

Modulhandbuch Kulturmanagement

erzeugt am 24.03.2017,09:06

Kulturmanagement Pflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Ausgewählte Themen der Bildenden Kunst	MKM-415	4	4SU	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Begriffe der BWL sowie Unternehmensführung und Personal	MKM-110	1	4V	6	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Begriffe der Künste I (HBK)	MKM-119	1	4V	6	Prof. Dr. Hartmut Wagner
Begriffe der Künste II (HfM)	MKM-219	2	4V	6	Prof. Dr. Jörg Nonnweiler
Betriebliche Kennzahlen	MKM-120	1	4V	6	N.N.
Colloquium	MKM-430	4	2S	2	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Eventmanagement	MKM-411	4	4SU	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Finanzmanagement und Förderung	MKM-330	3	4V	6	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Kultur und Didaktik	MKM-340	3	4V	6	Prof. Dr. Jörg Abbing
Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie	MKM-412	2	4V	6	Prof. Dr. Achim Schröder
Kulturmarketing und Kommunikationspolitik	MKM-310	3	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Kulturpolitik und Kultursoziologie	MKM-145	1	4V	6	Prof. Dr. phil. Simone Odierna
Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte	MKM-240	2	4V	6	Prof. Dr. Hartmut Wagner
Kunstanalyse I (HfM)	MKM-129	1	4V	6	Prof. Dr. Jörg Nonnweiler

Kunstanalyse II (HBK)	MKM-229	2	4V	6	Prof. Dr. Hartmut Wagner
Logistik und Recht	MKM-220	2	4V	6	N.N.
Marketing	MKM-210	2	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Master-Thesis	MKM-420	4	-	22	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Methoden der empirischen Sozialforschung	MKM-150	1	4VU	6	Prof. Dr. Achim Schröder
Nonprofit Management	MKM-235	2	4V	6	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Projekt aus der Kulturwissenschaft	MKM-350	3	4PA	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Projekt- und Prozessmanagement	MKM-130	1	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Seminar zum Kulturmanagement	MKM-250	2	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Theorie des Musiklernens	MKM-416	4	4S	6	Prof. Dr. Michael Dartsch
Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen	MKM-325	3	4V	6	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

(25 Module)

Kulturmanagement Wahlpflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Business English	MKM-414	4	4V	6	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
European Spring Academy	MKM-417	4	4SU	6	Prof. Dr. Stefanie Jensen
Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnung	MKM-418	4	4V	6	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Theaterpädagogik	MKM-413	4	4S	6	Prof. Dr. phil. Simone Odierna

(4 Module)

Kulturmanagement Pflichtfächer

Ausgewählte Themen der Bildenden Kunst

Modulbezeichnung: Ausgewählte Themen der Bildenden Kunst
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-415
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung, Präsentation, (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-415 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 3. Semester, Pflichtfach MKM-415 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach MKM-415 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert sind erste Kenntnisse im Bereich der Epochen- und Stilkunde [letzte Änderung 29.11.2015]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 16.01.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sind abhängig vom Themenschwerpunkt in der Lage

Werke der Bildenden Kunst zu beschreiben und zeitlich einzuordnen.

die Entwicklung der Epochen in ihrer logischen Abfolge nachzuzeichnen.

Quellen der jeweiligen Zeit zuzuordnen und auszuwerten.

Themen der Bildenden Kunst epochenübergreifend zu diskutieren.

kunsttheoretische Positionen gegeneinander abzuwägen und argumentativ zu stärken.

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

den Epochen der Bildenden Künste.

den kunsttheoretischen Ansätzen der verschiedenen Jahrhunderte

der kunsthistorischen Quellenkunde.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls sind die Studierenden in der Lage

Werke, Quellen und kunsttheoretische Texte der Bildenden Kunst themen- und epochenspezifisch bspw. für eine Ausstellung auszuwählen und kritisch zu diskutieren.

die Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit von Ausstellungsinhalten zu bewerten und auf dieser inhaltlichen Grundlage Entscheidungen des Kulturmanagements zu treffen und zu begründen.

[letzte Änderung 29.11.2015]

Inhalt:

In Abhängigkeit vom Themenschwerpunkt z.B. zu Kunst und Körper:

Seit Beginn des Kunstschaffens beschäftigt sich der Mensch auch mit der Darstellung des Körpers. Wie hat sich das Körperbild und damit zusammenhängend das Menschenbild in der Geschichte verändert? Und wie spiegelt sich dies in der Kunstgeschichte und der Kunsttheorie wider?

Im Laufe des Seminars wird an Hand des Körperbegriffs ein Überblick über die Entwicklung der Kunst von der Antike bis zur zeitgenössischen Kunst gegeben. Zusätzlich vertiefen Querschnittsthemen und monographische Ansätze die Beschäftigung mit der Materie.

[letzte Änderung 29.11.2015]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar

Gruppenarbeit

Quellenkunde

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Tagesexkursion(en)

[letzte Änderung 29.11.2015]

Literatur:

Basis-Literatur wird themenbezogen aktuell zusammengestellt. Eine intensive weiterführende Literaturrecherche ist notwendig und Teil der Aufgabenstellung.

Beispielliteratur:

Belting, Hans: Menschenbild und Körperbild, Münster 2000.

Moskatova, Olga (Hg.): Jenseits der Repräsentation. Körperlichkeiten der Abstraktion in moderner und zeitgenössischer Kunst, München/Paderborn 2013.

Weiss, Philipp: Körper in Form. Bildwelten moderner Körperkunst, Bielefeld 2010.

Wyss, Beat (Hg.): Den Körper im Blick : Grenzgänge zwischen Kunst, Kultur und Wissenschaft, Paderborn 2008.

[letzte Änderung 29.11.2015]

Begriffe der BWL sowie Unternehmensführung und Personal

Modulbezeichnung: Begriffe der BWL sowie Unternehmensführung und Personal
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-110
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min./Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-110 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 1. Semester, Pflichtfach MKM-110 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach MKM-110 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z.B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen oder betriebswirtschaftlichen Bezügen [letzte Änderung 13.05.2016]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-210 Marketing MKM-325 Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen [letzte Änderung 17.01.2017]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 10.10.2016]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten:

Grundlegende Begriffen der Betriebswirtschaftslehre, der Unternehmensführung und dem Personalmanagement in der Kulturwirtschaft

Überblick über für die Kulturwirtschaft relevanten betriebswirtschaftlichen Teilgebiete

Darstellung und Bewertung betrieblicher Prozesse in der Kulturwirtschaft

Grundlegendes Verständnis in den Teilbereichen Unternehmensführung, strategische und operative Planung, Unternehmensorganisation sowie Entscheidungstheorie und Überwachung Potenziale und Herausforderungen bzgl. der Führung von Unternehmen in der

Kulturwirtschaft

Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen des Managements von Unternehmen in der

Kulturwirtschaft

Praktische Unternehmensbeispiele für Nonprofit Governance in der Kulturwirtschaft

Kenntnis der Bedeutung und der Eigenarten der Human-Ressourcen

Kenntnis der Grundlagen menschlichen Verhaltens im Betrieb und deren formale Regelung

Strukturierung einfacher Fragestellungen entlang der personalwirtschaftlichen

Wertschöpfungskette

Methodik und Gestaltung von Auswahl-, Qualifizierungs- und Anreizsystemen

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in die betriebswirtschaftliche Perspektive der Kulturwirtschaft

können spezifische betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit kulturwirtschaftlichem Bezug analysieren und präsentieren

entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für wirtschaftliches Verhalten

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Unternehmen und Organisationen in der Kulturwirtschaft

Nutzung von Beispielen aus internationalen Organisationen und Netzwerken

Hinführung zur Realität der beruflichen Praxis im Kulturmanagement

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte in der Kulturwirtschaft

Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Kulturwirtschaft

Erwerb von Sozialkompetenz

Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den Kulturbereich

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Betriebswirtschaftliche Fragestellungen und Besonderheiten der Kulturwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

Planungs- und Steuerungsmethoden in der Kulturwirtschaft anwenden

Betriebswirtschaftliche Prozesse in der Kulturwirtschaft beschreiben, entwickeln, planen und gestalten

Strategien und Konzepte in der Kulturwirtschaft planen, umsetzen und kontrollieren

Fach- und Methodenwissen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von

Regelprozessen anwenden

effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen

Fach- und Methodenwissen der Motivation und Teamarbeit anwenden (Verbesserung der

Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft)

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Grundbegriffe und Grundzusammenhänge der BWL
Darstellung und Bewertung von betrieblichen Prozessen
Grundlagen der Unternehmensführung
Strategische und operative Planung
Unternehmensorganisation
Entscheidungsfindung und konstitutive Entscheidungen
Überwachung
Grundbegriffe und theoretischer Bezugsrahmen Unternehmensführung
Nonprofit Governance
Normative Unternehmensführung
Umweltanalyse
Markt-, Ressourcen-, Wertorientierte Unternehmensführung
Change Management
Aufgabenspektrum des Personalmanagements
Integration des Personalmanagements in die Unternehmensführung
Personalbeschaffung, -auswahl und entwicklung
Personalführung
Personalfreisetzung
Arbeitsbewertung und Entgeltsysteme

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung
SOL Selbstorganisiertes Lernen
Segeln Selbstgesteuertes Lernen
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Kurzpräsentationen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

- Bröckermann, R: Personalwirtschaft, Schäffer-Poeschel, akt. Aufl., Stuttgart
- Dillerup, S.: Unternehmensführung, 2. Aufl. 2010
- Macharzina, W.: Unternehmensführung, 7. Aufl. 2010
- Olfert, K./Rahn H.J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, akt. Aufl., Ludwigshafen.
- Olfert, K./Pitter A./Steinbuch: Personalwirtschaft, akt. Aufl., Ludwigshafen
- Regierungskommission Corporate Governance Kodex (Hrsg.): Deutscher Corporate Governance Kodex, aktuelle Fassung, online verfügbar
- Schierenbeck, H./, Wöhle, C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, akt. Aufl., Verlag Oldenbourg.
- Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, akt. Aufl., Köln.
- Scholz, C.: Personalmanagement, akt. Aufl., München
- Scholz, C.: Strategische Organisation, 2. Auflage, Saarbrücken 2007
- Schreyögg: Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 5. Aufl. 2008
- Siebart, P.: Corporate Governance von Nonprofit Organisationen Ausgewählte Aspekte der Organisation und Führung, Bern, 2006
- Stähle: Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 9. Auflage, 2013.
- Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, akt. Aufl., Wiesbaden.
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaft, akt. Aufl., Verlag Schäffer-Poeschel.
- Welge, A.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess Implementierung, 6. Aufl., 2012
- Wöhe, G: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, akt. Aufl., München
- Zimmermann, O./Schulz, G.: Zukunft Kulturwirtschaft, Essen, 2009
- [letzte Änderung 07.07.2014]

Begriffe der Künste I (HBK)

Modulbezeichnung: Begriffe der Künste I (HBK)
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-119
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung und Klausur (90 min) mit einer Gewichtung 1:1 für Kompositionsgeschichte/ Satzstrukturen sowie Geschichte und Theorie der Jazz- und Populärmusik, ggf. wird bei Wahl von anderen Angeboten aus dem Bereich der Musik oder der Bildenden Kunst Art, Gewichtung und Dauer der Prüfung beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Zuordnung zum Curriculum: MKM-119 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen. [letzte Änderung 10.10.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Hartmut Wagner

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 10.10.2016]

Lernziele:

Kompositionsgeschichte / Satzstrukturen sowie Geschichte und Theorie der Jazz- und Populärmusik:

Lernziele/Kompetenzen Kompositionsgeschichte / Satzstrukturen:

Die Studierenden sollen ihre Repertoirekenntnisse erweitern und einen Überblick über die Entwicklung der Musiktheorie erhalten.

Die Studierenden verfolgen anhand ausgewählter Beispiele und Stationen die Entwicklung und Veränderungen des musikalischen Materials der vom 9. Jahrhundert bis zur Gegenwart.

Lernziele/Kompetenzen Geschichte und Theorie der Jazz- und Populärmusik:

Überblick über die Entwicklung von Populärmusik und Jazz im Besonderen
Kenntnis der stilistischen Eigentümlichkeiten der unterschiedlichen Strömungen von Jazz/Populärmusik

Kenntnis der für Jazz/Populärmusik typischen musik-immanenten Merkmale (Form, Harmonik etc.)

Kenntnis der wichtigsten Vertreter (Interpreten)

Erkennen der Bedeutung von Produktion und Vermarktung populärer Musik für ihre Weiterentwicklung

Einordnung Populärmusik versus artifizielle Musik

Sammeln von Hörerfahrung relevanter Stilrichtungen

Alternativ Wahlmöglichkeit von Angeboten aus dem Bereich der Bildenden Kunst im Gesamtumfang von 4 Semesterwochenstunden nach Verfügbarkeit. Hierbei gelten sinngemäß die Regelungen wie für die Wahlpflichtmodule (s. Anlage ASPO vom 01.10.2016, Abschnitt 1.6)

[letzte Änderung 10.10.2016]

Inhalt:

s. o.

[letzte Änderung 10.10.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar und Vorlesung

[letzte Änderung 10.10.2016]

Literatur:

Kühn, C.; Kompositionsgeschichte in kommentierten Beispielen, Kassel 1998.

Wünsch, Chr.; Satztechniken im 20. Jahrhundert, Kassel 2009.

Krämer Th. / Dings M.; Lexikon Musiktheorie, Wiesbaden 2005.

Salmen W. / Schneider N.; Der musikalische Satz, Innsbruck 1986.

