

MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



39. SONDERNUMMER

Studienjahr 2014/15

Ausgegeben am 6. 5. 2015

31.a Stück

Curriculum für den berufsbegleitenden **Universitätslehrgang** **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** an der Karl-Franzens-Universität Graz

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz,
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Rechts- und Organisationsabteilung, Universitätsplatz 3, 8010 Graz.
E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at
Internet: https://online.uni-graz.at/kfu_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1

Offenlegung gem. § 25 MedienG

Medieninhaber: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Unternehmensgegenstand: Erfüllung der Ziele, leitenden Grundsätze und Aufgaben gem. §§ 1, 2 und 3 des Bundesgesetzes über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002), BGBl. I Nr. 120/2002, in der jeweils geltenden Fassung.
Art und Höhe der Beteiligung: Eigentum 100%.
Grundlegende Richtung: Kundmachung von Informationen gem. § 20 Abs. 6 Universitätsgesetz 2002 in der jeweils geltenden Fassung.

Curriculum für den berufsbegleitenden Universitätslehrgang EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs an der Karl-Franzens-Universität Graz

Die Rechtsgrundlagen des berufsbegleitenden Universitätslehrganges **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** bilden das Universitätsgesetz (UG) und die Satzung der Karl-Franzens-Universität Graz.

Der Senat hat am 22. April 2015 gemäß § 25 Abs. 1 Z 10 UG das folgende Curriculum für den berufsbegleitenden Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** erlassen.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Allgemeines	2
(1) Gegenstand des Universitätslehrganges	2
(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen	2
(3) Bedarf und Relevanz des Universitätslehrganges für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt	2
(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen.....	2
(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren	3
§ 2 Allgemeine Bestimmungen	4
(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten	4
(2) Dauer und Gliederung des Universitätslehrganges	4
(3) Akademischer Grad.....	4
(4) Lehrveranstaltungstypen	4
§ 3 Aufbau und Gliederung des Studiums	5
(1) Module und Lehrveranstaltungen	5
(2) Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen	6
(3) Masterarbeit.....	6
§ 4 Lehr- und Lernformen	6
(1) Unterrichtssprache	6
(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen und Status als berufsbegleitender Universitätslehrgang.	6
(3) Lehr- und Lernmethoden	6
§ 5 Prüfungsordnung	7
(1) Lehrveranstaltungsprüfungen.....	7
(2) Masterprüfung.....	7
(3) Wiederholung von Prüfungen	7
(4) Anerkennung von Prüfungen.....	7
(5) Gesamtbeurteilung	8
§ 6 Lehrgangsorganisation	8
(1) Lehrgangsleitung	8
(2) Lehrgangskosten	8
(3) Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung.....	9
§ 7 In-Kraft-Treten des Curriculums	9
Anhang I: Modulbeschreibungen	10
Anhang II: Musterstudienablauf gegliedert nach Semestern	16

§ 1 Allgemeines

(1) Gegenstand des Universitätslehrganges

Zielsetzung des Universitätslehrganges **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** ist den Absolventinnen und Absolventen eine qualifizierte Ausbildung in Bezug auf die erfolgreiche Führung eines Kulturbetriebs im internationalen Kontext anzubieten. Dies beinhaltet vor allem auch die Entwicklung einer Unternehmensstrategie und das Setzen von Zielen sowie den Einsatz geeigneter Methoden. Die Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges wissen demnach um die Komplexität der Fragestellungen in ökonomischer und gesellschaftlicher Hinsicht Bescheid und verfügen über ein Repertoire an Managementtools, die im Kulturbetrieb wirksam sind.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen sind nach Abschluss des Universitätslehrganges **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** in der Lage:

- einen zukunftsfähigen Kulturbetrieb professionell zu leiten bzw. ein Unternehmen im internationalen Kontext zu gründen,
- internationale kooperative Kulturprojekte durchzuführen,
- konsolidierend als auch innovativ in kritischen Projektsituationen zu agieren, da sie über die notwendigen interdisziplinären und interkulturellen kommunikativen Fähigkeiten verfügen,
- ihre Kulturorganisation bzw. ihr Kulturunternehmen im europäischen Kontext zu positionieren,
- die Rahmenbedingungen europäischen Kulturmanagements und Kulturunternehmertums zu erkennen,
- Leadership-Kompetenzen sowie Kenntnisse und Konzepte aus den Bereichen Kulturfinanzierung, Marketing, Human Resources sowie internationalem Kulturmanagement anzuwenden,
- kulturbetriebswirtschaftliches Know-how und kulturtheoretische Reflexion zu verbinden,
- internationale Strategien auf Basis von konkreten Zielsetzungen aufzubereiten,
- aktuelle Entwicklungen wie Social Media, EU-Kulturpolitik und Kreativwirtschaft zu berücksichtigen.

(3) Bedarf und Relevanz des Universitätslehrganges für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt

In ganz Europa, vor allem aber in Ost- und Südosteuropa befinden sich Kulturbetriebe aller Sparten und Größenordnungen in einem Transformationsprozess. Die sich rasch ändernden politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stellen vor allem Führungskräfte vor neue Herausforderungen in den Bereichen Management, Marketing und Personalwesen. Zugleich gewinnen gesellschaftspolitische Fragestellungen an Bedeutung: welchen Beitrag können Kunst und Kultur zur Gestaltung und zur Diskussion von Lebensrealitäten leisten?

