

Master-Programm AMC

Programmkonzept

Einjähriger Master of Arts in Pioneering in Arts, Media & the Creative Industries

Programmvorstand AMC | November 2018

1. Inhalt

- 1.1. Fachliche und überfachliche Qualifikationsziele
- 1.2. Schwerpunkte des Curriculums, Breite/Bezug zum Fach, zu benachbarten Studiengängen und weiteren Disziplinen
- 1.3. Nachhaltige wirtschaftliche, gesellschaftliche und wissenschaftliche Perspektive | Anschlussfähigkeit

2. Struktur

- 2.1. Ausstattung
- 2.2. Gestaltung der Studierbarkeit | Studienbelastung
- 2.3. Gestaltung von Freiräumen und Schlüsselqualifikationen im Curriculum
- 2.4. Gestaltung von Praktika | Kooperationen
- 2.5. Gestaltung von Auslandssemestern | Kooperationen
- 2.6. Zahl und Gestaltung von Prüfungen | Abschlussnote | Abschlussprüfung
- 2.7. Beabsichtigte Zahl der Studienanfängerinnen und Studienanfänger / Jahr

1. INHALT

1.1 Fachliche und überfachliche Qualifikationsziele

Studienziel des einjährigen Masterstudienprogramms „Pioneering in Arts, Media & the Creative Industries“ (1y MA AMC) ist die Vorbereitung auf konzeptionelle Tätigkeiten in traditionellen und emergierenden Feldern der Kultur und der Kreativwirtschaft. Das Programm qualifiziert Studierende für eigenständige, sozial reflektierte, künstlerisch inspirierte und unternehmerisch verantwortliche Arbeit in den sich stark wandelnden Kreativ- und Copyrightindustrien sowie in den Organisationen und Märkten des Kultur- und Medienbereichs. Insbesondere soll es Absolventinnen und Absolventen des vierjährigen Bachelorprogramms Communication, Culture & Management (CCM) der Zeppelin Universität die Möglichkeit bieten, die von Bologna geforderte Regelstudienzeit für ein Bachelor- und ein Master-Studium von zehn Semestern einzuhalten. Zugleich ist der 1y MA AMC aber auch generell offen für Bewerberinnen und Bewerber, die einen ersten, fachlich einschlägigen Hochschulabschluss mit 240 ECTS-Punkten erlangt haben. Er vermittelt Wissen und Kompetenzen, die dazu befähigen, in künstlerischen, sozial-, geistes- und kulturwissenschaftlichen Bachelorprogrammen erworbene Kenntnisse spezifisch auf die dynamischen Aufgabenfelder und Märkte in den oben genannten Bereichen zu beziehen.

Durch eine theorie- und forschungsgetriebene Auseinandersetzung mit Öffentlichkeit und Kommunikation, durch Feldstudien und die Mitarbeit an konkreten Praxisprojekten ermöglicht der 1y MA AMC, sich in kultur- und medienökonomische Fragen, Betreibermodelle für Kulturbetriebe, Organisationsformen und Managementkulturen einzuarbeiten. Dies geschieht etwa durch die Entwicklung von kuratorischen Projekten, Beratungen und Entwicklungsplänen, Medienkampagnen und Analysen von Kommunikationsprozessen. Die projektbasierte Arbeit wird von Managementveranstaltungen begleitet, die besonders für Beteiligungsprozesse im öffentlichen Sektor, den Wandel im Non-Profit-Sektor und kooperative Formen der Führung sensibilisieren.

Das Programm vermittelt daher Kenntnisse in vier Bereichen:

1. ein reflexives Verständnis der Kultur und Gesellschaft der Gegenwart (Kompetenzbereich „Media & Digital Communication“ und „Arts & Culture“),
2. ein handlungsorientiertes Verständnis der Funktionsweisen von Medien und Öffentlichkeiten in der digitalen Moderne (Kompetenzbereich „Media & Digital Communication“),
3. die Fähigkeit zur Entwicklung innovativer Projekt-, Veranstaltungs- und Kulturformate (Kompetenzbereich „Arts & Culture“) und
4. ein Verständnis der spezifischen Märkte, Betreibermodelle und Formen des Managements, der Projektentwicklung und der Führung (Kompetenzbereich „Markets & Management“).

1.2. Schwerpunkte des Curriculums, Breite/Bezug zum Fach, zu benachbarten Studiengängen und weiteren Disziplinen

Der 1y MA AMC ist als einjähriges, berufsfeldorientiertes Vollzeitstudium konzipiert. Das breite interdisziplinäre Spektrum von aufeinander abgestimmten Theorie- und Projektmodulen wird hauptsächlich vom Fachbereich Kultur- und Kommunikationswissenschaften getragen, mit Beteiligung der Fachbereiche Wirtschaftswissenschaften sowie Staats- und Gesellschaftswissenschaften.