[letzte Änderung 10.10.2016]

Begriffe der Künste II (HfM)

Modulbezeichnung: Begriffe der Künste II (HfM)
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-219
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung und Klausur (120 min) mit einer Gewichtung 1:1 für Kulturpraxis sowie Instrumenten- und Partiturlkunde, ggf. wird bei Wahl eines anderen Angebots aus dem Bereich der Musik oder der Bildenden Kunst anstelle der Klausur für Instrumenten- und Partiturlkunde Art, Gewichtung und Dauer der Prüfung beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Zuordnung zum Curriculum: MKM-219 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 10.10.2016]

<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module:</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Jörg Nonnweiler</p>
<p>Dozent: Dozenten des Studiengangs <i>[letzte Änderung 14.10.2016]</i></p>
<p>Lernziele: Kulturpraxis sowie Instrumenten- und Partitürkunde:</p> <p>Lernziele/Kompetenzen Kulturpraxis:</p> <p style="padding-left: 40px;">Die Studierenden erhalten Einblick in Vorbereitung und Abläufe musikalischer Veranstaltungen Die Studierenden arbeiten in Planung und Durchführung mit.</p> <p>Lernziele/Kompetenzen Instrumenten- und Partitürkunde:</p> <p>Erwerb der elementaren Grundlagen zum Umgang mit Partituren zwischen 1500 und 1950. Für die Verständigung mit Profimusikern in der Berufspraxis hinreichende Beherrschung wichtiger Fachtermini im Umfeld der Instrumenten- und Partitürkunde. Kenntnis von Grundphänomenen der Akustik, soweit dies die Voraussetzung zum Verständnis von Aufbau und Funktionsweise der wichtigsten europäisch-traditionellen Musikinstrumente bildet.</p> <p>Alternativ zum Teil Instrumenten- und Partitürkunde Wahlmöglichkeit eines Angebots aus dem Bereich der Bildenden Kunst im Gesamtumfang von 2 Semesterwochenstunden nach Verfügbarkeit. Hierbei gelten sinngemäß die Regelungen wie für die Wahlpflichtmodule (s. Anlage ASPO vom 01.10.2016, Abschnitt 1.6) <i>[letzte Änderung 10.10.2016]</i></p>
<p>Inhalt: Inhalt Kulturpraxis:</p> <p>Orchesterbüro, Chorbüro, Ensuite, Podium, Konzertveranstaltungen</p> <p>Inhalt Instrumenten- und Partitürkunde:</p> <p>Akustik, Grundlagen der Notation traditioneller Partituren, Instrumentenkunde, Vertiefung der Partitürkunde unter historischem Aspekt. <i>[letzte Änderung 10.10.2016]</i></p>
<p>Lehrmethoden/Medien: Übung und Vorlesung <i>[letzte Änderung 10.10.2016]</i></p>

Literatur:

keine

[letzte Änderung 10.10.2016]

Betriebliche Kennzahlen

Modulbezeichnung: Betriebliche Kennzahlen
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-120
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min./Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-120 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 1. Semester, Pflichtfach MKM-120 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach MKM-120 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-325 Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen MKM-330 Finanzmanagement und Förderung [letzte Änderung 14.10.2016]

Modulverantwortung:

N.N.

Dozent: N.N.

[letzte Änderung 25.09.2016]

Lernziele:

Die Studierenden

Sind in der Lage, die wesentlichen Begrifflichkeiten des Rechnungswesens zu erläutern und die Kostenrechnung von der Finanzbuchhaltung abzugrenzen,

Können den grundlegenden Ablauf der Kostenrechnung wiedergeben sowie Zusammenhänge zwischen den einzelnen Ablaufschritten der Kosten darstellen,

Verstehen und beherrschen Detailspekte der Kostenartenermittlung, der Verrechnung der Kosten auf Kostenstellen sowie der einzelnen Verfahren zur Kostenkalkulation,

sind in der Lage, ihr Grundlagenwissen auf praxisbezogene Fragestellungen, z.B. in Form von Übungsaufgaben und Fallstudien, anzuwenden.

sind in der Lage, die Verfahren zur kurzfristigen Erfolgsrechnung voneinander abzugrenzen, verstehen und beherrschen die verschiedenen Bereiche der Kostenplanung,

können die Prinzipien der Deckungsbeitragsrechnung auf unterschiedliche Problemstellungen anwenden.

Die Studierenden können die Charakteristik und Rechtfertigung der wichtigsten deutschen Steuerarten nennen.

Die Berechnung der Bemessungsgrundlage je nach Steuerart kann wiedergegeben werden.

Die Teilnehmer können Unterschiede in der Ertragsbesteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften aufzeigen sowie einen Steuerbelastungsvergleich rechnen.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Grundlagen und Grundbegriffe des Rechnungswesens

Grundlagen der Kostenrechnung

Kostenartenrechnung

Kostenstellenrechnung

Kostenträgerrechnung (Kalkulation)

Kurzfristige Erfolgsrechnung

Plankostenrechnung

Deckungsbeitragsrechnung

Allgemeine Steuerlehre

Einkommensteuer

Körperschaftsteuer

Gewerbsteuer

Umsatzsteuer

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung inklusive begleitende Übungen und Fallstudien

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Bornhofen, M.: Steuerlehre 2, aktuelle Auflage.

Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Auflage.

Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung 1, aktuelle Auflage.

Haberstock, L., Breithecker, V.: Kostenrechnung I, aktuelle Auflage.

Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, aktuelle Auflage.

Walter, W.G.: Einführung in die moderne Kostenrechnung, aktuelle Auflage.

Zell, M.: Kosten- und Performance Management, aktuelle Auflage.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Colloquium

Modulbezeichnung: Colloquium
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-430
SWS/Lehrform: 2S (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 2
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftl. Ausarbeitung m. Präsentation (Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-430 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 4. Semester, Pflichtfach MKM-430 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach MKM-430 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 2 Creditpoints 60 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 30 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Inhalte der Fachmodule aus den vorangegangenen Semestern [letzte Änderung 14.05.2016]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

[*letzte Änderung 14.10.2016*]

Lernziele:

Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung in der Lage sein,

- die Erkenntnisse aus Theorie und Praxis lösungsorientiert zu verknüpfen,
- die Kernelemente ihrer Masterabschlussarbeit unter besonderer Berücksichtigung ihrer Eigenleistung zu präsentieren und vor einer kritischen Öffentlichkeit Vorgehensweise und Methodik begründen zu können
- die Ergebnisse ihrer Master-Arbeit kritisch diskutieren zu können
- die Erkenntnisse ihrer Arbeit in Implikationen für Kulturbetriebe und ggf. für die weitere Forschung formulieren zu können
- die Essenz aus ihrer Abschlussarbeit als Abstract formulieren zu können
- sich sowohl an einer kulturwissenschaftlichen als auch an einer praxisorientierten Fachdiskussion zu beteiligen

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Inhalt:

Im Rahmen des Master-Kolloquiums (Blockveranstaltung) stellen die Studierenden die Fragestellung(en), die Vorgehensweise und Methodik sowie die Ergebnisse soweit bereits vorhanden - ihrer Masterarbeit vor und diskutieren diese kritisch, insbesondere vor dem Hintergrund der Grenzen ihrer eigenen Arbeit.

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Lehrmethoden/Medien:

Präsentation mit mündlichem Vortrag, Fachdiskussionen

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Literatur:

Abhängig von der Themenstellung der Master-Abschlussarbeit

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Eventmanagement

Modulbezeichnung: Eventmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-411
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung, Präsentation, (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-411 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 4. Semester, Pflichtfach MKM-411 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach MKM-411 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 07.12.2015]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[*letzte Änderung 16.01.2017*]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- Zusammenhänge im EventManagement zu erkennen und zu bewerten
- ein theoretisches Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Events wiederzugeben
- die Marketing-Instrumente für Institutionen im Event Management strategisch zu planen
- ihre kommunikativen Fähigkeiten durch Interaktion mit Externen und Diskussionen in der Gruppe zu verbessern
- insbesondere Event-Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für das Event Management einzusetzen
- Präsentationstechniken anzuwenden

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Event Management
- dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Events
- dem strategisches Marketing von Institutionen im Event Management

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen im Event-Management kultureller Organisationen und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen im EventManagement analysieren und präsentieren

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierende

- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten im EventManagement verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im EventManagement anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im EventManagement beschreiben, entwickeln, planen und gestalten
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Event Management planen, umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im EventManagement)
- im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung/Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
- effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 07.12.2015]

Inhalt:

Entwicklungen und Perspektiven im EventManagement
Erlebnismarketing
Ansätze der modernen Konsumtheorie bei Events
Grundlagen im EventManagement
Strategisches Marketing von Institutionen im EventSegment
Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
[letzte Änderung 07.12.2015]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar
Fallstudien
Gruppenarbeit
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen
[letzte Änderung 07.12.2015]

Literatur:

Basis-Literatur wird themenbezogen aktuell zusammengestellt. Eine intensive weiterführende Literaturrecherche ist notwendig und Teil der Aufgabenstellung.

Beispielliteratur:

Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
[letzte Änderung 07.12.2015]

Finanzmanagement und Förderung

Modulbezeichnung: Finanzmanagement und Förderung
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-330
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min./Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-330 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 3. Semester, Pflichtfach MKM-330 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach MKM-330 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-120 Betriebliche Kennzahlen [letzte Änderung 14.10.2016]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 14.05.2016]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 14.10.2016]

Lernziele:

Letztlich sollen die Studierenden in der Lage sein

die Möglichkeiten der Finanzierung im Kultursektor aufzuzeigen,
einen Überblick über den Begriff, die Aufgaben und Quellen der Finanzierung im Kultursektor abzubilden,

die Finanzierungsmöglichkeiten durch staatliche Träger aufzuzeigen
die verschiedenen Arten eigener Einnahmen darzulegen und zu bewerten
Die besondere Bedeutung des Einwerbens von Drittmitteln auszudrücken

Hierfür ist es notwendig, dass die Studierenden in der Lage sind

Finanzwissenschaftliche Aspekte und deren Besonderheiten für das Kulturmanagement zu analysieren sowie bei der Planung und Steuerung im Kulturmanagement zu berücksichtigen

- o Staatstätigkeit und Haushalt in Deutschland (Finanzwissenschaften)
- o Empirische Kennziffern, Ursachen und Probleme im Kulturmanagement
- o Finanzplanung im Kulturmanagement
- o Systematik und Struktur öffentlicher Ausgaben, Auftragsvergabe und Wirkungen im Kulturmanagement
- o Analyse des Einnahmeverhaltens der öffentlichen Hand im Kulturmanagement
- o Föderalismus und Finanzausgleich unter Berücksichtigung der Besonderheiten im Kulturmanagement
- o Besonderheiten der Steuerlehre im Kulturmanagement

Die Studierenden gewinnen eingangs einen Einblick in den Lebenszyklus einer Institution und können die finanziellen Herausforderungen jeder Phase wiedergeben. Dabei identifizieren sie mögliche Beiträge der Stakeholder zur Finanzierung des Unternehmens.

Die Teilnehmer sind in der Lage, theoretische Grundlagen der Finanzierungstheorie aufzuarbeiten, indem sie den Zusammenhang zwischen Rendite, Risiko und Nutzen ebenso wie die Kriterien von Kapitalstrukturentscheidungen aufzeigen können. Dazu können sie die Herkunft und die Einsatzbereiche von Eigen-, Fremd- und Mezzaninkapital sicher bestimmen.

Darüber hinaus soll die Fähigkeit entwickelt werden, ethische Probleme in der Institutionsfinanzierung zu identifizieren.

Im Rahmen der finanzorientierten Institutionsführung sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, die Aufgaben des Finanzmanagements zu beschreiben und die finanzwirtschaftlichen Entscheidungskriterien anhand von Beispielen zu erklären.

Weiterhin können die Studierenden die auf den Finanzmärkten üblichen Transaktionen systematisch darstellen und können sich die Funktionen der Finanzintermediäre erschließen. Zusätzlich erwerben sie die Fähigkeit, Einflussfaktoren auf die Finanzmärkte zu erkennen und notwendige Regulierungsregeln herauszufinden.

Die Teilnehmer lernen die Voraussetzungen und Schwierigkeiten einer Existenzgründung kennen und können die in dieser Phase üblichen Finanzierungsbausteine beschreiben. Außerdem können sie alle Elemente einer Kreditverhandlung beurteilen, die Verschuldungsgrenze einer Institution berechnen sowie die Konstruktion und die Anwendung eines Kreditratings veranschaulichen.

Die Studierenden besitzen Kenntnisse über die Konstruktion und die Anwendungsgebiete der Finanzierungsinstrumente, welche vorwiegend in der Wachstumsphase zum Einsatz gelangen. Außerdem erlangen sie die Fähigkeit, Sensitivitäten und Risiken zu analysieren, die Vorteilhaftigkeit von Leasing und Factoring rechnerisch zu untersuchen.

Weiterhin können die Studierenden die Funktionen der Kapitalmärkte und der Außenhandelsfinanzierung erklären. Sie werden in die Lage versetzt, die verschiedenen Kapitalmarktinstrumente zu vergleichen und den Weg ihrer Ausgabe nachzuvollziehen, Wandel- und Optionsschuldverschreibungen rechnerisch zu analysieren, die Bedingungen von Genussscheinen vergleichend zu untersuchen, die Zahlungsbedingungen Dokumentenakkreditiv und Dokumenteninkasso hinsichtlich des Ablaufs und des Nutzens für die Beteiligten darzustellen sowie ihre Einbindung in die Außenhandelsfinanzierung aufzuzeigen.