Es gibt im gesamten europäischen Kulturbereich einen enormen Bedarf an zielgerichteten Strategien zur konstruktiven Gestaltung von kulturellen und ökonomischen Prozessen. Hier werden die Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges aktiv als unternehmerisch und kulturwissenschaftlich geschulte Führungskräfte tätig sein, die konkrete und nachhaltige Beiträge zu einem qualitativ hochwertigen Kulturangebot leisten.

Der Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** ist ausdrücklich als angewandter Universitätslehrgang positioniert. Die Studierenden werden mit für die Praxis relevanten und aktuellen Forschungsmethoden vertraut gemacht. Die Anwendungen dieser Methoden erfolgt in fachbezogenen Fallstudien und in einer theoriebasierten und praxisrelevanten Masterarbeit.

(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen

Der vorliegende Universitätslehrgang richtet sich europaweit an professionelle Kulturmanagerinnen und Kulturmanager, die im Kultursektor eine Führungsposition innehaben oder anstreben (Museumsdirektorin und Museumsdirektor, Festival-Leiterin und Leiter etc.) und an Kulturunternehmerinnen und

Kulturunternehmer, die selbstständig in der Kreativwirtschaft tätig sind (Multimedia, Musik, Design etc.). Neben den österreichischen Teilnehmerinnen und Teilnehmern spricht der Universitätslehrgang vor allem jene aus den Nachbarländern und dem südosteuropäischen Raum an, um einen wesentlichen Beitrag zu zukünftigen Kooperationen zu leisten.

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** sind die nachfolgend angeführten Kriterien:

- a. Abschluss eines kulturwissenschaftlichen, geisteswissenschaftlichen, betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen, rechtswissenschaftlichen oder naturwissenschaftlichen Studiums oder der Abschluss eines kulturwissenschaftlich, geisteswissenschaftlich, betriebswirtschaftlich, volkswirtschaftlich, rechtswissenschaftlich oder naturwissenschaftlich ausgerichteten Universitätslehrganges der Karl-Franzens-Universität Graz oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung oder eine gleichwertige Qualifikation mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung. Über die Vergleichbarkeit entscheidet die wissenschaftliche Leitung im Auftrag des Rektorats.
- b. Der Bewerbung sind, insoweit kein Studienabschluss vorliegt, der Nachweis für die allgemeine Universitätsreife, sonstige berufliche Qualifikationen, ein Lebenslauf, sowie ein Motivations schreiben, in dem die Bewerberin/der Bewerber die Gründe für eine Teilnahme am Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** und die angestrebten Ziele ausführt, anzuschließen.
- c. Sofern keine allgemeine Universitätsreife vorliegt, ist eine Ergänzungsprüfung abzulegen (dem Niveau einer Studienberechtigungsprüfung für Studien an der Geisteswissenschaftlichen bzw. Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät entsprechend). Die Ergänzungsprüfung besteht aus drei Pflichtfächern, Deutsch (verpflichtender Aufsatz über ein allgemeines Thema), Geschichte sowie nach Wahl Latein, Mathematik oder eine Fremdsprache, sowie zwei Wahlfächern. Die beiden Wahlfächer sind aus den Fächern Marketing, Management, Finanzierung/Finance sowie Grundlagen der Soziologie zu wählen.
- d. Der Nachweis über Englischkenntnisse ist durch Sprachzertifikate z. B. IELTS-Test (erforderliche Mindestpunktzahl: 6,5), TOEFL-Test (erforderliche Mindestpunktzahl: 88 für Internettest), Cambridge Exam Certificate (erforderliche Leistungsstufe: FCE) oder ein gleichwertiges Zeugnis im Original bzw. eine gleichwertige Testierung oder Hochschuldiplomanhänge mit Noten nicht unter „gut“ für die entsprechenden Englischfächer zu erbringen, welche nicht älter als drei Jahre sind. Bei BewerberInnen, die ein Studium mit englischer Unterrichtssprache absolviert haben oder deren Muttersprache Englisch ist, ist kein Englischnachweis erforderlich.
- e. Eine wesentliche Voraussetzung zur Zulassung ist die schriftliche Vorlage einer Projektidee in Form einer Projektbeschreibung, die die Zulassungswerberin bzw. der Zulassungswerber im Lehrgang zu einem umsetzbaren Projekt entwickeln möchte. Das geplante Projekt soll in einem direkten Zusammenhang zur ihrer bzw. seiner beruflichen Realität stehen, z. B. ein neues Marketingkonzept für ein Theater, ein neues Vermittlungsprogramm für ein Museum, ein Businessplan für eine Kreativagentur etc. Die Zulassungswerberin bzw. der Zulassungswerber muss in der Lage sein, die Ausgangslage und Problemstellung präzise darzustellen, kurz-, mittel- und langfristige Ziele zu definieren und die geplanten Aktivitäten kurz zu umreißen. Ebenso sollen die Hauptherausforderungen auf organisatorischer, finanzieller oder kulturpolitischer Ebene beschrieben werden. Der Umfang der Projektbeschreibung beträgt max. 5 Seiten.
- f. Im Rahmen der Zulassung ist ein Aufnahmegespräch vorgesehen. Ziel des Aufnahmegesprächs ist es, die Motivationsgründe für die Lehrgangswahl und die Eignung der ZulassungswerberInnen zu eruieren. Im Aufnahmegespräch sollen die ZulassungswerberInnen Fragen zum geplanten Projekt beantworten und ihre vorhandenen Kompetenzen als Kulturmanagerin bzw. Kulturmanager unter Beweis stellen: Sind sie in der Lage, Schwierigkeiten in der Projektplanung und -durchführung zu antizipieren und verfügen sie über ein Repertoire an strategischen Methoden und Werkzeugen?
- g. Über die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung und die Eignung der Zulassungswerberinnen/ Zulassungswerber entscheidet die wissenschaftliche Leitung im Auftrag des Rektorats.