Im Foundation Bereich haben die Studierenden – je nach den Vorkenntnissen, die sie aus ihrem Bachelorstudium mitbringen – die Möglichkeit, sich fehlende Grundlagen im Bereich Wirtschaftswissenschaft/Management, Wissenschaftstheorie und Methoden durch Belegung entsprechender Lehrveranstaltungen anzueignen.

Der Wahlpflichtbereich der Major Phase gliedert sich in drei Kompetenzbereiche, die jeweils auch ein berufsfeldorientiertes Management- und Projektmodul einschließen. Der Kompetenzbereich „Media & Digital Communication“ beinhaltet kommunikations- und medienwissenschaftliche Module, die sich mit der Medien- und Unterhaltungsindustrie, digitaler Kommunikation und der Organisation von Öffentlichkeiten befassen. Der Kompetenzbereich „Arts & Culture“ ist kunst- und kulturwissenschaftlich fundiert. Er vermittelt Diskurse und Konzepte der gegenwärtigen Ästhetik und bietet eine Auseinandersetzung mit kulturphilosophischer Gegenwartsdiagnostik und Zukunftsszenarien. Zudem macht er Studierende mit künstlerischem Wissen, Kreativtechniken und kuratorischer und inszenatorischer Praxis vertraut. Der Kompetenzbereich „Markets & Management“ stellt ein Feldwissen über Kultur- und Medienmärkte bereit. Er vermittelt vertiefte Kenntnisse in Management und Leadership, stellt Geschäfts- und Betreibermodelle im Kultur- und Medienbereich vor und behandelt Marketing- und Rechtsfragen.

Studierende haben die Möglichkeit, durch die Wahl interdisziplinärer Module aus den anderen Masterstudienprogrammen der Zeppelin Universität, Corporate Management & Economics (CME) sowie Politics, Administration & International Relations (PAIR), Kenntnisse auch im Bereich der Wirtschaftswissenschaft sowie der Politik- und Verwaltungswissenschaft zu erwerben. Zudem kann in diesen Studienprogrammen ein Minor-Abschluss erworben werden.

1.3. Nachhaltige wirtschaftliche, gesellschaftliche und wissenschaftliche Perspektive | Anschlussfähigkeit

Der 1y MA AMC bereitet seine Absolventinnen und Absolventen auf unterschiedliche Tätigkeitsfelder in den sich stark wandelnden Kreativindustrien sowie im Kultur- und Medienbereich vor. Kreativindustrien zählen seit Jahren zu den stärksten Wachstumsbranchen. Der Bereich kultur-, medien- und kunstaffiner Arbeitsfelder expandiert. Dabei lässt sich zugleich seit Jahren ein Verschwimmen der Grenzen zwischen den sich rasant entwickelnden Kultur-, Medien- und Kreativbereichen beobachten. Es wächst daher der Bedarf an Kreativen, die ein ausgeprägtes Verständnis für diese gesellschaftlichen Umbrüche zeigen und exzellente organisatorische und manageriale Fähigkeiten besitzen. Dies zeigen aktuelle Studien zur Kreativwirtschaft wie auch Einschätzungen von Expertinnen und Experten, die in den einschlägigen Berufsfeldern tätig sind (Kulturmanagement, Ausstellungswesen, Unternehmen der Edutainmentindustrie, Medienberatung, Designbüros).

Bestehende Programme wie Medienmanagement, Kulturmanagement und Kommunikationsmanagement behandeln Medien und Kultur meist als getrennte Sphären. Geistes- und kulturwissenschaftliche und künstlerische Studienangebote richten sich selten auf die praktischen Herausforderungen zur Neuorganisation des Arbeitsfeldes der Kreativindustrien aus. Dies aber versucht das Masterstudienprogramm AMC. Es will vor allem Bachelorabsolventeninnen und -absolventen aus den Geistes- und Sozialwissenschaften und aus künstlerischen Studiengängen Perspektiven in diesen dynamischen und teilweise erst im Entstehen begriffenen Märkten und Institutionen eröffnen und sie befähigen, in den von Gründungen und neuen Arbeitsformen geprägten einschlägigen Tätigkeitsfeldern eine verantwortliche Rolle einzunehmen. Die Studierenden werden zu kritischen und unternehmerisch denkenden Akteurinnen und Akteuren sowie Change-Agents im Bereich von Kultur und Medien ausgebildet.