Schließlich sollen die Teilnehmer befähigt werden, die typische Entstehung von Institutionskrisen zusammenhängend zu veranschaulichen. Dabei sollen sie Lösungswege entwickeln und hinsichtlich der praktischen Umsetzbarkeit überprüfen können.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Finanzwissenschaften

- o Staatstätigkeit und Haushalt in Deutschland (Finanzwissenschaften)
- o Empirische Kennziffern, Ursachen und Probleme im Kulturmanagement
- o Finanzplanung im Kulturmanagement
- o Systematik und Struktur öffentlicher Ausgaben, Auftragsvergabe und Wirkungen im Kulturmanagement
- o Analyse des Einnahmeverhaltens der öffentlichen Hand im Kulturmanagement
- o Föderalismus und Finanzausgleich unter Berücksichtigung der Besonderheiten im Kulturmanagement
- o Besonderheiten der Steuerlehre im Kulturmanagement

Finanzwirtschaften

- o Finanzierungstheorie (Begriffe, Lebenszyklus einer Institution, Stakeholder als Finanzierungsquelle, Informationsasymmetrien und Agency-Theorie, Rendite, Risiko und Nutzentheorie, Kapitalstrukturentscheidungen, Eigenkapital, Fremdkapital und Mezzaninkapital, Ethische Aspekte der Institutionsfinanzierung)
- o Finanzorientierte Institutionsführung (Finanzmanagement, Finanzwirtschaftliche Entscheidungskriterien, Finanzierungsverhalten (Pecking Order), Investor Relations)
- o Funktionsmechanismen der Finanzmärkte (Finanztransaktionen, Finanzintermediäre, Einflussfaktoren auf die Märkte, Staatliche Aufsicht)
- o Gründungsfinanzierung (Geschäftsidee und Businessplan, finanzielle Herausforderungen in der Gründungsphase, Typische Finanzierungsquellen, Fremdfinanzierung mit Krediten)
- o Wachstumsfinanzierung (Herausforderung Investitionsrisiko, Sensitivitätsanalyse, Risikoanalyse, Leasing, Finanzierung von Forderungen, Avalkredite, Projektfinanzierungen, Kapitalbeteiligungen, Mezzaninkapital)
- o Finanzierung in der Reifephase (Finanzierung über die Kapitalmärkte, Außenhandelsfinanzierung)
- o Finanzierung in der Krise (Arten von Institutionskrisen, Finanzierungspotenziale, Finanzierungsquellen in der Krise, Ablauf eines Insolvenzverfahrens)

Finanzierung im Kultursektor

- o Grundbegriffe der Finanzierung im Kultursektor
 - o Maßnahmen der Mittelbeschaffung und Mittelrückzahlung
 - o Quellen der Ermöglichung und Sicherung der Leistungserstellung und Leistungsverwertung von Organisationen im Kultursektor
 - o Finanzierung öffentlich-rechtlicher Organisationen im Kultursektor, privatrechtlich-gemeinnütziger Organisationen im Kultursektor und privatrechtlich-kommerzieller Organisationen im Kultursektor
 - o Finanzierung durch staatliche Träger
 - o Finanzierung über eigene Einnahmen
 - o Finanzierung über Drittmittel, wie öffentliche Drittmittel, Sponsoring, Spenden und Fundraising, private Stiftungen
 - o Projektbezogene Förderung über öffentliche Drittmittel
 - o Programme der EU (z.B. Strukturfonds, Gemeinschaftsinitiativen, Aktionsprogramme)
- [letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit Gruppen- und Projektarbeit, Diskussion mit Studierenden

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):

- Brümmerhoff, D., Finanzwissenschaft, 8. Auflage, Oldenbourg, München, 2001
Gutachten des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (siehe auch www.sachverstaendigenrat.org)
www.bmwi.de
www.bundesfinanzministerium.de
Peffekoven, R., Einführung in die Grundbegriffe der Finanzwissenschaft, 3. Auflage, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1996
Andel, N., Finanzwissenschaft, Mohr, Tübingen, 1983
Zimmermann, H., Henke, K., Finanzwissenschaft, 3. Auflage, Vahlen, München 1982
- Backhaus, K./Werthschulte, H. (Hrsg.) Projektfinanzierung, akt. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
Bieg, H./Kußmaul, H.: Finanzierung, akt. Aufl., Verlag Franz Vahlen, München.
Bieg, H./Kußmaul, H.: Investitions- und Finanzierungsmanagement, Band III: Finanzwirtschaftliche Entscheidungen, Verlag Franz Vahlen, München 2000.
Falter, M.: Die Praxis des Kreditgeschäfts, akt. Auflage, Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart.
Dahmen, A./Jacobi, P./Rossbach, P.: Corporate Banking, akt. Auflage, Bankakademie-Verlag, Frankfurt a. M.
Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, akt. Auflage, Vahlen-Verlag, München.
Portisch, W.: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, München 2008.
Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, akt. Auflage, Hanser Verlag, München und Wien.
Rösler, P./Mackenthun, T./Pohl, R.: Handbuch Kreditgeschäft, akt. Auflage, Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- Gerlach-March, R.: Kulturfinanzierung, Springer, aktuelle Auflage
Hausmann, A.: Kunst- und Kulturmanagement, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
Heinrichs, W.: Kulturpolitik und Kulturfinanzierung, München, aktuelle Auflage
Klein, A.: Der exzellente Kulturbetrieb, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
Singer, O. (2003): Die Förderung von Kunst und Kultur, in: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Nr. WF X-060/03, S. 1-50
Zimmer, A., Priller, E.: Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Springer, aktuelle Auflage
[letzte Änderung 07.07.2014]

Kultur und Didaktik

Modulbezeichnung: Kultur und Didaktik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-340
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Die Art und Dauer der Prüfung wird beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt
Zuordnung zum Curriculum: MKM-340 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 3. Semester, Pflichtfach MKM-340 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach MKM-340 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-145 Kulturpolitik und Kulturosoziologie [letzte Änderung 16.01.2017]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 14.05.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Jörg Abbing

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 16.01.2017]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen Didaktischer Vertiefungsbereich:

vertiefter Einblick in ausgewählte musikdidaktische Themenfelder, etwa didaktische Zugänge zu verschiedenen Genres sowie didaktische Aspekte der Arbeit mit verschiedenen Zielgruppen (Hauptseminar Musikpädagogik, Didaktik der Erwachsenenbildung 1 & 2)

Lernziele/Kompetenzen Konzertpädagogisches Projekt:

Erwerb von Erfahrungen und Grundwissen zur Erarbeitung und Durchführung eines reflektierten Projektes der Musikvermittlung unter Einbeziehung von künstlerischem Vortrag, Sprache und Medien.

Vertiefter Einblick in ausgewählte musikdidaktische Themenfelder
Wahlweise nach Verfügbarkeit:

- o Didaktischer Vertiefungsbereich
- o Hauptseminar Musikpädagogik
- o Didaktik der Erwachsenenbildung 1
- o Didaktik der Erwachsenenbildung 2
- o Konzertpädagogisches Projekt
- o Musikpädagogisches Projekt

[letzte Änderung 19.05.2016]

Inhalt:

Inhalt Konzertpädagogisches Projekt:

Vorbereitung und Präsentation eines Konzerts mit pädagogischer Ausrichtung (Konzert- oder Musikpädagogisches Projekt)

Inhalt andere:

s.o.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

[noch nicht erfasst]

Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie

Modulbezeichnung: Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-412
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung, Präsentation, (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-412 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Pflichtfach MKM-412 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach MKM-412 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 14.05.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 16.01.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

räumliche und kulturelle Ausstattungs- und Standortfaktoren zu erfassen sowie deren Potenzial zur Inwertsetzung für Kultur, Freizeit, Sport, Tourismus kritisch zu analysieren, die Bedeutung räumlicher Unterschiede in Natur, Gesellschaft und Kultur als Triebfeder des Tourismus, insbesondere des Kulturtourismus, aufzuzeigen und im Rahmen von Managementstrategien zu berücksichtigen,

Kenntnisse und Methoden der Kulturgeographie sowie der Freizeit- und Tourismusgeografie in eigenen Projekten praxisnah anzuwenden, die zentralen Ergebnisse zu dokumentieren und der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren

[letzte Änderung 14.05.2016]

Inhalt:

Geographische Grundlagen und ihre Bedeutung für Kultur sowie Freizeit, Sport, Tourismus

- o Geographische Handwerkszeuge
- o Prozesse und Strukturen der Erdkruste (Plattentektonik)
- o Das atmosphärische Geschehen (Klima und Klimawandel)
- o Landschaftszonen der Erde

Kulturgeschichte sehen und verstehen

- o Stadtentwicklung und Stadttypen
- o Kulturlandschaftsgenese
- o Kulturregionen Europas und des Mittelmeerraumes

Kulturräume: Strukturen, Wirkungen und Managementstrategien

- o Kultur in Städten
- o Kultur an der Küste
- o Kultur im Hochgebirge
- o Kultur im ländlichen Raum
- o Kultur in Industrieregionen
- o Kultur in Erlebnis- und Konsumwelten

Zukunftsperspektiven (Globalisierung, Klimawandel, Verstädterung, gesellschaftliche Entwicklungen)

[letzte Änderung 14.05.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 14.05.2016]

Literatur:

Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.

Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, 2009

Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, 2009

Gebhardt, H., Glaser, R., Radtke, U., Reuber, P., Geographie. Physische Geographie und Humangeographie, Spektrum Akademischer Verlag, aktuelle Auflage

Haggett, P.: Geographie. Eine globale Synthese. Eugen Ulmer, 2004

Heineberg, H.: Einführung in die Anthropogeographie, Humangeographie, Schöningh, Paderborn, aktuelle Auflage

Institut für Länderkunde (Hrsg.) Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland. Verschiedene Bände, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, Berlin, versch. Jahrgänge

Kiesow, G. Kulturgeschichte sehen lernen (Band 1-5), Deutsche Stiftung Denkmalschutz, aktuelle Auflage

Knox, P. L.; Marston, S. A.: Humangeographie, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, , aktuelle Auflage

[letzte Änderung 14.05.2016]

Kulturmarketing und Kommunikationspolitik

Modulbezeichnung: Kulturmarketing und Kommunikationspolitik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-310
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit mit Präsentation(en) (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-310 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 3. Semester, Pflichtfach MKM-310 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach MKM-310 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-145 Kulturpolitik und Kulturosoziologie MKM-210 Marketing [letzte Änderung 16.01.2017]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 13.05.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 16.01.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein

das Grundverständnis des Marketing und die Einordnung in den Unternehmenskontext im Kultur-Bereich aufzuzeigen,

einen Überblick über die Aufgaben- und Funktionsbereiche des Kulturmarketing abzubilden, Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Servicepolitik) aufzuzeigen sowie mit branchenspezifischen Besonderheiten des Kultursektors in Bezug zu setzen.

Die Leistungen von Kulturbetrieben zielgruppenorientiert zu vermitteln und zu vermarkten die besondere Bedeutung der Kommunikationspolitik für Kulturbetriebe auszudrücken, ein vertieftes Verständnis der Kommunikationspolitik und seiner Instrumente aufzuzeigen und anzuwenden,

einen Kommunikationsmix für eine konkrete Frage-/ Problemstellung auf Grundlage der in der Vorlesung vermittelten Methoden und Instrumente zielgerichtet zu konzipieren, dokumentieren und präsentieren.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Vorlesung Kulturmarketing und Kommunikationspolitik

Grundbegriffe des Kulturmarketing und Abgrenzung zu anderen branchenspezifischen Marketingformen
Definition der Ziele im Kulturmarketing
Darstellung der zentralen Bausteine des Kulturmarketings
Strategien im Kulturmarketing
Gestaltungsfelder innerhalb des Marketing-Mix: Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Servicepolitik im Kultursektor
Psychologische Theorien zur Beeinflussung durch Kommunikation
Der Kommunikations-Mix
Werbung, Product Placement und Verkaufsförderung
Öffentlichkeitsarbeit (interne und externe PR)
Messen und Ausstellungen
Sponsoring
Eventmarketing
Budgetierung
Mediaplanung
Messung der Kommunikationswirkung

Seminar zum Schwerpunkt:

Anwendung der in der Vorlesung vermittelten Inhalte auf eine Frage-/ bzw. Problemstellung im Bereich des Kulturmanagement durch die Studierenden.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung
Rollenspiele
Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen
[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler, Wiesbaden, aktuelle Auflage

Bruhn, M. Marketing für Nonprofit-Organisationen, Kohlhammer, aktuelle Auflage

Fischer, W. B.: Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte, Haupt, aktuelle Auflage

Fuchs, W., Unger, F.: Management der Marketing-Kommunikation, Springer, aktuelle Auflage

Günter, B., Hausmann, A.: Kulturmarketing, Springer, aktuelle Auflage

Hausmann, A.: Kunst- und Kulturmanagement, Springer, aktuelle Auflage

Kotler, P. et al: Grundlagen des Marketing. München: Pearson Studium, aktuelle Auflage

Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München, Vahlen, aktuelle Auflage

Meffert, H. et al.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler, aktuelle Auflage

Meffert, Heribert et al.: Internationales Marketing-Management, Kohlhammer, Stuttgart, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 07.07.2014]

Kulturpolitik und Kultursoziologie

Modulbezeichnung: Kulturpolitik und Kultursoziologie
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-145
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (60 Minuten; Wiederholung jährlich) und schriftliche Ausarbeitung
Zuordnung zum Curriculum: MKM-145 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen oder betriebswirtschaftlichen Bezügen [letzte Änderung 10.10.2016]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-235 Nonprofit Management MKM-240 Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte MKM-250 Seminar zum Kulturmanagement MKM-310 Kulturmarketing und Kommunikationspolitik MKM-340 Kultur und Didaktik [letzte Änderung 16.01.2017]
Modulverantwortung: Prof. Dr. phil. Simone Odierna
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 10.10.2016]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten in Bezug auf folgende Themen:

Ethische Fragen und Oberbegriffe:

Integration von ethischen Fragen zu Kulturpolitik z.B.