(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren

Zum Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** können maximal 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zugelassen werden. Die Zahl der Studienplätze ist somit beschränkt und wird nach pädagogisch-didaktischen und wirtschaftlichen Ge-

sichtspunkten für jede neue Durchführung nach Rücksprache mit der wissenschaftlichen Leitung durch die wirtschaftliche Leitung des Universitätslehrganges festgelegt.

Übersteigt die Zahl der Zulassungsbewerberinnen und -bewerber diese Zahl, muss ein Auswahlverfahren durchgeführt werden. Grundlage des Auswahlverfahrens ist nach Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen die inhaltliche und formale Qualität der Projektbeschreibung sowie die Reihenfolge des Einlangens der Anmeldung.

§ 2 Allgemeine Bestimmungen

(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten

Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Echtstunden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden. Die Kontaktstunde entspricht 45 Minuten pro Unterrichtswoche des Semesters.

(2) Dauer und Gliederung des Universitätslehrganges

Der Universitätslehrgang mit einem Arbeitsaufwand von 90 ECTS-Anrechnungspunkten umfasst 3 Semester und ist modular strukturiert. Davon entfallen auf:

	ECTS
Modul A: The Entrepreneurial Approach	9
Modul B: Human Resources and Staff Development	9
Modul C: The Global Perspective	12
Modul D: Personal Development	14
Modul E: Case Studies	8
Modul F: Study Groups	8
Modul G: Mastermodul	30

(3) Akademischer Grad

An die Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrganges wird der akademische Grad „Master of Arts in Cultural Management“, abgekürzt „MA in Cultural Management“ verliehen.

(4) Lehrveranstaltungstypen

Im Curriculum werden folgende Lehrveranstaltungstypen angeboten:

- Kurse (KS) sind Lehrveranstaltungen, in denen die Studierenden die Lehrinhalte gemeinsam mit den Lehrenden erfahrungs- und anwendungsorientiert bearbeiten.
- Seminare (SE) dienen der wissenschaftlichen Diskussion. Von den Teilnehmenden werden eigene Beiträge geleistet. Seminare werden in der Regel durch eine schriftliche Arbeit abgeschlossen.
- Arbeitsgemeinschaften (AG) dienen der gemeinsamen Bearbeitung konkreter Fragestellungen, Methoden und Techniken der Forschung sowie der Einführung in die wissenschaftliche Zusammenarbeit in kleinen Gruppen.
- Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU) sind Lehrveranstaltungen, bei welchen im unmittelbaren Zusammenhang mit einer Wissensvermittlung durch Vortrag den praktisch-beruflichen Zielen des Universitätslehrganges entsprechend konkrete Aufgaben und ihre Lösung behandelt werden.
- Exkursionen (EX) tragen zur Veranschaulichung und Vertiefung des Unterrichts bei.

Alle unter a. bis e. genannten Lehrveranstaltungstypen gelten als Lehrveranstaltungen mit immanen-tem Prüfungscharakter.

§ 3 Aufbau und Gliederung des Studiums

(1) Module und Lehrveranstaltungen

Der dreisemestrige Universitätslehrgang umfasst einen Arbeitsaufwand von insgesamt 90 ECTS-Anrechnungspunkten. Das Studium ist modular strukturiert. Die Prüfungsfächer sind im Folgenden mit Titel, Lehrveranstaltungstyp (LV-Typ), ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS), Kontaktstunden (KStd.), und der empfohlenen Semesterzuordnung (empf. Sem.) genannt. Alle Lehrveranstaltungen sind Pflichtfächer. Die Modulbeschreibungen befinden sich in Anhang I.

	Modultitel/Prüfungsfach	LV-Typ	ECTS	KStd.	empf. Sem.
Modul A	The Entrepreneurial Approach		9	3	1
A.1	Entrepreneurial Arts Management	VU	3	1	1
A.2	Funding and Financing	VU	3	1	1
A.3	Marketing and PR	VU	3	1	1
Modul B	Human Resources and Staff Development		9	3	1
B.1	Teambuilding and Leadership	KS	3	1	1
B.2	Intercultural Communication	KS	3	1	1
B.3	Human Resource Development	VU	3	1	1
Modul C	The Global Perspective		12	5,5	2
C.1	Theories on Arts Management	VU	3	1,5	2
C.2	Studies Abroad – The European Dimension (Excursion to Brussels)	EX	6	3	2
C.3	International Cooperation	KS	3	1	2
Modul D	Personal Development		14	4	1-2
D.1	Academic Writing and Reasoning Skills	SE	4	1	1
D.2	Presentation Skills	KS	3	1	2
D.3	Conflict Management and Coaching Techniques	KS	3	1	2
D.4	Lessons Learned: Assessment and Evaluation	SE	4	1	2
Modul E	Case Studies		8	2	1-2
E.1	Case Studies I	SE	4	1	1
E.2	Case Studies II	SE	4	1	2
Modul F	Study Groups		8	4	1-2
F.1	Study Groups for Module A	AG	2	1	1
F.2	Study Groups for Module B	AG	2	1	1
F.3	Study Groups for Module C	AG	2	1	2
F.4	Study Groups for Module D	AG	2	1	2
Modul G	Mastermodul		30	1	3
G.1	Masterseminar	SE	5	1	3
G.2	Masterarbeit		20		3
G.3	Masterprüfung		5		3
SUMME			90	22,5	

