zeichen
Modulverantwortlicher				Prof Dr Maren Lehmann
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion
<p><b>Inhalte:</b> Das Seminar diskutiert Organisationen als Kommunikationsformen, die sich von einer ebenfalls kommunizierenden Umwelt unterscheiden und abgrenzen und in denen größere Zuverlässigkeit durch ein größeres Maß an Integrität – also: Abhängigkeit – erreicht wird. Das Seminar diskutiert diese »Kommunikation in Grenzen« begrifflich und empirisch anhand von Problemen wie Autorität, Opportunität, Konflikt und Karriere.</p> <p><b>Lernziele:</b> Die Studierenden lernen kritisches, also vergleichendes Urteilen über alltägliche Zusammenhänge.</p> <p><b>Literatur:</b> Niklas Luhmann (1995): Funktionen und Folgen formaler Organisation. 2. Aufl., mit einem Epilog 1994. Berlin: Duncker &amp; Humblot.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241131 Interne Organisationskommunikation			6	3

Modul 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement				
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Abhängig vom Veranstaltungstyp	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Abhängig vom Veranstaltungstyp	
Modulverantwortlicher			Dr Birte Fähnrich	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> Dieses Modul führt in Theorie und Praxis des Strategischen Kommunikationsmanagement ein. Zur praktischen Anwendung werden unterschiedliche Organisationstypen (etwa Unternehmen, Kulturbetriebe, Schulen und Universitäten, politische und staatliche Organisationen) betrachtet, auf spezifische Kommunikationsprobleme (u.a. Change, Krise, Risiko) sowie unterschiedliche Maßnahmen des Kommunikationsmanagements (u.a. Kampagne, Medienarbeit, digitale Kommunikation) eingegangen und diese praktisch angewandt.</p> <p><b>Lernziele:</b> Die Studierenden werden befähigt sowohl über theoretische Ansätze von Public Relations und strategischem Kommunikationsmanagement zu reflektieren als auch strategische Kommunikation praktisch zu gestalten.</p> <p><b>Literatur:</b> Theis-Berglmaier, Anna M. (2003): <i>Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen</i>. Münster: LIT Verlag. Zerfass, Ansgar, Lars Rademacher und Stefan Wehmeier (2013): <i>Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungsparadigmen und neue Perspektiven</i>. Wiesbaden: Springer VS.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241132 Strategisches Kommunikationsmanagement			6	3

Modul 241071 Strategisches Marketing & Branding					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Entsprechend GSPO	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen				-	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b> Der Kurs behandelt primär aktuelle Themen der Markenforschung. Vor dem Hintergrund aktueller Studien aus dem Bereich der Werbepsychologie werden Fragen behandelt wie beispielsweise "Welche Menschen sind besonders anfällig für Markenwerbung?" "Gibt es eine unterschiedliche Verarbeitung von billigen vs. Luxusmarken auf der Ebene menschlicher Informationsverarbeitung?" "Wie untersucht man die Wirkung von Werbung?" "Welche Methoden der Werbepsychologie gibt es?" "Welche Rolle spielen Emotionen im Bereich des Brandings?" "Welche Gehirnregionen spielen bei der Wahrnehmung von Werbung eine Rolle?" "Lässt der Kunde sich wirklich gut manipulieren oder wo liegen die Grenzen der Machbarkeit?"</p> <p><b>Lernziele:</b> Aktuelle Themen im Bereich der Werbepsychologie verstehen, Methodenkenntnisse in diesem Bereich erwerben.</p> <p><b>Literatur:</b> Originalliteratur aus internationalen Fachzeitschriften; wird am Anfang des Semesters bekannt gegeben.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241071 Strategisches Marketing & Branding				6	3