Mögliche Arbeitsfelder für Absolventinnen und Absolventen sind Medienhäuser, Musik- und Filmindustrie, Gaming-Industrie und vor allem der gesamte Sektor der Kulturarbeit: Festivals, die Freie Szene, Kultur-Start-Ups, Cultural Planning, Ausstellungswesen, Kunstmärkte, Kulturberatung, Musik- und Eventagenturen, Konzertveranstalter, Offspaces und Soziokulturprojekte, Verlagswesen, Designbüros wie auch Kultur- und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen. Es handelt sich um ein in dynamischer Entwicklung begriffenes Feld, in dem sich neue und spezialisierte Berufsprofile zum Teil erst noch ausdifferenzieren. Gerade deshalb sind hier Pioniere und unternehmerisch denkende Kreative gefragt, denen das Masterstudienprogramm „Pioneering in Arts, Media & the Creative Industries“ das nötige Know-how und die entsprechenden Kompetenzen vermittelt.

Durch den Anteil theorieorientierter Module legt der Master auch Grundlagen für ein anschließendes kultur- oder kommunikationswissenschaftliches Promotionsstudium.

2. STRUKTUR

2.1. Ausstattung

Da das Studienprogramm vom Fachbereich Kultur- und Kommunikationswissenschaften getragen wird, kann ein Großteil der Inhalte durch hauptamtliches fachbezogenes Personal unterrichtet werden. Die Lehre in den Kompetenzbereichen „Media & Digital Communication“ und „Arts & Culture“ wird weitgehend intern abgedeckt. Um die Lehrveranstaltungen im Foundation Bereich und im Kompetenzbereich „Markets & Management“ abzudecken, werden auch Lehrbeauftragte und Dozierende aus der Praxis hinzugezogen.

Das artsprogram, das Medienlabor und der Ausstellungsraum „White Box“ bieten Strukturen und Facilities für Medien- und Kulturprojekte.

2.2. Gestaltung der Studierbarkeit | Studienbelastung

Die Struktur des Studiums ist darauf ausgelegt, dass die Studierenden 30 ECTS-Punkte pro Semester absolvieren, bei einer Präsenzzeit von durchschnittlich 18 SWS pro Semester. Das Studienprogramm besteht in der Major Phase aus dem Foundation Bereich mit 0 bis 2 Modulen (0-12 ECTS-Punkte) und dem Wahlpflichtbereich mit bis zu 6 Modulen (24-36 ECTS-Punkte). Die Master Phase besteht aus der Masterthesis einschließlich Masterdisputation (24 ECTS-Punkte). Das breite Spektrum von Lehrformaten (Projektmodule, Feldstudien, Workshops, Seminare, Ringvorlesungen) gewährleistet eine hohe Variabilität der Prüfungsformate. Probleme bei der Kurswahl, die durch zeitliche Überschneidungen einzelner Lehrangebote entstehen, werden durch die hohe Wahlfreiheit minimiert.

Regelmäßige Programmratssitzungen (Mitglieder: Akademische Programmleitung, Programmdirektion, modulverantwortliche Professorinnen und Professoren, studentische Vertreterinnen und Vertreter) stellen sicher, dass die Passfähigkeit der Veranstaltungen im Modul und zwischen den Modulen gewährleistet ist, und dienen der Absprache über Modulabschlussprüfungen und andere Maßnahmen, die eine Überlastung der Studierenden (z.B. durch eine unverhältnismäßig hohe Ballung von studienbegleitenden Prüfungsleistungen) zu vermeiden helfen.

2.3. Gestaltung von Freiräumen und Schlüsselqualifikationen im Curriculum

Im Wahlpflichtbereich des 1y MA AMC können die Studierenden aus einer Vielzahl von Modulen aus drei Kompetenzbereichen wählen, entsprechend ihren persönlichen Voraussetzungen und Interessen. Zudem besteht für die Studierenden die Option, ihre fachliche Perspektive interdisziplinär zu erweitern, durch die Wahl interdisziplinärer Wahlpflichtmodule aus den wirtschafts- und politikwissenschaftlichen Masterstudienprogrammen der Zeppelin Universität (CME und PAIR). #####Minor?#####

Studierende, die ein großes Interesse am Verfolgen eigener Forschungsfragen haben, können im Open Content-Bereich das Modul „Research Project“ belegen (welches Wahlpflichtmodule im Umfang von 18 ECTS-Punkten ersetzt). Im Rahmen dieses Moduls haben sie die Möglichkeit, ein selbstgewähltes Forschungsthema auf breitem Raum eigenständig zu bearbeiten. Zum Open Content-Bereich zählt auch das Modul „Independent Project in Media, Culture & Entrepreneurship“, das den Studierenden ermöglicht, eigenständige Projekte in diesen Bereichen durchzuführen. Praxis- und projektbezogenes Arbeiten ist auch in Gestalt der Projektmodule des Pflicht- und Wahlpflichtbereichs fest im Curriculum verankert.