(2) Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen

Modul/Lehrveranstaltungstitel		Voraussetzung für den Besuch des Moduls/ der Lehrveranstaltung	
C.1	Theories on Arts Management	A.1	Entrepreneurial Arts Management
C.2	Studies Abroad – The European Dimension (Excursion to Brussels)	B.2	Intercultural Communication
C.3	International Cooperation	A B.1 B.2	The Entrepreneurial Approach Teambuilding and Communication Intercultural Communication
D.3	Conflict Management and Coaching Techniques	B	Human Resource and Staff Development
G.1	Masterseminar	D.1	Academic Writing and Reasoning Skills

(3) Masterarbeit

- a. Im Rahmen des Universitätslehrganges ist eine Masterarbeit zu verfassen (§ 81 Abs. 1 UG und § 27 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen). Diese umfasst 20 ECTS-Anrechnungspunkte. Es wird empfohlen die Masterarbeit im dritten Semester zu verfassen.
- b. Das Thema der Masterarbeit ist die umfassende Darstellung des Projekts mit einer Ausführung aller Aspekte, die in den Modulen vermittelt wurden: Unternehmerisches Kulturunternehmertum, Human Resources, Europäische Dimension sowie eine Reflektion der eigenen Rolle im Projekt. Weiters ist ein Kapitel der theoretischen Auseinandersetzung mit einem der folgenden Module/Fächer zu widmen oder hat in einem sinnvollen Zusammenhang mit einem dieser Module/Fächer zu stehen (§ 81 UG und § 27 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen):
Modul A: Entrepreneurial Approach
Modul B: Human Resource and Staff Development
Modul C: The Global Perspective
- c. Die/Der Studierende ist berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen der zur Verfügung stehenden Betreuerinnen/Betreuer auszuwählen.
- d. Die Aufgabenstellung der Masterarbeit ist so zu wählen, dass für die/den Studierende/n die Bearbeitung innerhalb von sechs Monaten möglich und zumutbar ist.
- e. Die Beurteilungsfrist der Masterarbeit beträgt zwei Monate (§ 27 Abs. 8 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen).

§ 4 Lehr- und Lernformen

(1) Unterrichtssprache

Der Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** wird in englischer Sprache abgehalten.

(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen und Status als berufsbegleitender Universitätslehrgang

Der Universitätslehrgang ist berufsbegleitend organisiert. Der Unterricht findet in geblockter Form statt.

(3) Lehr- und Lernmethoden

Die vielfältigen Lehr- und Lernmethoden werden in den Lehrveranstaltungen in optimaler Form auf den Inhalt abgestimmt. In den Lehrveranstaltungen wird in unterschiedlichen Settings (selbstgesteuerten Gruppen oder Teams) mit vielfältigen Lehr- und Lernformen gearbeitet. Dabei wird aktive Teamarbeit von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erwartet.

Die Unterrichtseinheiten der folgenden Lehrveranstaltungen werden in Form von Blended-Learning-Einheiten absolviert:

A.3: Marketing and PR

B.3: Human Resource Development

C.1: Theories on Arts Management

E.1: Case Studies I

E.2: Case Studies II

§ 5 Prüfungsordnung

(1) Lehrveranstaltungsprüfungen

Alle Lehrveranstaltungen besitzen immanenten Prüfungscharakter (entsprechend § 1 Abs. 3 Z 1 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen). Sie werden durch die Beurteilung der kontinuierlichen Mitarbeit und nach weiteren Beurteilungskriterien, die gem. § 59 Abs. 6 UG zu Beginn der Lehrveranstaltung durch die Lehrveranstaltungsleiterin/den Lehrveranstaltungsleiter bekannt zu geben sind, abgeschlossen. Die Beurteilung der Leistungen richtet sich nach der in § 73 Abs. 1 und 3 UG bestimmten Notenskala.

Bei folgenden Lehrveranstaltungen ist die Beurteilung mit einer Note unmöglich oder unzweckmäßig und die positive Beurteilung hat „mit Erfolg teilgenommen“, die negative Beurteilung „ohne Erfolg teilgenommen“ zu lauten:

F.1: Study Groups for Module A

F.2: Study Groups for Module B

F.3: Study Groups for Module C

F.4: Study Groups for Module D

(2) Masterprüfung

Die Masterprüfung ist eine mündliche, kommissionelle Gesamtprüfung im Ausmaß von 5 ECTS-Anrechnungspunkten. Sie kann erst absolviert werden, wenn alle Prüfungsfächer des Universitätslehrganges positiv absolviert wurden und die Masterarbeit positiv beurteilt wurde.