Modul 241072 Empirische Markt- & Trendforschung					
MA CCM	2.-3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/123	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Präsentation oder Essay und Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Ca. 20 Seiten	
Modulverantwortlicher				Prof Dr Anja Achtziger	
Teilnahmevoraussetzungen				<ul style="list-style-type: none"> <li>  Kenntnisse in der qualitativen oder quantitativen Datenerhebung und -analyse</li> <li>  Grundkenntnisse des Marketing und der Markenführung</li> </ul>	
Verwendbarkeit des Moduls				Track Kommunikation & Medien und Track Kulturproduktion	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Für die erfolgreiche Vermarktung von Marken und Leistungen sind umfangreiche Kenntnisse aller Marktteilnehmer, insbesondere der Endverbraucher notwendig. Diese Veranstaltung behandelt Methoden und Prozesse, die der theoriegeleiteten Erfassung, Analyse und Interpretation aktueller und zukünftiger Bedürfnisse und von Entscheidungsprozessen von Konsumenten und Zwischenhändlern dienen. Dabei werden sowohl Methoden der empirischen Marktforschung als auch der quantitativen und qualitativen Datenauswertung sowie der Trendprognose vertieft.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss dieser Veranstaltung können die Studierenden wichtige Methoden der Datenerhebung und Auswertung anwenden und kritisch reflektieren. Sie werden durch die Veranstaltung befähigt, eigenständig empirische Designs anzulegen, geeignete Methoden der Datenerhebung anzuwenden und die erhobenen Daten theoriegeleitet auszuwerten sowie in Bezug auf die Fragestellungen zu interpretieren. Zudem werden die Studierenden befähigt und angeregt, Ergebnisse empirischer Studien kritisch zu hinterfragen und die Grenzen der Aussagefähigkeit unterschiedlicher empirischer Methoden und Designs zu reflektieren.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Herrmann, A., Homburg, Ch. &amp; Klarmann, M. (Hrsg., 2007). Handbuch Marktforschung, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Zikmund, W. G. &amp; Babin, B. J. (2009). Exploring Marketing Research, Boston: South-Western College</p> <p>Baumgarth, C., Eisend, M. und Evanschitzky, H (Hrsg., 2009). Empirische Mastertechniken, Wiesbaden: Gabler</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 241072 Empirische Markt- & Trendforschung				6	3

Modul 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 1				
MA CCM	2.-3. Semester	2-3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/132-27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Impulsreferat o. Protokoll (unbenotet) und Hausarbeit o. Klausur (benotet)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			135 Min. (Klausur), 10 S. (Hausarbeit)	
Modulverantwortlicher			Akademische Programmleitung	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kulturproduktion und Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>An paradigmatischen Beispielen untersucht das Modul mit alternierendem Schwerpunkt in der Kommunikations- und Medienwissenschaft einerseits, in der Kunst- und Kulturwissenschaft andererseits jeweils aktuelle Debatten, Theorien und Gegenstandsbereiche. In problemorientierter Perspektive werden dabei kulturelle, mediale, ästhetische oder gesellschaftliche Phänomene und Artefakte der Gegenwart thematisiert, um die Theorien und Methoden der Disziplinen nicht nur auf ihren diagnostischen Wert hin zu befragen, sondern auch auf ihre Arbitrarität und Geschichtlichkeit hin zu diskutieren. Das Modul versteht sich als problemorientierte Einführung ins interdisziplinäre Denken.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das methodische und theoretische Wissen der Kulturwissenschaft bzw. der Medien- und Kommunikationswissenschaft eigenständig auf andere Bereiche übertragen. Sie haben gelernt, die Methoden und Theorien der behandelten Disziplinen zu unterscheiden, sie vergleichend zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>themenabhängig</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241491 Ausgewählte Themen der Kultur- und Medienwissenschaft 1			6	3



Modul 241492 Ausgewählte Themen der Kultur- und Kommunikationswissenschaft 2				
MA CCM	2.-3. Semester	2-3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/132-27/123
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Impulsreferat o. Protokoll (unbenotet) und Hausarbeit o. Klausur (benotet)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			135 Min. (Klausur), 10 S. (Hausarbeit)	
Modulverantwortlicher			Akademische Programmleitung	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Track Kulturproduktion und Track Kommunikation & Medien	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>An paradigmatischen Beispielen untersucht das Modul mit alternierendem Schwerpunkt in der Kommunikations- und Medienwissenschaft einerseits, in der Kunst- und Kulturwissenschaft andererseits jeweils aktuelle Debatten, Theorien und Gegenstandsbereiche. In problemorientierter Perspektive werden dabei kulturelle, mediale, ästhetische oder gesellschaftliche Phänomene und Artefakte der Gegenwart thematisiert, um die Theorien und Methoden der Disziplinen nicht nur auf ihren diagnostischen Wert hin zu befragen, sondern auch auf ihre Arbitrarität und Geschichtlichkeit hin zu diskutieren. Das Modul versteht sich als problemorientierte Einführung ins interdisziplinäre Denken.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das methodische und theoretische Wissen der Kulturwissenschaft bzw. der Medien- und Kommunikationswissenschaft eigenständig auf andere Bereiche übertragen. Sie haben gelernt, die Methoden und Theorien der behandelten Disziplinen zu unterscheiden, sie vergleichend zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>themenabhängig</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 241492 Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft 2			6	3