Interkulturalität, Interreligiösität, Intergenerationalität, Inklusion von Kindern, Jugendlichen und älteren Menschen sowie Menschen mit Disabilities, Gender- und Queer-Debatte im Kulturbereich

A Kulturpolitik

Grundlagen der Kulturpolitik mit besonderer Berücksichtigung von Zielgruppen (traditionelle Bevölkerungsgruppen und aktueller Szenen und Milieus, kulturellen Institutionen, Organisationen und Netzwerken),
das System kulturpolitischer Steuerung in der Bundesrepublik, den Ländern und Kommunen
Kulturpolitische Gestaltung(-sfähigkeit) auf der lokalen, regionalen und interregionalen Ebene

Ökonomische und soziale Dimensionen des Kulturmanagements
die Arbeit von kulturpolitischen Akteuren - auch im Netz

B Kultursoziologie

Analyse des Verhältnisses von Kultur und Gesellschaft
Grundlagen der Kultursoziologie mit besonderer Berücksichtigung von kulturellen Akteuren, Institutionen, Organisationen und Netzwerken
Kultursoziologische Analysen aktueller Szenen und Milieus (Szenen, Eventkultur,...)
Formen der Kulturproduktion und des Kulturkonsums
Vergesellschaftung, Vermittlung, Rezeption und Aneignung von Kultur

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in den kulturpolitischen Sektor und verstehen dessen Besonderheiten
können spezifische Fragestellungen der Kulturpolitik und -soziologie analysieren und präsentieren
entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für zielgruppenorientierte Kulturpolitik unter Berücksichtigung der zielgruppenspezifischen Zugänge zu Kultur

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Institutionen und Organisationen im kulturpolitischen Bereich unter bes. Berücksichtigung des Raumes SaarLoLux
Nutzung von Beispielen aus internationalen Institutionen, Organisationen und Netzwerken im kulturpolitischen Bereich
Hinführung zur Realität der beruflichen Praxis von Kulturpolitik und -soziologie

Berufspraktische Bezüge:

Kulturpolitische und -soziologische Konzepte und Methoden mit hoher Relevanz für alle kulturellen Sektoren
Erwerb von Selbst- und Sozialkompetenz sowie interkultureller Kompetenz : die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten in interkultureller Kommunikation
Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre methodischen Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Fragestellungen und Besonderheiten der Kulturpolitik und -soziologie verstehen, analysieren und in Planungs- und Steuerungsmodellen abbilden
Planungs- und Steuerungsmethoden der Kulturpolitik verstehen
Kulturpolitische Strategien beschreiben, entwickeln, planen und gestalten
Kultursoziologische Analysen und Vergleiche durchführen
Effizienter auch interkulturell - kommunizieren sowie mit verschiedenen Zielgruppen, externen Akteuren und Gruppen kooperieren

[letzte Änderung 10.10.2016]

Inhalt:

Ethische Fragen und Oberbegriffe:

Integration von ethischen Fragen zu Kulturpolitik und Kulturosoziologie z.B.

Interkulturalität, Interreligiösität, Intergenerationalität, Inklusion von Kindern, Jugendlichen und älteren Menschen sowie Menschen mit Disabilities, Gender- und Queer-Debatte im Kulturbereich

A Kulturpolitik

Grundlagen der Kulturpolitik: Begriffe, Ebenen, Arbeitsfelder und Akteure von Kulturpolitik, Bedeutung, Einordnung in die Gesellschaftspolitik, Abgrenzung zur Bildungspolitik, Stand der Forschung und Lehre

Geschichte, Entwicklung, Theorien und Beispiele für Kulturpolitik in der Bundesrepublik (Bund, Länder und Gemeinden), und in Europa

Deutsch-Französische Kulturpolitik, insb. im Bereich SaarLoLux

Kulturpolitik in der digitalen Gesellschaft: Netz Macht - Kultur

Kulturpolitik und Kulturmanagement: Spannungsverhältnisse und Chancen

B Kulturosoziologie

Grundlagen der Kulturosoziologie: Begriffe, Bedeutung, Einordnung in die Soziologie, Stand der Forschung und Lehre

Verhältnis von Kultur und Gesellschaft: Enkulturation

Akkulturation

Akteure in der Kulturosoziologie: Produzenten, Mittler, Rezipienten, Medien

[letzte Änderung 10.10.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung

SOL Selbstorganisiertes Lernen

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Rollenspiele

Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 10.10.2016]

Literatur:

- Berger, Peter A., Hitzler, Ronald (Hrsg.) (2010): Individualisierungen. Ein Vierteljahrhundert jenseits von Stand und Klasse? Wiesbaden.
- Betz, Gregor, u.a. (2011): Urbane Events. Wiesbaden.
- Council of Europe/ERICarts (Hrsg.): Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe (Kulturpolitik und Kulturfinanzierung in der Bundesrepublik Deutschland sowie in anderen europäischen Ländern): www.culturalpolicies.net > country profiles
- Deutscher Bundestag (Hrsg.): Kultur in Deutschland. Schlußbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages; mit allen Gutachten auf DVD, Regensburg (Conbrio) 2008 (35,-) > auch als download: www.bundestag.de
- Elias, Norbert (1976). Über den Prozess der Zivilisation. Frankfurt.
- Fuchs, Max: Kulturpolitik, Wiesbaden (VS-Verlag) 2007 siehe auch Texte von M. Fuchs als download: www.akademieremscheid.de
- Fuchs, Max: Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe. Eine Einführung in Theorie, Geschichte, Praxis, Opladen/Wiesbaden (Westdeutscher Verlag) 1998 (Handapparat)
- Haferkamp, Hans (Hrsg.) (1990). Sozialstruktur und Kultur. Frankfurt.
- Hitzler, Ronald u.a. (2011): Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenspaß. Wiesbaden.
- Ronald Hitzler, u.a. (2010): Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute. Wiesbaden.
- Honer, Anne, u.a. (Hrsg.) (2010): Fragile Sozialität. Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler. Zum Werk von Ronald Hitzler. Wiesbaden.
- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): Jahrbücher für Kulturpolitik, Bonn-Essen (Klartext Verlag)
- Klein, Armin: Kulturpolitik. Eine Einführung, 3. akt. Auflage, Wiesbaden (VS-Verlag) 2009
- Lissek-Schütz, Ellen: Kulturpolitik seit der Wiedervereinigung Bilanz und Perspektiven, in: Handbuch Kultur-Management-Politik, Kap. B 1.2, Stuttgart/Berlin (Raabe/Klett Verlag) 2007
- Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.) (Iff): Kulturpolitische Mitteilungen, Bonn.
- Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.) (Iff.): Jahrbuch für Kulturpolitik. (Jahrgänge ab 2006 ff) Essen.
- Moebius, Stephan, u.a. (Hrsg.) (2013): Kultur-Soziologie. Klassische Texte der neueren deutschen Kultursoziologie, Wiesbaden.
- Moebius, Stephan (2012): Kultur. Von den Cultural Studies bis zu den Visual Studies: Eine Einführung, Bielefeld.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Einigungsvertrag: Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik über die Herstellung der Einheit Deutschlands, Bonn 6. Sept. 1990
- Scheytt, Oliver: Kulturstaat Deutschland. Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik, Bielefeld (transcript) 2008
- Scheytt, Oliver: Kulturpolitische Leitbegriffe, in: Handbuch Kultur-Management-Politik, Kap. B 1.7, Stuttgart/Berlin (Raabe/Klett Verlag) 2010
- Schwencke, Olaf u. a.: Kulturpolitik von A bis Z. Ein Handbuch für Anfänger und Fortgeschrittene, Berlin (B&S Verlag) 2008
- Simmel, Georg (1992). Soziologie. Frankfurt
- Weidemann, Arne, u.a. (Hrsg.) (2010): (Wie) lernt man interkulturelle Kompetenz? Theorien, Methoden und Praxis in der Hochschulausbildung. Ein Handbuch. Bielefeld.
- [letzte Änderung 10.10.2016]

Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte

Modulbezeichnung: Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-240
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Die Art und Dauer der Prüfung wird im jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Zuordnung zum Curriculum: MKM-240 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Pflichtfach MKM-240 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach MKM-240 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-145 Kulturpolitik und Kulturosoziologie [letzte Änderung 10.01.2017]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für kulturhistorische und/oder kulturwissenschaftliche Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 13.05.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Hartmut Wagner

Dozent: Prof. Dr. Hartmut Wagner

[*letzte Änderung 25.09.2016*]

Lernziele:

Die Studierenden lernen sich mit theoretischen Ansätzen, Schlüsselbegriffen und den zentralen Feldern der Kulturgeschichte und Kulturwissenschaft auseinanderzusetzen und kulturgesellschaftliche Phänomene einzuordnen.

In den Modulen MKM-240 und MKM-340 besteht je nach Verfügbarkeit die Wahlmöglichkeit von bis zu 2 Teilveranstaltungen im Gesamtumfang von 4 Semesterwochenstunden aus einer für das jeweilige Semester zuvor festgelegten Auswahl an Angeboten. Im Falle von MKM-340 können dies z.B. sein:

Didaktischer Vertiefungsbereich
Hauptseminar Musikpädagogik
Didaktik der Erwachsenenbildung 1
Didaktik der Erwachsenenbildung 2
Konzertpädagogisches Projekt
Musikpädagogisches Projekt

[*letzte Änderung 14.10.2016*]

Inhalt:

Im Seminar werden an Hand exemplarischer Themenstellungen kulturhistorische Methoden erarbeitet und angewandt; bedeutende kulturwissenschaftliche Theorien besprochen und diskutiert.

[*letzte Änderung 13.05.2016*]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Literatur:

Allgemeine Literatur:

Aleida Assmann: Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin 2006.

Hartmut Böhme, Peter Matussek, Lothar Müller: Orientierung Kulturwissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg 2 2002.

Michael Maurer: Kulturgeschichte. Eine Einführung. Köln 2008.

Achim Landwehr: Kulturgeschichte. Stuttgart 2009.

[*letzte Änderung 13.05.2016*]

Kunstanalyse I (HfM)

Modulbezeichnung: Kunstanalyse I (HfM)
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-129
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung und Klausur (120 min) mit einer Gewichtung 1:1 für Musikdidaktik und Formenkunde ggf. wird bei Wahl von anderen Angeboten aus dem Bereich der Musik oder der Bildenden Kunst Art, Gewichtung und Dauer der Prüfung beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Zuordnung zum Curriculum: MKM-129 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 14.10.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MKM-229 Kunstanalyse II (HBK)

*[letzte Änderung 14.10.2016]***Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Jörg Nonnweiler

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

*[letzte Änderung 14.10.2016]***Lernziele:**

Musikdidaktik und Formenkunde:

Lernziele/Kompetenzen Musikdidaktik:

Die Studierenden sollen

ein Überblickswissen über Determinanten und Inhalte des Musiklernens erwerben,

ihr Repertoire an musikpädagogischen Handlungsweisen erweitern,

die Konsequenzen organisatorischer Entscheidungen auf die Ergebnisse musikbezogener

Vermittlungsprojekte einschätzen lernen.

Lernziele/Kompetenzen Formenkunde:

Kenntnis wichtiger Grundbegriffe der Formenlehre und Prinzipien der Formbildung in der Musik.

Damit sollen zugleich einige handwerkliche Grundfertigkeiten für die Analyse artifizierlicher Musik

erworben werden. Zentrale Formmodelle und teilweise Gattungen sollen in ihrer geschichtlichen

Entwicklung und exemplarisch auch in personalstilistischer Differenziertheit betrachtet werden.

Alternativ Wahlmöglichkeit von Angeboten aus dem Bereich der Bildenden Kunst im

Gesamtumfang von 4 Semesterwochenstunden nach Verfügbarkeit. Hierbei gelten sinngemäß die

Regelungen wie für die Wahlpflichtmodule (s. Anlage ASPO vom 01.10.2016, Abschnitt 1.6)

[letzte Änderung 14.10.2016]

Inhalt:

Inhalt Kompetenzen Musikdidaktik:

Die Studierenden sollen

Möglichkeiten der Initiierung ästhetischer Erfahrungssituationen kennen lernen,
ein Grundwissen über die Bedingungen der musikalischen Performance und Präsentation erwerben,
das Potenzial offener, fragmentarischer oder prozessualer ästhetischer Erzeugnisse einschätzen lernen.

Inhalt Formenkunde:

Grundprinzipien musikalischen Formens, Grundbegriffe der Formenkunde, zentrale Gattungen und Formmodelle

[letzte Änderung 14.10.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar und Vorlesung

[letzte Änderung 14.10.2016]

Literatur:

Schatt, Peter: Einführung in die Musikpädagogik, Darmstadt 2007.

Stiller, Barbara: Erlebnisraum Konzert. Prozesse der Musikvermittlung in Konzerten für Kinder, Regensburg 2008.

Wimmer, Constanze: Musikvermittlung im Kontext. Impulse Strategien Berufsfelder, Regensburg 2010.