Der Prüfungssenat besteht aus mindestens drei Personen, von denen eine Person zur/zum Vorsitzenden zu bestellen ist. Für jedes Fach ist ein/e Prüfer/in vorzusehen. In der Regel sind als Prüfer/innen die Universitätslehrer/innen mit einer Lehrbefugnis gemäß § 98 Abs. 12 bzw. § 103 UG jeweils für die Fächer ihrer Lehrbefugnis heranzuziehen.

Gegenstand der Masterprüfung sind (a) die öffentliche Präsentation der Masterarbeit (maximal 20 Minuten), (b) das Modul, dem die Masterarbeit zugeordnet ist, und (c) eines der folgenden Module:

Modul A: Entrepreneurial Approach

Modul B: Human Resource and Staff Development

Modul C: The Global Perspective

(3) Wiederholung von Prüfungen

Die Wiederholung von Prüfungen ist in § 38 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen geregelt.

(4) Anerkennung von Prüfungen

Die Anerkennung von Lehrveranstaltungen und Prüfungen erfolgt auf Antrag der oder des Studierenden an das für studienrechtliche Angelegenheiten zuständige Organ (wissenschaftliche Leitung gem. § 5 Abs. 5 Satzungsteil Universitätslehrgänge) gemäß § 78 Abs. 1 UG und gemäß den Richtlinien des Europäischen Systems zur Anerkennung von Studienleistungen (European Credit Transfer and Accumulation System – ECTS).

(5) Gesamtbeurteilung

Die Gesamtbeurteilung hat „bestanden“ zu lauten, wenn alle Lehrveranstaltungen positiv beurteilt wurden, anderenfalls hat sie „nicht bestanden“ zu lauten. Die Gesamtbeurteilung hat „mit Auszeichnung bestanden“ zu lauten, wenn in keinem Fach eine schlechtere Beurteilung als „gut“ und in mindestens der Hälfte der Fächer die Beurteilung „sehr gut“ erteilt wurde.

§ 6 Lehrgangsorganisation

(1) Lehrgangsleitung

Wissenschaftliche Leitung

Es ist eine wissenschaftliche Leitung zu bestellen. Die Leiterin/der Leiter muss entweder die Habilitation nach den Bestimmungen des UG aufweisen oder über gleichwertige wissenschaftliche Qualifikationen verfügen (§ 5 Abs. 1 Satzungsteil Universitätslehrgänge). Der wissenschaftlichen Leiterin/dem wissenschaftlichen Leiter obliegen für den Bereich des Universitätslehrgangs folgende Aufgaben (§ 5 Abs. 2 Satzungsteil Universitätslehrgänge):

- a. Wissenschaftliche Leitung,
- b. Aufgaben des für die Vollziehung der studienrechtlichen Bestimmungen in erster Instanz zuständigen monokratischen Organs,
- c. diesbezügliche organisatorische und studienrechtliche Verwaltungsaufgaben hinsichtlich der Durchführung der Angelegenheiten gemäß den studienrechtlichen Bestimmungen des UG und des Satzungsteiles Studienrechtliche Bestimmungen. Die Beauftragung umfasst auch die Anerkennung von Prüfungen in sinngemäßer Anwendung des § 78 UG i. V. m. § 39 des Satzungsteils Studienrechtliche Bestimmungen (§ 5 Abs. 5 Satzungsteil Universitätslehrgänge).

Wirtschaftliche und organisatorische Leitung

Die Erledigung weiterer Verwaltungsaufgaben und die kaufmännische Abwicklung des Universitätslehrgangs wird von UNI for LIFE wahrgenommen (§ 5 Abs. 3 Satzungsteil Universitätslehrgänge). UNI for LIFE wird bei der Abwicklung des Universitätslehrgangs EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs mit dem Institut für Kulturkonzepte, Wien, kooperieren. Das Institut für Kulturkonzepte unterstützt UNI for LIFE bei der Organisation des Lehrgangs, der Bewerbung (internationales Netzwerk) und dem Kontakt zu Vortragenden.

Wissenschaftlicher Beirat

Für den Universitätslehrgang **EAM – European Arts Management for Cultural Leaders and Entrepreneurs** ist ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet. Dem Beirat gehören mindestens fünf in- oder ausländische Fachexpertinnen und Fachexperten an. Der Beirat ist ehrenamtlich tätig. Er berät die wissenschaftliche Leitung in allen wissenschaftlichen Angelegenheiten und überwacht die wissenschaftliche Qualität und Praxisrelevanz der Lehrveranstaltungen sowie die Evaluation des Universitätslehrganges. Des Weiteren kann der Beirat die wissenschaftliche Leitung beim Zulassungs- und Auswahlverfahren der Zulassungswerberinnen und Zulassungswerber unterstützen.

(2) Lehrgangskosten

Die Kosten des Universitätslehrganges setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation etc. zusammen. Diese Gelder werden aus dem Kursbeitrag und Drittmitteln aufgebracht. Falls diese nicht in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen, kann der Universitätslehrgang nicht stattfinden.