## Major Phase – Open-Content Wahlpflichtmodule

Modul 24353 Forschungsprojekt				
MA CCM	2.-3. Semester	1,5-2 SWS	18 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/432
Lehrform			Forschungskolloquium, individuelle Betreuung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1-2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Wissenschaftlicher Bericht über das Forschungsprojekt in Form einer Hausarbeit oder eines wissenschaftlichen Papers, Präsentation des Forschungsprojekts im Rahmen des Forschungskolloquiums	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				
Modulverantwortlicher			Prof Dr Karen van den Berg	
Teilnahmevoraussetzungen			Erfolgreiche Bewerbung auf ein Forschungsprojekt eines ZU-Lehrstuhls, Forschungsclusters, Forschungsverbunds oder Forschungsceneters. Die konkreten fachlichen Voraussetzungen ergeben sich dabei aus den jeweiligen Themenstellungen.	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CCM	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul „Forschungsprojekt“ richtet sich an Masterstudierende mit einem ausgeprägten Interesse an wissenschaftlicher Arbeit und forschungsorientiert ausgerichteten Berufsfeldern. Es bietet den Studierenden die Möglichkeit der betreuten und wissenschaftlich begleiteten Realisierung eines forschungsorientierten Projektes an einem ZU-Lehrstuhl, Forschungscluster, Forschungsverbund oder Forschungsceneter. Im Zusammenhang mit diesem Forschungsprojekt erstellen die Studierenden einen Bericht in Form einer Hausarbeit oder eines wissenschaftlichen Papers. Bei dieser Ausarbeitung handelt es sich um eine eigenständig zu erarbeitende wissenschaftliche Leistung, bei der die Studierenden wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse auf ein konkretes Forschungsthema anwenden. Die Betreuung dieser Arbeit wird von einer ZU-Professur übernommen, mit der die Aufgabenstellung und die anzuwendenden Methoden abgestimmt werden.</p> <p>Projektfortschritte, etwaige Probleme bei der Bearbeitung und Lösungsvorschläge werden in einem studienbegleitenden Forschungskolloquium diskutiert. Die zur Bearbeitung des Forschungsprojektes erforderlichen Inhalte und Methoden werden im Rahmen einer integrierten individuellen Betreuung vermittelt. Mit der Wahl des Forschungsprojektes können Studierende entweder einen disziplinären oder einen interdisziplinären wissenschaftlichen Schwerpunkt in ihrem Masterstudium setzen.</p> <p><b>Qualifikationsziele:</b></p>				

Die Studierenden lernen in einem Team von Wissenschaftlern mitzuarbeiten. Sie erwerben die Fähigkeit, eine Forschungsfrage zu formulieren und anhand eines geeigneten theoretischen und methodischen Instrumentariums diese zu bearbeiten und zu beantworten. Darüber hinaus lernen sie eigene wissenschaftliche Texte zu verfassen.