[letzte Änderung 14.10.2016]

Kunstanalyse II (HBK)

Modulbezeichnung: Kunstanalyse II (HBK)
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-229
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation für Psychologische und soziologische Aspekte des Musiklernens sowie Werkreflexion, ggf. wird bei Wahl von anderen Angeboten aus dem Bereich der Musik oder der Bildenden Kunst Art, Gewichtung und Dauer der Prüfung beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Zuordnung zum Curriculum: MKM-229 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-129 Kunstanalyse I (HfM) [letzte Änderung 14.10.2016]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 14.10.2016]

<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module:</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Hartmut Wagner</p>
<p>Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 14.10.2016]</p>
<p>Lernziele: Psychologische und soziologische Aspekte des Musikkernens sowie Werkreflexion: Lernziele/Kompetenzen Psychologische und soziologische Aspekte des Musikkernens:</p> <p>Überblickswissen zu psychologischen und soziologischen Aspekten des Musikkernens sowie zu aktuellen Problemstellungen musikpädagogischer Forschung</p> <p>Lernziele/Kompetenzen Werkreflexion:</p> <p style="padding-left: 40px;">Die Studierenden erwerben die Kompetenz zur Analyse kompositorischen Materials. Die Studierenden beschäftigen sich anhand spezieller Fragestellungen mit ausgewählten Musikwerken.</p> <p>Alternativ Wahlmöglichkeit von Angeboten aus dem Bereich der Bildenden Kunst im Gesamtumfang von 4 Semesterwochenstunden nach Verfügbarkeit. Hierbei gelten sinngemäß die Regelungen wie für die Wahlpflichtmodule (s. Anlage ASPO vom 01.10.2016, Abschnitt 1.6) [letzte Änderung 14.10.2016]</p>
<p>Inhalt: Inhalt Psychologische und soziologische Aspekte des Musikkernens:</p> <p>unterschiedliche Themenstellungen in jedem Semester, z. B. Musikalische Sozialisation, Musikpräferenzen, Sprechen über Musikgeschmack</p> <p>Inhalt Werkreflexion:</p> <p>s. o. [letzte Änderung 14.10.2016]</p>
<p>Lehrmethoden/Medien:</p> <p>Seminar [letzte Änderung 14.10.2016]</p>

Literatur:

nach Ansage

[*letzte Änderung 14.10.2016*]

Logistik und Recht

Modulbezeichnung: Logistik und Recht
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-220
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min./Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-220 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Pflichtfach MKM-220 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach MKM-220 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-325 Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen [letzte Änderung 14.10.2016]
Modulverantwortung: N.N.

Dozent: N.N.

[letzte Änderung 25.09.2016]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen Logistik:

Die Studierenden können auf Basis der Vermittlung der theoretischen Grundlagen:

- Kriterien und Vorgehen bei der Lieferantenbewertung beschreiben,
- elementare Methoden zur qualitativen und quantitativen Auswahl von Standorten anwenden,
- grundlegende Methoden des Qualitätsmanagements für diese Systeme und Prozesse beschreiben,
- den Zusammenhang zwischen Lieferservice und Logistikkosten erläutern und beispielhaft quantifizieren
- die Funktionsweisen alternativer Lagerhaltungspolitiken sowie deren Vor- und Nachteile erläutern,
- Methoden zur Absatzplanung beschreiben und ein Verfahren der Zeitreihenprognose anwenden,
- die einzelnen Schritte im Rahmen der hierarchischen Produktionsprogrammplanung erläutern,
- die Aufgabenstellung der Tourenplanung und Lösungsansätze erläutern,
- gesamtwirtschaftliche Trends und deren Auswirkung auf Produktion, Logistik und Beschaffung nennen.

Lernziele/Kompetenzen Recht:

Die Studierenden

- kennen die für Kulturmanager wichtigsten Grundlagen des deutschen Zivilrechts
- verstehen die Funktion und Mechanismen des Zivilrechts und vertiefen das Recht der Rechtsgeschäfte
- gehen selbstständig mit Gesetzestexten um, legen die einzelnen Vorschriften aus und setzen sie zueinander in Bezug
- verstehen die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis
- entwickeln Lösungsvorschläge für konkrete Fälle zu Rechtsgeschäften und Schuldverhältnissen, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten
- überprüfen das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Inhalt Logistik:

Strategische Aufgaben in Logistik und Beschaffung
Management der Lieferantenbeziehungen
Standortplanung

Taktische Aufgaben in Logistik und Beschaffung
Grundlagen Prozessdesign
Qualitätsmanagement
Transportmittelwahl und Lieferfrequenzen
Lagerhaltungspolitiken

Operatives Logistik- und Beschaffungsmanagement
Versand und Verpackung
Tourenplanung

Trends in Logistik und Beschaffung

Inhalt Recht:

Rechtsordnung, Aufbau der Gerichtsbarkeit
Rechtssubjekte des Privatrechts (Personen, Verbraucher, Unternehmer, Kaufmann)
Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärung, Rechtsgeschäfte allgemein, Verträge,
Abstraktionsprinzip)
Einbeziehung und Grundzüge der Inhaltskontrolle von AGB
Mängel bei Rechtsgeschäfte (Nichtigkeit wegen Form oder Inhalts, Anfechtbarkeit)
Stellvertretung
Verjährung
Einführung Schuldverhältnisse
Leistungsmodalitäten und Arten der Erfüllung
Rücktritt und Verbraucherwiderruf
Überblick Leistungsstörungen und Schadensersatz
Zahlungsverzug
Abtretung
Beteiligung Dritter am Schuldverhältnis

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Lehrmethoden / Medien Logistik:

Vorlesung, Lehrgespräch, Rechenübungen, Gruppenarbeit

Lehrmethoden / Medien Recht:

Vorlesung anhand von einführenden Fällen mit integrierter Übung zum Lösen von Zivilrechtsfällen

Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien

Lernmaterial über Internet (Schaubilder, Schemata, Übungsfälle)

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Literatur / Literature Logistik:

Thonemann, Ulrich. Operations Management. München: Pearson Studium, neueste Auflage
Large, Rudolf: Strategisches Beschaffungsmanagement. Eine praxisorientierte Einführung mit Fallstudien. 3. vollst. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, neueste Auflage.

Vahrenkamp, Richard: Logistik. 6. Auflage, München: Oldenbourg, neueste Auflage

Krajewski, Lee J., Ritzman, Larry P., and Manoj K. Malhotra. Operationsmanagement. Upper Saddle River, N.J., Pearson Education, neueste Auflage

Literatur / Literature Recht:

Führich, E. Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen, aktuelle Auflage

Führich, E. & Werdan, I. Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen. München: Vahlen, aktuelle Auflage

Hirsch, C. Der Allgemeine Teil des BGB. Baden-Baden: Nomos, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 07.07.2014]

Marketing

Modulbezeichnung: Marketing
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-210
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min./Wdh. semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-210 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Pflichtfach MKM-210 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach MKM-210 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-110 Begriffe der BWL sowie Unternehmensführung und Personal [letzte Änderung 17.01.2017]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-310 Kulturmarketing und Kommunikationspolitik [letzte Änderung 16.01.2017]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder

Prof. Dr. Nicole Schwarz

[letzte Änderung 17.01.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

grundlegende Marketingbegriffe und inhalte wiederzugeben, zu beschreiben und in einen größeren Zusammenhang zu bringen
verschiedene Bereiche des Marketings darzustellen
die Schritte zur Entwicklung einer Marketingstrategie anzuwenden
die wichtigsten Bereiche und Methoden der Marketinginformation abzubilden
die Bedeutung der Konsumentenverhaltensforschung für die Marketingdisziplin zu erläutern
grundlegende Kenntnisse über die Marketinginstrumente wiederzugeben und den Zusammenhang zwischen diesen aufzuzeigen
die in der Vorlesung erarbeiteten Inhalte anhand selbstgewählter/vorgegebener Literatur selbstständig zu vertiefen
unter Anwendung der im Modul theoretisch erworbenen Kenntnisse kleinere Marketing-Fragestellungen in Form von Fallstudien aus der Praxis selbstständig zu bearbeiten.
[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Entwicklungsstufen des Marketing
Begriff der marktorientierten Unternehmensführung und des Marketing-Management-Prozesses
Grundlagen des Konsumentenverhaltens und der Marktforschung
Methoden der Marktsegmentierung
Ansätze des strategischen Marketing (KKV, SWOT, Produkt-Markt-Matrix)
Grundlagen der Produktpolitik, der Preispolitik, der Kommunikations- und Distributionspolitik
[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit Gruppenarbeiten und Fallstudien

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

- Homburg, C., Krohmer, H. (2009), Marketingmanagement, 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler
- Kotler, P. et al (2010): Grundlagen des Marketing, 5. Auflage. München: Pearson Studium
- Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A. (2008): Konsumentenverhalten, 9. Aufl., München: Vahlen
- Meffert, H. et al. (2008): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 10., vollst. überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler.
- Nieschlag, R., Dichtl, E., Hörschgen, H. (2002), Marketing, 19. Auflage. Berlin: Duncker & Humblot
- Weis, H.-C. (2009), Marketing, 15. Auflage. Ludwigshafen: Kiehl
- [letzte Änderung 07.07.2014]

Master-Thesis

Modulbezeichnung: Master-Thesis
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-420
SWS/Lehrform: -
ECTS-Punkte: 22
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Abschlussarbeit
Zuordnung zum Curriculum: MKM-420 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 4. Semester, Pflichtfach MKM-420 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach MKM-420 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 660 Arbeitsstunden.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung MKM-250 Seminar zum Kulturmanagement <i>[letzte Änderung 16.01.2017]</i>
Sonstige Vorkenntnisse: Inhalte der Fachmodule aus den vorangegangenen Semestern <i>[letzte Änderung 14.05.2016]</i>
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[*letzte Änderung 16.01.2017*]

Lernziele:

Der/die Studierende ist in der Lage

eigenständig ein wissenschaftliches Werk zu einem selbstgewählten oder vorgegebenen Thema in einer vorgegebenen Zeit zu erstellen

dabei die geläufigen Methoden des Kulturmanagements anzuwenden

literaturbekannte Beiträge zum Thema wissenschaftlich zu bewerten und zu reflektieren

eigene Forschungsansätze und geeignete Lösungswege zu entwickeln

seine/ihre im Studium erworbene theoretische, methodische sowie argumentative Kompetenz anzuwenden

und die Ergebnisse präzise und wissenschaftlich darzustellen

und somit eine Erweiterung des Forschungsstandes zu erzielen

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Inhalt:

Die Masterabschlussarbeit bezieht sich auf einschlägige, fachbezogene Studieninhalte, die zwischen der/dem Studierenden und dem Betreuer abzustimmen sind. Sie kann sich thematisch auf eine praktische Fragestellung (in Zusammenarbeit mit einer Kulturinstitution bzw. einer Behörde) oder auf eine theoretische Fragestellung (z.B. in Zusammenarbeit mit einer Forschungseinrichtung) beziehen. Die Bearbeitungszeit beträgt 20 Wochen.

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Lehrmethoden/Medien:

Schriftliche Ausarbeitung

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Literatur:

Abhängig von der Themenstellung

[*letzte Änderung 07.07.2014*]

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulbezeichnung: Methoden der empirischen Sozialforschung
Modulbezeichnung (engl.): Empirical Methods in Social Science Research
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-150
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftl. Ausarbeitung m. Präsentation (Wdh. jahresweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-150 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 1. Semester, Pflichtfach MKM-150 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach MKM-150 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 10.10.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MKM-250 Seminar zum Kulturmanagement
MKM-350 Projekt aus der Kulturwissenschaft
MKM-420 Master-Thesis
[letzte Änderung 16.01.2017]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 10.10.2016]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

die Bedeutung empirischer Sozialforschung im Bereich Kulturmanagement aufzuzeigen.
Wissenschaftstheoretische Grundlagen zu erläutern und anzuwenden.

Problemstellungen aus dem Bereich Kulturmanagement eigenständig oder in Teamarbeit in ein Forschungsdesign zu überführen und zielgerichtet unter Anwendung der vermittelten Verfahren, Techniken und Methoden umzusetzen.

Daten selbständig aufzubereiten und zu analysieren sowie zentrale Ergebnisse zu dokumentieren und in einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Vorlesung

Ziel und Ablauf empirischer Sozialforschung (Forschungsprozess)

Wissenschaftstheoretische Grundlagen (Definitionen, Hypothesen, Theorien und Gesetze, Erklärung und naive Falsifikation, empirische Signifikanz von Theorien)

Konzeptspezifikation, Operationalisierung und Messung (Skalen, Gütekriterien, Indexbildung und Skalierung)

Forschungsdesign und Untersuchungsformen

Auswahlverfahren

Datenerhebungstechniken (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalysen, Nicht-reaktive Messverfahren)

Datenaufbereitung und Datenanalyse

Interpretation und Publikation

Seminar zum Schwerpunkt:

Anwendung der in der Vorlesung vermittelten Inhalte auf eine Frage-/ bzw. Problemstellung im Bereich des Kulturmanagement durch die Studierenden

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Seminar

Fallstudien

Rollenspiele

Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von eigenständig durchgeführten Studien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Forschungskonzepten sowie deren Umsetzung und Ergebnispräsentation angeleitet.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Atteslander, P., Methoden der empirischen Sozialforschung. Erich Schmidt Verlag, Berlin, aktuelle Auflage

Fantapié Altobelli, Claudia: Marktforschung : Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage

Fantapié Altobelli, Claudia; Hoffmann, Sascha: Grundlagen der Marktforschung, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage

Flick, U., Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, rororo, 2007

Koch, Jörg: Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage

Schnell/Hill/Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage

Przyborski, A., Wohlrab-Sahr, M.: Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch, Oldenbourg, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 07.07.2014]

Nonprofit Management

Modulbezeichnung: Nonprofit Management
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-235
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min.)(Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-235 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-145 Kulturpolitik und Kulturosoziologie [letzte Änderung 10.01.2017]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen oder betriebswirtschaftlichen Bezügen [letzte Änderung 14.10.2016]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 10.01.2017]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten:

Grundlagen des Nonprofit Managements mit besonderer Berücksichtigung kultureller Organisationen und Netzwerke
Management von Nonprofit Organisationen im Kulturbereich
Ökonomische und soziale Dimensionen im Nonprofit Management insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven im Kulturbereich
Theoretische Konzepte zum Wesen, der Bedeutung und dem Aufbau von Nonprofit Organisationen
Exkurse: Integration philanthropischer Gedanken, Zivilgesellschaft, Motivationstheorien, Rolle von Mitarbeitern, Spenderverhalten
Möglichkeiten und Grenzen der strategischen Planung und operativen Umsetzung im Nonprofit Management
Besonderheiten bei der Vermarktung von Nonprofit Organisationen im Kulturbereich
Gestaltung(sfähigkeit) von Nonprofit Organisationen im Kulturbereich und deren praktischer Tätigkeitsfelder