Der Lehrgangsbeitrag schließt nur die Kosten für die Lehrveranstaltungen ein, nicht hingegen sonstige Kosten, die für Fachliteratur, Recherchen im Zuge der Lehrveranstaltungen oder die Teilnahme an Exkursionen anfallen. Diese sowie allfällige sonstige Kosten für Reisen, Unterkunft und Verpflegung sind von den Teilnehmerinnen und Teilnehmer selbst zu tragen.

Die wirtschaftliche Lehrgangsleitung kann eine Änderung des Lehrgangsbeitrages aufgrund sinkender oder steigender Teilnehmerinnen- und Teilnehmerzahlen vorschlagen. Der Lehrgangsbeitrag ist vom Rektorat unter Berücksichtigung der tatsächlichen Kosten festzusetzen (§ 91 Abs. 7 UG).

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieses Universitätslehrganges sind außerordentliche Studierende. Soweit sie ausschließlich zum Universitätslehrgang zugelassen sind, haben sie nur den Lehrgangsbeitrag und nicht auch den Studienbeitrag zu entrichten. Die Bestimmungen über den Lehrgangsbeitrag gelten sinngemäß auch für die Kosten einzelner Module bzw. Lehrveranstaltungen. Diese sind gesondert festzusetzen.

(3) Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung

Zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung gelten die Bestimmungen gemäß § 4 Satzungsteil Universitätslehrgänge.

§ 7 In-Kraft-Treten des Curriculums

Dieses Curriculum tritt mit Ablauf des Tages seiner Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

Anhang I: Modulbeschreibungen

Modul A	The Entrepreneurial Approach
ECTS-Anrechnungspunkte	9
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Economic Challenges of Art Organisations • Identity and Mission Statement • Outline of the entrepreneurial Cultural Manager • Cultural Policy in Austria and Europe • The Logic of Funding and State Subsidies • Sponsoring and new partnerships with companies • Marketing and Web 2.0 • Social Media Strategies • International Public Relations
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die unterschiedlichen Modelle und Zugänge von internationalen Kulturbetrieben zu verstehen, • die theoretischen Grundlagen von Kulturmanagement und Kulturunternehmertum kritisch zu beurteilen, • Konkurrenzanalysen durchzuführen und auf Basis dessen Kernkompetenzen zu erarbeiten, • Strategiemodelle für die Finanzierung von Kulturbetriebe und Kulturunternehmen aufzustellen, • Sponsoringkonzepte zur konzipieren und zu implementieren, • Probleme und Aufgaben in der kulturellen Betriebsführung und der Berufspraxis zu erkennen, zu analysieren und erfolgreich Lösungen zuzuführen, • Entscheidungen im Bereich Marketing und Social Media zu fällen, zu belegen, zu rechtfertigen und zu verteidigen, • Lösungsvorschläge von Beraterinnen und Beratern oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dem entsprechenden theoretischen Rahmen zuzuordnen, kritisch zu bewerten und mit alternativen Lösungen zu vergleichen, • Probleme und Aufgaben im Kulturmarketing und der Public Relations zu erkennen, zu analysieren und erfolgreich Lösungen zuzuführen sowie • die verschiedenen Methoden und Analyseinstrumente anzuwenden. • die durch die intensive Online-Zusammenarbeit im Rahmen des Lehrgangs erworbene Medienkompetenz in der Praxis anzuwenden. • internationale und interdisziplinäre Kulturprojekte mithilfe des fachgerechten Einsatzes von Online-Tools und Neuen Medien durchzuführen.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Vortrag, Literaturstudium, Diskussion, Eigenarbeit, Literaturrecherche, Ergebnispräsentation, Gruppenarbeit, Rechenbeispiele, Übungen, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld, Blended-Learning (E-Learning)
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul B	Human Resource Development and Staff Development
ECTS-Anrechnungspunkte	9
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Qualities of good Leadership • What makes Teams work? • Volunteer Management • Theories of Intercultural Communication • Intercultural Teams and their Challenges • Values and Beliefs • Theories of Human Resources Development • Implementation of Human Resources in an Arts Organization • Human Resources in the Non-Profit-Sector
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleme und Aufgaben im Rahmen des Volunteer Management in der Berufspraxis zu identifizieren und Lösungsansätze zu erarbeiten, • Lösungsvorschläge von Beraterinnen und Beratern oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dem entsprechenden theoretischen Rahmen zuzuordnen, kritisch zu bewerten und mit alternativen Lösungen zu vergleichen, • instrumentelle, strategische und theoretische Aspekte interkultureller Kommunikation zu erkennen und zu diskutieren, • Best Practices, Referenzmodelle und Standards aus verschiedenen Bereichen der Personalentwicklung im Kulturbetrieb zu identifizieren, • verschiedene Methoden und Analyseinstrumente zum Teambuilding zu kennen und anzuwenden, • Diskurse über Entscheidungsalternativen so zu führen, dass mehrere Optionen ernsthaft geprüft und Beiträge nicht unterdrückt werden, • Instrumente der Führung situationsadäquat einzusetzen, • die Unternehmenskultur aktiv zu gestalten, • typologische Modelle für die Motivation und Reaktionsweisen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu unterscheiden und anzuwenden, • unterschiedliche Führungsstile anzuwenden, • die eigene emotionale Intelligenz und soziale Kompetenz zu reflektieren. • die Probleme, Herausforderungen und Chancen interkultureller Interaktionen aus theoretischer, strategischer, prozessorientierter und instrumenteller Perspektive zu verstehen, • Probleme und Aufgaben im interkulturellen Management in der Berufspraxis zu erkennen, zu analysieren und erfolgreich Lösungen zuzuführen, • Entscheidungen zu fällen, zu belegen, zu rechtfertigen und zu verteidigen, • Kommunikationstechniken in unterschiedlichen Kulturen zu erkennen und anzuwenden und sich ändernde Kommunikationsanforderungen im wirtschaftlich/politischen Spannungsfeld zu verstehen. • die durch die intensive Online-Zusammenarbeit im Rahmen des Lehrgangs erworbene Medienkompetenz in der internen Teamkommunikation und in der Kommunikation mit internationalen ProjektpartnerInnen anzuwenden. • in der Online-Kommunikation und in den sozialen Netzwerken die kulturell geprägten Unterschiede im Umgang mit diesen Techniken berücksichtigen zu können und so interkulturelle Missverständnisse zu vermeiden.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Vortrag, Literaturstudium, Diskussion, Eigenarbeit, Literaturrecherche, Ergebnispräsentation, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Übungen,

	Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld, Blended-Learning (E-Learning)
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul C	The Global Perspective
ECTS-Anrechnungspunkte	12
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Where to find International Partners • International Bodies and Networks • Best Practice Examples • European Cultural Policy • European Structures and Networks • The European Dimension of Cultural Projects • Definition of Art and of Management • Art Management Entrepreneurial Style • The Ethics of Creative Entrepreneurship
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • internationale Kooperationen zu planen und durchzuführen, • relevante Institutionen für internationale Vernetzung zu kennen, • instrumentelle, strategische und theoretische Aspekte der europäischen Kulturpolitik und internationaler Kooperationen zu erkennen und zu diskutieren, • sich im komplexen europäischen kultur-politischen Entscheidungsfindungsprozess zurechtzufinden, • Probleme und Aufgaben im Rahmen des internationalen Netzwerks in der Berufspraxis zu identifizieren und Lösungsansätze zu erarbeiten, • entsprechende Entscheidungen zu fällen, zu belegen, zu rechtfertigen und zu verteidigen, • EU-Förderprogramme für Kulturorganisationen oder Kulturunternehmen in Anspruch zu nehmen, • ihre Arbeit im europäischen Kontext von Kulturpolitik zu positionieren und zu reflektieren, • die Grundzüge europäischer Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik zu kennen und • sich am europäischen Diskurs zu Kultur und Kreativwirtschaft zu beteiligen. • ihr kulturelles und unternehmerisches Handeln in einen theoretischen Kontext zu stellen, • aus unterschiedlichen Kulturbegriffen, jenen nennen zu können, der für ihre Arbeit von Relevanz ist, • die aktuellen Theorien zu Kulturmanagement und Kreativwirtschaft als Grundlage für ihr praktisches Handeln heranzuziehen und • ihre kulturunternehmerischen Aktivitäten in Bezug auf gesellschaftspolitische Entwicklungen zu reflektieren und zu argumentieren.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Vortrag, Workshop, Literaturstudium, Diskussion, Exkursion, Eigenarbeit, Literaturrecherche, Ergebnispräsentation, Gruppenarbeit, Verfassen eines Berichts, Übungen, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld, Blended-Learning (E-Learning)
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul D	Personal Development
ECTS-Anrechnungspunkte	14
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation Techniques • The successful Presentation of a project • Body language and Voice • How to answer difficult questions • The Evolution of a Conflict • Strategies of Conflict Solving • Styles of Communication • Discussion of the status quo of the Participants' Projects • Evaluation of the initial Personal and Professional Aims • Techniques to evaluate a Cultural Project
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektpräsentationen für unterschiedliche Situationen zielorientiert vorzubereiten (Sponsoring, Presse, Fundraising, Kooperationen), • zielgruppengerecht die Inhalte und Ziele ihrer Präsentation aufzubereiten, • die Inhalte ihrer Präsentationen professionell zu visualisieren, • Körpersprache und Stimme optimal einzusetzen, • das räumliche und technische Setting einer Präsentation vorzubereiten, • eine Bandbreite von Techniken der Konfliktlösung zu kennen und situationsgerecht einsetzen zu können, • in schwierigen Gesprächssituationen den richtigen Ansatz für die Eskalationsvermeidung zu finden, • verschiedene Kommunikationsstile je nach Projektphase zielorientiert einsetzen zu können, • Methoden der Prozess- und der Projektevaluation auszuwählen, zu planen und durchzuführen sowie • mündliche und schriftliche Dokumentationen der Evaluation zu verfassen.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Vortrag, Literaturstudium, Diskussion, Eigenarbeit, Literaturrecherche, Ergebnispräsentation, Gruppenarbeit, Übungen, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld, Reflexion
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul E	Case Studies
ECTS-Anrechnungspunkte	8
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Projekte und Fallstudien aus dem jeweiligen Arbeitsumfeld der Teilnehmerinnen und Teilnehmer • Interviews mit Repräsentantinnen und Repräsentanten internationaler Best Practice Beispiele • Analyse und Diskussion von internationalen Best Practice Beispielen • Darstellung der Relevanz der Ergebnisse und Erkenntnisse für die eigene Projektarbeit • Recherchieren unterschiedlicher wissenschaftlicher Quellen • Recherchieren von relevanten internationalen Netzwerken und Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern für die Projektrealisierung über den Lehrgang hinaus
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleme zu identifizieren, zu beschreiben und zu analysieren, • Methoden der angewandten wissenschaftlichen Recherche anzuwenden, • fundierte und begründbare Lösungsvorschläge zu erarbeiten, • die Folgen von eigenen Entscheidungen zu erkennen, • Problemlösungen prägnant zu präsentieren sowie diese im