Die Lehre im Masterstudienprogramm AMC ist ganz überwiegend durch dialogisch orientierte Seminarformate bestimmt, was der Entwicklung diskursiver Kompetenz als Schlüsselkompetenz zugutekommt. In jedem Semester wird ein Teil der Kurse auf Englisch unterrichtet, so dass im Anwendungskontext des jeweiligen Unterrichtsgegenstands zugleich auch fremdsprachliche Fähigkeiten gefördert werden.

2.4. Gestaltung von Praktika / Kooperationen

Da es sich um ein einjähriges berufsfeldorientiertes Masterstudienprogramm handelt, in dem die Studierenden nicht nur ihr individuelles fachliches Profil schärfen, sondern auch projektbasiertes Arbeiten in Kooperation mit Institutionen aus der Praxis erlernen, ist kein Pflichtpraktikum im Studienplan vorgesehen. Für das Absolvieren von freiwilligen Praktika eignet sich gleichwohl die vorlesungsfreie Zeit im Sommer, welche durch ihre Dauer (drei Monate) den Studierenden genügend Flexibilität bietet.

Die Studierenden haben ferner die Möglichkeit, am TandemCoaching teilzunehmen. Im Rahmen dieses studienbegleitenden Konzepts werden die Studierenden neben dem WissenschaftsCoach auch von einem universitätsexternen PraxisCoach (aus Institutionen der Wirtschaft, Politik oder Kultur) begleitet. Diese Person steht für Fragen und Anliegen zur Verfügung, die das künftige berufliche Fortkommen der Coachees, die Berufswahl und den Einstieg ins Berufsleben betreffen, und kann auch bei der Praktikumsvermittlung behilflich sein.

2.5. Gestaltung von Auslandssemestern | Kooperationen

Aufgrund der Kürze der Studienzeit ist kein Auslandssemester im Studienplan vorgesehen.

Kooperationen mit Agenturen (etwa Scholz & Friends, Hering Schuppener Consulting, Service Plan) und zahlreichen Kulturinstitutionen der Umgebung (Festspielhaus Bregenz, Kunsthaus Bregenz, Zeppelin Museum, Kunstmuseum Liechtenstein u.a.) bieten die Möglichkeit, Praxiserfahrungen im Rahmen von Lehrprojekten, Studien und Praktika zu sammeln.

2.6. Zahl und Gestaltung der Prüfungen / Abschlussnote / Abschlussprüfung

Im einjährigen Masterstudienprogramm AMC erforderliche Prüfungsleistungen sind die studienbegleitenden Prüfungsleistungen, die Masterthesis und die mündliche Abschlussprüfung (Disputation). Einzelheiten dazu sind in der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung (ASPO) sowie in der Fachspezifischen Studien- und Prüfungsordnung (FSPO) geregelt.

Studienbegleitende Prüfungsleistungen werden in Form von mündlichen (z.B. Präsentation) und/oder schriftliche Prüfungsleistungen (z.B. Hausarbeit, Klausur) durchgeführt. Einzelheiten zu Art und Umfang der Prüfungsleistungen werden in den Modul- und Veranstaltungsbeschreibungen sowie zu Beginn der Veranstaltung im Rahmen des Teaching Agreement festgelegt. Bei einem regulären Semester-Workload von 30 ECTS-Punkten fallen in der Regel fünf Prüfungsleistungen pro Semester an.

Die Masterprüfung setzt sich zusammen aus der schriftlichen Abschlussarbeit („Masterthesis“) und einer mündlichen Abschlussprüfung („Masterdisputation“). Die Masterthesis wird mit 24 ECTS-Punkten bewertet und ist im Verlauf des 4. Fachsemesters anzufertigen. Die Bearbeitungszeit beträgt in der Regel 16 Wochen. Die Masterdisputation ist eine 45- bis 60-minütige mündliche Prüfung und wird mit 2 ECTS-Punkten bewertet. Die Note der Masterprüfung ergibt sich aus der Bewertung der Masterthesis mit einem Gewicht von 80 Prozent und der Bewertung der Masterdisputation mit einem Gewicht von 20 Prozent.

In die Gesamtnote des Masterstudiums fließen sowohl die Noten der studienbegleitenden Prüfungsleistungen als auch die Note der Masterprüfung ein.

2.7. Beabsichtigte Zahl der Studienanfängerinnen und Studienanfänger / Jahr

Das Curriculum des einjährigen Masterprogramms AMC (1y MA AMC) ist synergetisch mit dem Curriculum des zweijährigen Masterprogramms gleichen Namens (2y MA AMC). Beide Studienprogramme zusammen sind organisatorisch auf 25 Studienanfängerinnen und -anfänger pro Studienjahr ausgelegt.