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in den Nonprofit Sektor und verstehen dessen Besonderheiten
können spezifische Fragestellungen in Nonprofit Organisationen analysieren und präsentieren
entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für nicht gewinnorientiertes wirtschaftliches Verhalten

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Unternehmen und Organisationen im Nonprofit Sektor
Nutzung von Beispielen aus internationalen Nonprofit Organisationen und Netzwerken
Hinführung zur Realität der beruflichen Praxis im Nonprofit Management

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte im Nonprofit Sektor
Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im Nonprofit Sektor
Erwerb von Sozialkompetenz
Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den Nonprofit Sektor
Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Fragestellungen und Besonderheiten des Nonprofit Managements verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
Planungs- und Steuerungsmethoden im Nonprofit Management anwenden
Prozesse im Nonprofit Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten
Strategien und Konzepte im Nonprofit Management planen, umsetzen und kontrollieren
im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung/Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
Fach- und Methodenwissen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
Fach- und Methodenwissen der Motivation und Teamarbeit anwenden (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft)

[letzte Änderung 14.10.2016]

Inhalt:

Grundlagen des Nonprofit Managements: Begriffe, Bedeutung, Einordnung in die Betriebswirtschaft, Stand der Forschung und Lehre

Geschichte, Entwicklung, Theorien und Beispiele für Nonprofit Management im Kulturbereich

Nonprofit Governance und Führung: Entwicklung übergreifender und individueller Managementkonzepte

Personalmanagement: Grundlagen und Besonderheiten in Nonprofit Organisationen

Nonprofit Marketing: Theoretische Grundlagen und Fallstudien, Kundenintegration

Fundraising Management: transaktionsorientiertes versus Relationship Fundraising

Grundlagen des Finanzmanagements in Nonprofit Organisationen

Partnerschaften: Bedeutung, Konzepte und Aufbau von (intersektoralen) Partnerschaften im Nonprofit Bereich

[letzte Änderung 14.10.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung

SOL Selbstorganisiertes Lernen

Segeln Selbstgesteuertes Lernen

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Rollenspiele

Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 14.10.2016]

Literatur:

Literatur / Literature:

- Andreasen, A.R./Kotler, P.: Strategic Management for Nonprofit Organizations, New Jersey, aktuelle Auflage
- Anheiner, H.K.: Nonprofit Organizations. Theory, Management, Policy, London, 2005
- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München, aktuelle Auflage
- Backhaus-Maul, H./Biedermann, C./Nährlich, S./Polterauer, J. (Hrsg.): Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, Wiesbaden, 2. A., 2010
- Badelt, C./Meyer, M./Simsa, R. (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisationen. Strukturen und Management, Stuttgart, 4. A., 2007
- Baums, T. (Hrsg.): Bericht der Regierungskommission Corporate Governance. Unternehmensführung Unternehmenskontrolle Modernisierung des Aktienrechts, Köln, 2001
- Beccarelli, C.: Finanzierung von Museen: Theorie und Anwendung am Beispiel der Schweizer Museumslandschaft, Bern, 2005
- Becker, J.: Marketing-Konzeption, München, 9. A., 2009
- Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen Konzepte Instrumente, Stuttgart, 2. A., 2011
- Bruhn, M./Michalski, S. (Hrsg.): Marketing als Managementprozess, Zürich, 3. A., 2009
- Buber, R./Faschig, H.: Leitbilder in Nonprofit Organisationen. Entwicklung und Umsetzung, Wien, 1999
- Burnett, K.: Relationship Fundraising A Donor Based Approach to the Business of Raising Money, San Francisco, 2. A., 2002
- Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) (Hrsg.): Spendenbericht Deutschland 2010. Daten und Analysen zum Spendenverhalten in Deutschland, Berlin, 2010
- DiMaggio, P.J./Anheiner, H.K.: The Sociology of Nonprofit Organizations, in: Annual Review of Sociology, Vol. 16, S. 137-159
- Drucker, P.F.: Managing the Nonprofit Organization, London, 1990
- Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (Hrsg.): GfK CharityScope. Online verfügbar
- Günter, B.: Kulturmarketing. In: Tscheulin, D.K./Helmig, B. (Hrsg.): Branchenspezifisches Marketing, Wiesbaden, 2001
- Helmig, B./Boenigk, S.: Nonprofit Management, München, 2012
- Helmig, B./Purtschert, R. (Hrsg.): Nonprofit-Management, Wiesbaden, 2. A., 2006
- Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, Wiesbaden, 2009
- Klein, A.: Projektmanagement für Kulturbetriebe, Wiesbaden, 3. A., 2008
- Kotler, P./Roberto, N./Lee, N.: Social Marketing, Thousand Oaks, 2. A., 2002
- Langer, A./Schröer, A. (Hrsg.): Professionalisierung im Nonprofit Management, Bern, 2011
- Meier, A.: Informationsmanagement für NPOs, NGOs et.al., Heidelberg, 2006
- Oechsler, W.A.: Personal und Arbeit, München, 9. A., 2011
- Pfaffenzeller, H.: Die Governance von Nonprofit-Organisationen, online verfügbar
- Regierungskommission Corporate Governance Kodex (Hrsg.): Deutscher Corporate Governance Kodex, aktuelle Fassung, online verfügbar
- Salzman, J.: Making the News: A guide for Nonprofits and Activists, Boulder, 1998
- Sargeant, A.: Marketing Management for Nonprofit Organizations, Oxford, 3. A., 2009
- Sargeant, A.: Fundraising Management, New York, 2. A., 2010
- Saxton, J.: Gimme, gimme, gimme, online verfügbar
- Schwarz, P.: Organisation in Nonprofit Organisationen, Grundlagen, Strukturen, Bern, 2005
- Schwarz, P.: Management-Prozesse und Systeme in Nonprofit Organisationen, Bern, 2006
- Siebart, P.: Corporate Governance von Nonprofit Organisationen Ausgewählte Aspekte der Organisation und Führung, Bern, 2006
- Tiebel, C.: Management in Non Profit Organisationen, München, 2006
- Zimmer, A./Priller, E.: Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Wiesbaden, 2. A., 2007
- [letzte Änderung 14.10.2016]

Projekt aus der Kulturwissenschaft

Modulbezeichnung: Projekt aus der Kulturwissenschaft
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-350
SWS/Lehrform: 4PA (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit mit Präsentationen (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-350 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 3. Semester, Pflichtfach MKM-350 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach MKM-350 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-130 Projekt- und Prozessmanagement MKM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung [letzte Änderung 10.01.2017]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Prof. Dr. Nicole Schwarz
[letzte Änderung 10.01.2017]

Lernziele:

Sie sind dabei in der Lage

die fachlichen Anforderungen des gestellten Themas zu identifizieren und zu analysieren, kritisch zu beurteilen und zu dokumentieren.

aktuelle wissenschaftlich-theoretische Erkenntnisse auf praktische Fragestellungen der vorgegebenen Fachdisziplin anzuwenden und effektiv zu kombinieren.

eigenständig wissenschaftlich zu prüfende Sachverhalte auszuwählen und für diese Forschungsfragestellungen zu entwickeln.

für ihre Fragestellungen geeignete empirische Methoden und Analyseverfahren auszuwählen und anzuwenden.

in Teamarbeit eigenständig und zielorientiert Lösungsvorschläge zu entwickeln und dabei ihre Fachkompetenz funktional zu vertiefen.

dabei die Arbeitsteilung und Koordination innerhalb der Teammitglieder sowie zwischen den Teilgruppen des Projektes selbständig zu organisieren.

Fristen eigenverantwortlich einzuhalten.

die erzielten Ergebnisse in wissenschaftlicher Qualität zu belegen.

die Projektergebnisse zielgruppenorientiert zu präsentieren und bei der Verteidigung eigener Ergebnisse im Rahmen einer Gruppendiskussion sachlich zu argumentieren.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Aktuelle Themen des Kultursektors unter besonderer Berücksichtigung von Aspekten des Kulturmanagements und konkrete Untersuchungen zu Erfolgsfaktoren in Kooperation mit Kulturinstitutionen oder Organisationen unter Einbeziehung aktueller Kulturmanagementliteratur.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Projektarbeit in Gruppen.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Basis-Literatur wird themenbezogen aktuell zusammengestellt. Eine intensive weiterführende Literaturrecherche ist notwendig und Teil der Aufgabenstellung.

Beispielliteratur:

Bruhn, M. Marketing für Nonprofit-Organisationen, Kohlhammer, aktuelle Auflage
Fischer, W. B.: Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte, Haupt, aktuelle Auflage
Gottschlak, I.: Kulturökonomik, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
Günter, B., Hausmann, A.: Kulturmarketing, Springer, aktuelle Auflage
Hausmann, A.: Kunst- und Kulturmanagement, Springer, aktuelle Auflage
Henze, R.: Kultur und Management, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
Klein, A.: Der exzellente Kulturbetrieb, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
Klein, A.: Kompendium Kulturmanagement, Vahlen, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 07.07.2014]

Projekt- und Prozessmanagement

Modulbezeichnung: Projekt- und Prozessmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-130
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wdh. jahresweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-130 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 1. Semester, Pflichtfach MKM-130 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach MKM-130 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MKM-350 Projekt aus der Kulturwissenschaft [letzte Änderung 10.01.2017]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

[letzte Änderung 10.01.2017]

Lernziele:

Ziel des Moduls ist die Vermittlung der Grundlagen des Projektmanagements mit besonderer Berücksichtigung des Not-Profitbereiches und der dort vorhandenen Prozesse der Leistungserstellung

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über umfassende Kenntnisse über Begriff, Entwicklung, Bedeutung, Inhalt und Vorgehen des Projektmanagements und der Modellierung von Prozessen

Methodenkompetenz: Bestimmung und Übertragung theoretischer Ansätze und Methoden zur Lösung ausgewählter Projektpraxisfragestellungen, insbesondere aus Fragestellungen im Kulturbereich. Kenntnis der Methoden der Prozessmodellierung und Übertragung auf die Projektarbeit.

Vertiefung des transdisziplinären und strukturierten Denkens.

Sozialkompetenz: Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse über Interaktion, Kommunikation, Motivation und Moderation in der Teamarbeit. Ihr Einfühlungs-, Kommunikations-, Verhandlungs- und Argumentationsvermögen ist gestärkt.

Zielsituation nach Absolvierung des Moduls: Die Studierenden sind in der Lage, als Projektmanager oder als Führungskraft fachliche, organisatorische und menschliche Aspekte eines komplexen Vorhabens sachgerecht zu handhaben. Sie kennen und verstehen den Prozess der Projektabwicklung und sind in der Lage unter Anwendung eines strukturierten Risk- und Erwartungsmanagements Gefahren für den Projekterfolg sowie Missverständnisse frühzeitig zu identifizieren, ihnen vorzubeugen, und sie gegebenenfalls abzuwenden. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, Teamarbeit im Projekt zu organisieren und verstehen die dort ablaufenden sozialpsychologischen Prozesse. Ferner sind sie in der Lage, teamorientiert zu denken, zu argumentieren und zu handeln und Konflikte im Rahmen eines professionellen Eskalationsmanagements auf niedrigem Eskalationsniveau zu handhaben und beizulegen. Sie kennen die besonderen Probleme von Projekten im Not-Profit-Bereich

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Einführung in das und Grundlagen des Projektmanagements
Vorgehensmodelle (sequenziell, iterativ, agil)
Projektdefinition
Projektplanung, Netzplantechnik
Aufbau-, Ablauf-, Kapazitäts-, Termin und Kostenplanung
Risikomanagement
Projektstrukturplan
Realistische Zeitplanung
Projektentwicklung
Projektphasen, Meilensteine
Projektcontrolling
Aufbau und Führung von Projektteams
Projektkommunikation und Projektmanagement
Fortschrittmessung
Problemlösung
Eskalationsprozess
Anforderungsmanagement
Verhandlungsführung
Zeitmanagement
IT-Unterstützung
MS Project
Modellierung von Prozessen, Schwachstellenanalyse, Optimierung
Modellierungstools

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit integrierter Übung, Kleingruppenaufgaben, Rechnergestützte
Prozessmodellierung
Bearbeitung eines konkreten Projektes im Team
Dokumentation und Präsentation des Projektfortschritts und der Ergebnisse
Präsentationen, Videos, Rollenspiele, Dokumente, Zeitschriften, Bücher, Internetrecherchen

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden, Publicis, Erlangen, 2009.
Antons, K.: Praxis der Gruppendynamik. Übungen und Techniken. 6. Aufl., Göttingen u. a.: Hogrefe, 1996.
Bohnic, T.: Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter, Gabler, Stuttgart, 2010.
Bohnic, T.: Projektmanagement: Softskills für Projektleiter, Gabler, Stuttgart, 2010.
Pichler, R.: Scrum - Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen, d.punkt, 2007
Verzuh, E.: The Fast Forward MBA in Project Management, 3. Aufl., Wiley, Hoboken, 2008.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Seminar zum Kulturmanagement

Modulbezeichnung: Seminar zum Kulturmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-250
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftl. Ausarbeitung m. Präsentation (Wdh. jahresweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-250 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Pflichtfach MKM-250 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach MKM-250 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-145 Kulturpolitik und Kultursoziologie MKM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung [letzte Änderung 10.01.2017]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach [letzte Änderung 14.10.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MKM-420 Master-Thesis

[letzte Änderung 16.01.2017]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 10.01.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich des Kulturmanagements unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,
eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,
Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich des Kulturmanagements. Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar

Fallstudien

Gruppenarbeit

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 07.07.2014]

Literatur:

Basis-Literatur wird themenbezogen aktuell zusammengestellt. Eine intensive weiterführende Literaturrecherche ist notwendig und Teil der Aufgabenstellung.