	<p>Rahmen einer Diskussion argumentativ zu stützen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen internationalen kulturpolitischen Maßnahmen und unternehmerischer Strategien im Kontext unterschiedlicher Gesellschaftssysteme und Kulturlandschaften zu verstehen.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Diskussion, Interviews, Fallstudien der Best Practice Beispiele mit Ergebnispräsentation, Literaturrecherche, Gruppenarbeit, vertiefendes Literaturstudium, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul F	Study Groups
ECTS-Anrechnungspunkte	8
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Auseinandersetzung mit den Inhalten der Module A bis D • Analyse, Synthese, Beurteilung und Reflexion der Module A bis D im Bezug auf die eigenen Projekte und Projektziele • Gegenseitige kollegiale Beratung im Projektverlauf • Zwischenevaluierung der Projekte, Formulierung und Adaptierung der Projektziele • Identifizierung konkreter Synergien zwischen den Projekten der Studierenden • Vertiefende Lektüre von relevanter wissenschaftlicher und branchenspezifischer Literatur • Austausch von international recherchierten Informationen und Kontakten • Kamingespräche mit renommierten Kulturmanagerinnen und Kulturmanagern sowie Kulturunternehmerinnen und Kulturunternehmern aus dem In- und Ausland
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte der Module A bis D zu analysieren, zu beurteilen und zu reflektieren, • kollegiale Beratung im Arbeitskontext anzuwenden, • die Stärken und Schwächen ihres Projekts durch den intensiven Austausch und Vergleich mit anderen richtig beurteilen zu können, • rasch Anknüpfungspunkte zu Projekten aus anderen Sparten und Branchen zu finden und gemeinsam mit Projektpartnerinnen und Projektpartnern konkrete Ideen zur Zusammenarbeit zu entwickeln, • selbstständig und anlassbezogen, relevante Literatur für spezielle Fragestellungen des Kulturmanagements zu finden und sich darüber hinaus aktiv am internationalen Diskurs zu beteiligen.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Gruppendiskussionen, Gruppenarbeit, vertiefendes Literaturstudium, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Modul G	Mastermodul
ECTS-Anrechnungspunkte	30
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Angewandte Forschung • Recherchieren und Verfassen einer wissenschaftlicher Arbeiten • Forschungsdesign • Methodik der empirischen Forschung • Wissenschaftstheoretische Perspektiven
Erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen	<p>Studierende sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Problemstellung im eigenen Arbeitsumfeld exakt zu definieren und daraus Arbeitsziele abzuleiten, • verschiedene Zugänge zum wissenschaftlichen Arbeiten zu erkennen und zu bewerten,

	<ul style="list-style-type: none"> • ein geeignetes Vorgehensmodell und ein Set von Methoden zur Lösungsfindung zu erarbeiten, • verschiedene Methoden der angewandten Forschung zu kennen und anzuwenden, • geeignete Forschungsmethoden in verschiedenen Bereichen der Kulturmanagementforschung, insbesondere Beschaffung/Erhebung, Verarbeitung, Analyse und Implementierung zu kennen und anzuwenden, • wissenschaftlich zu argumentieren, • ein Research Proposal zu verfassen und zu präsentieren und • wissenschaftlich korrekt zu zitieren.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden	Eigenarbeit, Literaturrecherche, vertiefendes Literaturstudium, Arbeiten an Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsumfeld, Verfassen einer schriftlichen Arbeit, Diskussion der Arbeitsergebnisse mit der Betreuerin bzw. dem Betreuer bzw. in der Prüfungskommission
Häufigkeit des Angebots	Ein Mal pro Lehrgangsdurchführung

Anhang II: Musterstudienablauf gegliedert nach Semestern

Semester	Prüfungsfach	ECTS
1		30
A.1	Entrepreneurial Arts Management	3
A.2	Funding and Financing	3
A.3	Marketing and PR	3
B.1	Teambuilding and Leadership	3
B.2	Intercultural Communication	3
B.3	Human Resource Development	3
D.1	Academic Writing and Reasoning Skills	4
E.1	Case Studies I	4
F.1	Study Groups for Module A	2
F.2	Study Groups for Module B	2
2		30
C.1	Theories on Arts Management	3
C.2	Studies Abroad – The European Dimension (Excursion to Brussels)	6
C.3	International Cooperation	3
D.2	Presentation Skills	3
D.3	Conflict Management and Coaching Techniques	3
D.4	Lessons Learned: Assessment and Evaluation	4
E.2	Case Studies II	4
F.3	Study Groups for Module C	2
F.4	Study Groups for Module D	2
3		30
G.1	Masterseminar	5
G.2	Masterarbeit	20
G.3	Masterprüfung	5