**Literatur:**

forschungsprojektbezogene Fachliteratur und Fachartikel

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 243531 Forschungsarbeit	15	
<b>UND</b> Forschungskolloquium	3	2
<b>ODER</b> LV 123241-44 Advanced Methods-Workshop	3	2

## Master Phase

Modul 55000 Abschlussmodul					
MA CCM	4. Semester	3 SWS	24 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 27/573	
Lehrform				Kolloquium	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer				1 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				Kolloquium	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Bestandteil der MA-Thesis	
Modulverantwortlicher				Akademische Programmleitung	
Teilnahmevoraussetzungen				Abgeschlossene Pflichtmodule	
Verwendbarkeit des Moduls				Abschlussmodul	
<p><b>Inhalte:</b> Das Modul dient der Vorbereitung auf die Master-Prüfung. Die Studierenden werden mit Standards wissenschaftlicher Arbeiten auf Master-Niveau vertraut gemacht und lernen ihre Masterthesis zu präsentieren und zu verteidigen.</p> <p><b>Literatur:</b> aktuelle wissenschaftliche Diskussion fachspezifischer Themen</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV Masterthesis					
LV Disputation					3

Workshop 110012 Kreative Performanz – Stimme, Körper, Haltung				
MA CCM	2.-3. Semester	2 SWS	1 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/7
Lehrform			Seminar, Übung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			keine Prüfungsleistung (80% Anwesenheit)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			-	
Modulverantwortlicher			Prof Dr Karen van den Berg Prof Dr Stephan Schmidt-Wulffen	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			ZU Plus	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Zentrum des Moduls steht die Frage danach, wie das Neue und Andere in die Welt kommt und wie man ungewohnte Perspektivierungen auf das Gewohnte gewinnt. Die Studierenden werden dazu angeregt, experimentell und performativ die Möglichkeiten ästhetischer und künstlerischer Wissensformen zu erproben und gestalterisch tätig zu werden. Sie lernen Beobachtungs-, Improvisations- und Imaginationstechniken kennen und werden mit Formen der Weltaneignung vertraut gemacht, die sich aus dem praktisch-gestaltenden Handeln ableiten und sich in der Arbeit mit dem eigenen Körper und den Sinnen entfalten.</p> <p>Innerhalb des Moduls werden unterschiedliche Schwerpunkte angeboten und miteinander kombiniert. Diese reichen von performativen Darstellungsformen über filmische Arbeiten, das Fotografieren und Zeichnen, Designen bis hin zu rituellen Selbsttechniken des Yoga.</p> <p>Praktische Workshop-Blöcke und eine öffentliche Abschlusspräsentation strukturieren das Programm.</p> <p>Wer an einer intensiveren Auseinandersetzung mit genannten Themen interessiert ist, sollte statt des Workshops das Modul 121403 „Kreative Performanz“ belegen, welches für CCM-Studierende als Wahlpflichtmodul und für Studierende anderer Programme als multidisziplinäres Modul wählbar ist.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Das Modul zielt auf eine Schärfung der Wahrnehmung und vermittelt im Kontext der universitären Ausbildung Kenntnisse alternativer Wissensformen und Kreativitätstechniken. Die Studierenden erhalten eine praktische Einführung in gestalterische Kompetenzen und ein Gespür für die soziale Situierung ihres Handelns.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 110012 Workshop Kreative Performanz – Stimme, Körper, Haltung			1	2

Workshop 110011 Grundlagen des Unternehmertums				
MA CCM	2.-3. Semester	2 SWS	1 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 18/7
Lehrform			Seminar, Übung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			keine Prüfungsleistung (70% Anwesenheit)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				
Modulverantwortlicher			Sandra Rompe	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			ZU Plus	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Die Grundlagen des Unternehmertums bilden, insbesondere im Bereich des Social Entrepreneurship, einen prominenten Forschungsschwerpunkt der ZU. Entsprechende (studentische) Projekte werden nachhaltig unterstützt. Der Workshop zum mehrwertigen Unternehmertum macht die Studierenden mit den Hintergründen, Fragen, Risiken und Potentialen der Gründung vertraut. Eng an der Chronologie des Gründungsvorhabens orientiert, vermittelt er einen Überblick über die notwendigen Schritte zur Planung neuer Geschäftsideen und diskutiert die Theorien und Konzepte des Entrepreneurships.</p> <p><b>Lernziele:</b></p> <p>Nach Abschluss des Workshops verfügen die Studierenden über Techniken und Instrumente, ein marktwirksames Innovationspotential eigenständig zu identifizieren und zu beurteilen sowie eigene Unternehmensideen zu planen, zu finanzieren und erfolgreich zu vermarkten.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 110011 Workshop Grundlagen des Unternehmertums			1	2