[letzte Änderung 07.07.2014]

Theorie des Musiklernens

Modulbezeichnung: Theorie des Musiklernens
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-416
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-416 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 4. Semester, Pflichtfach MKM-416 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach MKM-416 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Michael Dartsch

Dozent: Prof. Dr. Michael Dartsch
[letzte Änderung 17.11.2015]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

Voraussetzungen und Determinanten des Musicklernens
lehr- und lerntheoretische sowie allgemeindidaktische Konzepte

Die Studierenden gewinnen

Einblicke in die die Arbeitsfelder und Institutionen der instrumental- bzw.
vokalpädagogischen Praxis
Kenntnisse über Entscheidungsfelder instrumental- bzw. vokaldidaktischen Handelns
Kenntnisse über einschlägige Kriterien zur Unterrichtsplanung und durchführung in der
musikpädagogischen Praxis

Die Studierenden erwerben Grundfertigkeiten

des wissenschaftlichen Erkenntniserwerbs

Die Studierenden entwickeln

ein Bewusstsein für erkenntnistheoretische Fragestellungen

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierende

Voraussetzungen und Determinanten des Musicklernens in ihrer Bedeutung für kulturelle
Bildung einschätzen
Didaktisch- methodische Entscheidungen mit Bezug auf Fachwissen begründen
Unterrichtsentwürfe und -verläufe mit Bezug auf Fachwissen beurteilen
lehr- und lerntheoretische sowie allgemeindidaktische Konzepte in ihrer Bedeutung für
kulturelle Bildung einschätzen
erkenntnistheoretische Positionen einordnen und kritisch diskutieren
Grundfertigkeiten des wissenschaftlichen Erkenntniserwerbs für eigene Lernprozesse
einsetzen

[letzte Änderung 14.05.2016]

Inhalt:

Voraussetzungen und Determinanten des Musicklernens
lehr- und lerntheoretische sowie allgemeindidaktische Konzepte
Entscheidungsfelder instrumental- bzw. vokaldidaktischen Handelns
Kriterien zur Unterrichtsplanung und durchführung in der musikpädagogischen Praxis
Methoden wissenschaftlichen Erkenntniserwerbs
erkenntnistheoretische Fragestellungen

[letzte Änderung 14.05.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar
Gruppenarbeit
Diskussion

[letzte Änderung 14.05.2016]

Literatur:

Beispielliteratur:

Dartsch, M.: Musik lernen Musik unterrichten. Eine Einführung in die Musikpädagogik. Wiesbaden, Leipzig, Paris 2014

Dartsch, M.: Mensch, Musik und Bildung. Grundlagen einer Didaktik der Musikalischen Früherziehung. Wiesbaden, Leipzig, Paris 2010

Eberhard, Kurt: Einführung in die Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie. Geschichte und Praxis der konkurrierenden Erkenntniswege. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1987

Joerger, K.: Einführung in die Lernpsychologie. Freiburg im Breisgau 1987

Kochinka, A.; Werbik, H.: Logische Propädeutik und Wissenschaftstheorie. In: Straub, J.; Kempf, W.; Werbik, H. (Hrsg.): Psychologie. Eine Einführung. Grundlagen, Methoden, Perspektiven. München 1997, S. 42-67

Kron, F. W.: Wissenschaftstheorie für Pädagogen. München, Basel 1999

Plöger, W.: Grundkurs Wissenschaftstheorie für Pädagogen. Paderborn 2003

[letzte Änderung 14.05.2016]

Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen

Modulbezeichnung: Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-325
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten) (Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-325 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MKM-110 Begriffe der BWL sowie Unternehmensführung und Personal MKM-120 Betriebliche Kennzahlen MKM-220 Logistik und Recht <i>[letzte Änderung 14.10.2016]</i>
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären kulturspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach <i>[letzte Änderung 14.10.2016]</i>
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 14.10.2016]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu

- den Rahmenbedingungen im Kulturmanagement
- der strategischen Planung der Themenfelder von Kulturorganisationen
- den Restriktionen, die bei der Dienstleistungserstellung in diesen Sektoren zu berücksichtigen sind (Dienstleistungskette im Gesamtsystem der Kulturwirtschaft)
- der Berücksichtigung von unternehmensexternen Parametern (volkswirtschaftliche, ökologische, technische, gesellschaftliche, politische, rechtliche Rahmenbedingungen)
- der Berücksichtigung von unternehmensinternen Parametern (Unternehmensziele, Unternehmensphilosophie und Kultur, Führungsverständnis, Ablauf- und Aufbauorganisation, Arbeitsbedingungen, Marktstellung und Ergebnissituation des Unternehmens)
- der Analyse von aktuellen Entwicklungen, Markt- und Wettbewerbsparametern im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Strukturmodellen und dem Management der Systeme in der Kulturwirtschaft

Die Studierenden

- vertiefen Einblicke in die Rahmenbedingungen der Kulturwirtschaft und können angemessene Managementmethoden anwenden
- lernen mit der fortschreitenden Internationalisierung/Europäisierung der Rahmenbedingungen umzugehen. Sie erarbeiten die wichtigsten (inter-) nationalen Rahmenbedingungen. Sie lernen wichtige (inter-) nationale Rahmenbedingungen sowie das Verhandeln und Gestalten (inter-) nationaler Verträge kennen. Sie erfahren die Spielregeln und Grenzen des grenzüberschreitenden Handelns. Gleichzeitig erlernen die Studierenden die entsprechende (inter-) nationale Fachterminologie.

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit internationalen Rahmenbedingungen der Kulturwirtschaft
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Fallstudien insbesondere mit einem hohen Anwendungsbezug in der Praxis (anwendungsbezogene Lehre)

Berufspraktische Bezüge:

- Wirtschafts- und Politikberatung im Kultursektor unter Berücksichtigung der aktuellen / zukünftigen Rahmenbedingungen
- Konzeption von Rahmenbedingungen und Anwendung von Managementmethoden für Organisationen im Kultursektor
- Sozialkompetenz
- Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere Managementkonzepte und Gestaltung von Rahmenbedingungen mit hoher Relevanz für das nachhaltige Management im Kultursektor
- Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

- Rahmenbedingungen der Kulturwirtschaft analysieren, erläutern und gestalten
- Planungs- und Steuerungsmethoden im Kultur-Management differenzieren
- angemessene Managementmethoden für die jeweiligen Rahmenbedingungen auswählen, erläutern und anwenden

[letzte Änderung 14.10.2016]

Inhalt:

Begriffe und Merkmale zur Definition von Rahmenbedingungen im Kultur-Management
strategischen Planung bei Kulturorganisationen
Dienstleistungskette im Gesamtsystem der Kulturwirtschaft
Berücksichtigung von unternehmensexternen Parametern (volkswirtschaftliche, ökologische, technische, gesellschaftliche, politische, rechtliche Rahmenbedingungen)
Berücksichtigung von unternehmensinternen Parametern (Unternehmensziele, Unternehmensphilosophie und kultur, Führungsverständnis, Ablauf- und Aufbauorganisation, Arbeitsbedingungen, Marktstellung und Ergebnissituation des Unternehmens)
Analyse von aktuellen Entwicklungen, Markt- und Wettbewerbsparametern im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
Strukturmodelle und Management der Systeme in der Kulturwirtschaft
Konzeption von Rahmenbedingungen (regionaler) Organisationen im Bereich Kultur, Projekt-, Politik- und Wirtschaftsberatung
Reflexion und Analyse des Wandels der (globalen) Umwelt und von Kulturorganisationen
Managementaufgaben und Managementbereiche in der Kulturwirtschaft
rechtliche Rahmenbedingungen und Regelungen des Veranstaltungsrechts, wie z. B.

- o Rechtsbeziehungen zwischen Veranstalter, Künstler und Besucher, Vertragsrecht und Leistungsstörungen
- o Grundzüge des Urheber- und Markenrechts, Allgemeines Persönlichkeitsrecht und Recht am eigenen Bild
- o Verwertungsgesellschaften und Künstlersozialabgabe
- o Versicherungs-, haftungs- und genehmigungsrechtliche Aspekte

Sicherheits-, Krisen- und Beschaffungsmanagement
[letzte Änderung 14.10.2016]

Literatur:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):
Bowdin, G., Allen, J., O´Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I., Events Management, Great Britain: Elsevier, aktuellste Auflage
Hoyle, L., Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions, Wiley, New York, aktuellste Auflage
Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen,
Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
Opaschowski, H.W., Freizeitwirtschaft - Die Leitökonomie der Zukunft. Zukunft. Bildung. Lebensqualität, 2007
Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kulturosoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
[letzte Änderung 14.10.2016]

Kulturmanagement Wahlpflichtfächer

Business English

Modulbezeichnung: Business English
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-414
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten) + schriftliche Ausarbeitung und Präsentation (Gewichtung 1:1 / Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-414 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 2. Semester, Wahlpflichtfach MKM-414 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Wahlpflichtfach MKM-414 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 10.01.2017]

Lernziele:

Perfektionierung bestehender Kenntnisse der Allgemeinsprache in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten auf der Basis der Behandlung relevanter Fragestellungen der Lebens-, Studien- und Berufsrealität der Studierenden

Weiterer Ausbau der fachbezogenen Kenntnisse des Englischen

Sensibilisierung für Probleme und zentrale Fragen des fremdsprachlichen

Kultur- und Politik- und Wirtschaftsraumes

Ausbau der interkulturellen Kommunikationsfähigkeit der Studierenden

Erwerb perfektionierter Präsentationsfertigkeiten in der Fremdsprache

Vertiefte Befähigung zu Teamarbeit in der Fremdsprache

Vertiefte Befähigung zu projektorientiertem Arbeiten in der Fremdsprache

[letzte Änderung 29.11.2015]

Inhalt:

Rezeption mittelschwerer fachsprachenorientierter Lese- und Hörverstehenstexte

Produktion fachbezogener schriftlicher Textsorten der Fremdsprache

Produktion fachbezogener mündlicher Textsorten der Fremdsprache

Behandlung wirtschaftlicher und juristischer Fragestellungen in Anlehnung

an die Fachveranstaltungen des Semesters

Wortschatzarbeit und Behandlung fachsprachlich relevanter Grammatik

Multimediale Sprachlaborarbeit

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Einübung interkulturell orientierter Verhandlungsstrategien

[letzte Änderung 29.11.2015]

Lehrmethoden/Medien:

Präsentationsphasen des Dozenten

Plenums- und Gruppendiskussionen

Partnerarbeit

Phasen der Gruppenarbeit zur Umsetzung von Arbeitsaufträgen an die Studierenden

Multimediale Sprachlaborarbeit

Präsentationen der Studierenden

Kurzvorträge der Studierenden

Internetrecherchen

[letzte Änderung 29.11.2015]

Literatur:

Verwendung freier, vom Dozenten zusammengestellter Materialien (kein Lehrwerk)

Texte zum Hörverstehen (Audio und / oder Video)

Zeitungs- und Zeitschriftenartikel der englischsprachigen Presse

Internetressourcen

Fachbezogene Multimedialprogramme

Ergänzende Materialien zum allgemeinen und/oder fachbezogenen

Wortschatz und zur Grammatik

[*letzte Änderung 29.11.2015*]

European Spring Academy

Modulbezeichnung: European Spring Academy
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-417
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation
Zuordnung zum Curriculum: DFMMS151 Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2013, 1. Semester, Wahlpflichtfach, Management MKM-417 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach, Management MKM-417 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Wahlpflichtfach, Management MAMS-584 Marketing Science, Master, ASPO 01.04.2016, Wahlpflichtfach, Management MARPF-584 Rechnungs-, Prüfungs- und Finanzwesen, Master, ASPO 01.04.2016, Wahlpflichtfach, Management MASCM-584 Supply Chain Management, Master, ASPO 01.04.2016, Wahlpflichtfach, Management WIMAScWPF-FÜ5 Wirtschaftsingenieurwesen, Master, ASPO 01.10.2014, Wahlpflichtfach, Management
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Stefanie Jensen

Dozent: Prof. Dr. Stefanie Jensen

[*letzte Änderung 18.03.2016*]

Lernziele:

Die Europäische Union gehört zu den Top Playern der internationalen Wirtschaft, hinsichtlich Wirtschaftskraft, Produktions-, Export- und Importvolumina und ebenso Bevölkerungszahl. Die europäischen Länder übertragen immer mehr Kompetenzen an die EU und dies in allen wichtigen politischen Bereichen, von Rechtsprechung über Wirtschaftspolitik bis hin zu Verbraucher- und Umweltschutz. Doch wie funktioniert die EU? Wie kommt es zu Regelungen und wie werden diese umgesetzt? Welche Eingriffsmöglichkeiten haben die EU-Organe in bezug auf nationale Regierungen und deren Interessen? Dies sind nur erste Fragen, auf die der interaktive Workshop eine Antwort gibt, bei dem Studierende der htw zusammen mit Studierenden der Partnerhochschule Westminster College, Salt Lake City/Utah, USA, zusammen arbeiten werden. Die Studierenden sind nach Beendigung des Moduls in der Lage,

den Prozess von der Gründung der EU bis zum heutigen Tage herzuleiten, die Bedeutung der EU für die nationalen

Regierungen Europas zu reflektieren und die Tätigkeit zentraler europäischer Institutionen zu verstehen.

die Position der EU zu ausgewählten Themen wie Finanzkrise, externe und Wirtschafts-Beziehungen, Energie- und Klimapolitik, Rechtsfindung zu verstehen und zu reflektieren und die Schwierigkeit einer gemeinsamen

Entscheidungsfindung nachzuvollziehen.

die kulturelle Vielfalt Europas nachzuvollziehen.

in gemischten Gruppen, zusammen mit amerikanischen Studierenden, zu arbeiten.

[*letzte Änderung 14.01.2016*]

Inhalt:

Aktuelle europäische Fragen (z.B. Schuldenkrise mit Länderbetrachtung, Wirtschaftspolitik, externe

Wirtschaftsbeziehungen (z.B. mit USA: TTIP), Außenpolitik, Umweltpolitik, Verbraucherschutz, Flüchtlinge)

Funktionsweise und Herleitung der europäischen Integration und zentraler europäischer Institutionen.

Überblick europäischer Kulturen.

Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung und Präsentation der Ergebnisse in englischer Sprache zu einem ausgewählten

Thema.

Interkulturelle Kommunikationsfähigkeiten und deren Einbringung in die Teamarbeit

[*letzte Änderung 14.01.2016*]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesungen/Vorträge, interaktive Workshops, Gruppenarbeiten, Impulsreferate, Austausch mit der amerikanischen Studierendengruppe, Besichtigungen, schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation

[*letzte Änderung 14.01.2016*]

Literatur:

Wird jeweils mit entsprechendem Vorlauf bekanntgegeben.

[*letzte Änderung 14.01.2016*]

Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnung

Modulbezeichnung: Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnung
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-418
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-418 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen oder betriebswirtschaftlichen Bezügen [letzte Änderung 10.01.2017]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

[*letzte Änderung 10.01.2017*]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten:

Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility im Kulturmanagement (Focus: Events)
Potenziale und Herausforderungen bei der Planung und Durchführung nachhaltiger
Kulturevents
Analyse und Bewertung der Rahmenbedingungen des Managements nachhaltiger
Kulturevents und interkultureller Begegnung
Inszenierung und Authentizität von Kultur für ökonomische Zwecke, u.a. Tourismus
Legacy von Kulturevents

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in nachhaltiges Kulturmanagement
können spezifische Fragestellungen der interkulturellen Begegnung analysieren und
präsentieren
entwickeln ein kulturübergreifendes Verständnis ökonomischen Verhaltens

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Kulturevents (Teilnehmer, Gäste, Förderer, Medien)
Case Study: Transatlantic Dialogue in Luxemburg
Nutzung von Beispielen aus internationalen Organisationen und Netzwerken

Berufspraktische Bezüge:

Nachhaltigkeitskonzepte in der Kulturwirtschaft
Management- und Politikkonzepte in der Kulturwirtschaft
Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Kulturwirtschaft
Erwerb von Sozialkompetenz
Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester
und Studiengänge)
Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den Kulturbereich
Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner
Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.
Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Fragestellungen und Besonderheiten des nachhaltigen Kulturmanagement verstehen,
analysieren und in Planungsmodellen abbilden
Planungs- und Steuerungsmethoden im Kulturmanagement anwenden
Betriebswirtschaftliche Prozesse in der Kulturwirtschaft beschreiben, entwickeln, planen und
gestalten
Strategien und Konzepte in der Kulturwirtschaft planen, umsetzen und kontrollieren
Fach- und Methodenwissen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von
Regelprozessen anwenden
effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
Fach- und Methodenwissen der Motivation und Teamarbeit anwenden (Verbesserung der
Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und
Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft)

[letzte Änderung 10.01.2017]

Inhalt:

Begriffe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility
Nachhaltiges Kulturmanagement
Nachhaltige Kulturevents
Interkulturelle Begegnungen und Kultur als Botschafter
Case Study:
Perspectives on Cultural Tourism
e.g. role of local cultures, indigenous knowledge creation, cultural tourism and arts festivals
Impacts and management of cultural tourism
e.g. commodification, social construction of otherness, staged authenticity
Discussion: Tourism as form of cultural diplomacy?
Inszenierung und Authentizität von Kultur
Legacy (kultureller) Events
[letzte Änderung 10.01.2017]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung
Fallstudie: Transatlantic Dialogue Luxemburg
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Kurzpräsentationen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.
[letzte Änderung 10.01.2017]

Literatur:

Commission of the European Communities (2001). Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Online source. Retrieved from: europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf
Dreyer, A.: Kulturtourismus. 3. Auflage. Oldenbourg, München 2011.
Geertz, C.: Dichte Beschreibung. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1995, 4. Aufl.
Hausmann, A./Murzik, L. (Hrsg.; 2011): Neue Impulse im Kulturtourismus, Wiesbaden
Heinze, T.: Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus - Ein Leitfaden für Kulturmanager. VS Verlag für Sozialw., 2009.
Hofstede, G.: Culture's Consequences. Sage. London 2001.
Klein, A.: Projektmanagement für Kulturmanager. VS Verlag für Sozialw., 2004.
Nufer, G., Bühler, A.: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte Fallbeispiele Trends. 2015
Schneider, A. & Schmidpeter, R. (Hrsg.) Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis (S. 559-570). Springer Verlag, Berlin, Heidelberg.
Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. 2. Auflage. Campus-Verlag, Frankfurt 2005.
Steinecke, A.: Management und Marketing im Kulturtourismus. Wiesbaden, 2013.
[letzte Änderung 10.01.2017]

Theaterpädagogik

Modulbezeichnung: Theaterpädagogik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016
Code: MKM-413
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: £ schriftliche Ausarbeitung und Präsentation = Auftritt (Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: MKM-413 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.04.2014, 4. Semester, Wahlpflichtfach MKM-413 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Wahlpflichtfach MKM-413 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2016, 4. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 120 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. phil. Simone Odierna
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 14.10.2016]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten in Bezug auf folgende Themen:

Ebene der personalen Kompetenzen

- allgemeines Wahrnehmungstraining
- Erweiterung der kommunikativen Kompetenzen
- Sensibilisierung für den Ausdruck des eigenen Körpers
- Erweiterung der körpersprachlichen Ausdrucksfähigkeit
- Selbsterfahrung durch Erweiterung der Körperwahrnehmung und der Selbstwahrnehmung in verschiedenen Rollen

Ebene der theaterbezogene Kompetenzen

- verschiedene Methoden von Warming up (Körperarbeit)
- freie und gelenkte Einzel-, Paar- und Gruppenimprovisation
- erste Grundlagen des Szenenaufbaus
- Sich-Einfühlen in verschiedene Rollen
- Auftreten auf eine Bühne / Aneignung der Bühne
- Erfahrungen mit Auftritten vor fremdem Publikum
- Improvisieren in einer/mehreren Rolle/n vor und mit dem Publikum

Berufspraktische Bezüge:

Theaterpädagogische Konzepte und Methoden mit hoher Relevanz für alle kulturpolitischen Sektoren

Erwerb von Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenz im theaterpädagogischen Bereich
Szenenarbeit und Auftritt (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre methodischen Fähigkeiten bei der Anwendung theaterpädagogischer Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeit.

Theoriearbeit (Themen wählbar nach persönlichem Interesse)

- Forumtheater nach Augusto Boal
- Gewaltprävention in der zielgruppenorientierten Kulturpädagogik Improvisation und

Rollenspiel

- die Arbeit an der Rolle
- Theaterpädagogik etc.

"Theaterpraxis"

- Gruppenprozess und Kooperation in einer Theatergruppe,
- praktische Erfahrung mit der Organisation und Durchführung eines Forumtheater-Auftrittes,
- Evaluation und Auswertung der Auftritte.

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten in Bezug auf folgende Themen:

Ebene der personalen Kompetenzen

- allgemeines Wahrnehmungstraining
- Erweiterung der kommunikativen Kompetenzen
- Sensibilisierung für den Ausdruck des eigenen Körpers
- Erweiterung der körpersprachlichen Ausdrucksfähigkeit
- Selbsterfahrung durch Erweiterung der Körperwahrnehmung und der Selbstwahrnehmung in verschiedenen Rollen

Ebene der theaterbezogene Kompetenzen

- verschiedene Methoden von Warming up (Körperarbeit)
- freie und gelenkte Einzel-, Paar- und Gruppenimprovisation
- erste Grundlagen des Szenenaufbaus
- Sich-Einfühlen in verschiedene Rollen
- Auftreten auf eine Bühne / Aneignung der Bühne
- Erfahrungen mit Auftritten vor fremdem Publikum
- Improvisieren in einer/mehreren Rolle/n vor und mit dem Publikum

Berufspraktische Bezüge:

Theaterpädagogische Konzepte und Methoden mit hoher Relevanz für alle kulturpolitischen Sektoren

Erwerb von Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenz im theaterpädagogischen Bereich
Szenenarbeit und Auftritt (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre methodischen Fähigkeiten bei der Anwendung theaterpädagogischer Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeit.

Theoriearbeit (Themen wählbar nach persönlichem Interesse)

- Forumtheater nach Augusto Boal
- Gewaltprävention in der zielgruppenorientierten Kulturpädagogik Improvisation und

Rollenspiel

- die Arbeit an der Rolle
- Theaterpädagogik etc.

"Theaterpraxis"

- Gruppenprozess und Kooperation in einer Theatergruppe,
- praktische Erfahrung mit der Organisation und Durchführung eines Forumtheater-Auftrittes,
- Evaluation und Auswertung der Auftritte.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Ebene der personalen Kompetenzen

- verbessert wahrnehmen
- ihre kommunikativen Kompetenzen erweitern
- den Ausdruck des eigenen Körpers sensibilisiert wahrnehmen
- ihre körpersprachlichen Ausdrucksfähigkeit erweitern
- durch Erweiterung der Körperwahrnehmung und der Selbstwahrnehmung in verschiedenen Rollen eine erweiterte Selbsterfahrung erlangen

Ebene der theaterbezogene Kompetenzen

- verschiedene Methoden von Warming up (Körperarbeit) anwenden
- in freien und gelenkten Einzel-, Paar- und Gruppenimprovisation improvisieren
- erste Grundlagen des Szenenaufbaus kennenlernen
- das Sich-Einfühlen in verschiedene Rollen einüben
- das Auftreten auf eine Bühne / die Aneignung der Bühne erfahren und einüben
- Erfahrungen mit Auftritten vor fremdem Publikum sammeln
- in einer/mehreren Rolle/n vor und mit dem Publikum improvisieren

[letzte Änderung 14.05.2016]

<p>Inhalt: Selbstwahrnehmung / Fremdwahrnehmung auch in Opfer-/Tätersituationen Körperarbeit Improvisation Rollenarbeit / Erarbeiten von einer oder mehreren Rollen Szenearbeit am Beispiel des Forumtheaters nach Augusto Boal Auftrittsorganisation und -management Auftreten vor fremdem Publikum Evaluation einer Theateraktion [letzte Änderung 14.05.2016]</p>
<p>Lehrmethoden/Medien: Anleitung von</p> <p>Selbsterfahrung / Körpererfahrung auch in Opfer-/Tätersituationen Vertrauensübungen Feedbacktraining Einzel-, Paar- und Gruppenimprovisation Rollenarbeit / Einzel- und Gruppenrollenarbeit Auftrittsorganisation und management Rollen-/Szenediskurs / Teamarbeit Evaluationsübungen [letzte Änderung 14.05.2016]</p>
<p>Literatur: Augusto Boal: Theater der Unterdrückten. Suhrkamp 1976. Boal, Augusto (1999): Der Regenbogen der Wünsche. Kallmeyer, Seelze (Velber). Fo, Dario (o. J., vermutlich 1978?): Dario Fo über Dario Fo. Prometh-Verlag, Köln. Grotowski, Jerzy (1994): Für ein armes Theater. Alexander-Verlag, Berlin. Koch,G.& Vaßen, F., (Hrsg) (1991). Lach- und Clownstheater. Die Vielfalt des Komischen in Musik, Literatur, Film und Schauspiel. Frankfurt/Main Müller, G. (1964). Theorie der Komik. Würzburg Gipser, D. (1991). Lachen gegen Macht? Gedanken zur Funktion des Lachens im szenischen Spiel. In: Koch,G.& Vaßen, F. (Hrsg), Lach- und Clownstheater. Die Vielfalt des Komischen in Musik, Literatur, Film und Schauspiel. Frankfurt/Main. S. 38 - 41 Menzlaw, W. (1991). Lachen hat viele Gesichter. In: Koch, G.& Vaßen, F. (Hrsg), Lach- und Clownstheater. Die Vielfalt des Komischen in Musik, Literatur, Film und Schauspiel. Frankfurt/Main. S.108-118 Odierna, Simone; Letsch, Fritz (Hg.) (2006): Theater macht Politik. Forumtheater nach Augusto Boal. Ein Werkstattbuch. Erschienen in der Reihe "Gautinger Protokolle" des Instituts für Jugendarbeit in Gauting. AG SPAK-Verlag. Neu-Ulm. Piscator, Erwin (1977): Theater der Auseinandersetzung. Ausgewählte Schriften und Reden. Suhrkamp, Frankfurt am Main. Odierna, Simone: Mit Boal gegen Gewalt. Forumtheater in der kulturellen Schulsozialarbeit. gruppe und spiel 1/06, (S. 38-41) Odierna, Simone (2007): Soziales Lernen und Zivilcourage - Forumtheater zur Gewaltprävention in der Schule. In: Bischoff, Johann; Brandt, Bettina (Hrsg.) (2007): Theater. Medien. Polis. Kulturpädagogik im gesellschaftlichen Engagement. Merseburger Mediapädagogische Schriften. Band 3. Aachen. Odierna, Simone (2013): Forumtheater im Gemeinwesen. In: Stövesand, Sabine u.a. (Hg.): Handbuch Gemeinwesenarbeit. Budrich-Verlag. Leverkusen. (erscheint im Sommer 2013) Tizze, M (1995). Humor als Therapie. Lachen über diese seltsame, törichte Welt. Psychologie Heute, 9, S.22-25 Tucholski, Kurt (1930): Zuckerbrot und Peitsche [letzte Änderung 14.05.2016]</p>