

Modulhandbuch Kulturmanagement Master

erzeugt am 10.05.2020,21:24

Studienleiter	Prof. Dr. Nicole Schwarz
stellv. Studienleiter	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Prüfungsausschussvorsitzender	Prof. Dr. Leonhard Firlus
stellv. Prüfungsausschussvorsitzender	Prof. Dr. Hellen Gross

Kulturmanagement Master Pflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Colloquium	MAKM-330	3	2S	2	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Finanzmanagement und Förderung	MAKM-220	2	4V	6	Prof. Dr. Hellen Gross
Kultur und Didaktik	MAKM-230	2	4S	6	Prof. Dr. Jörg Abbing
Kulturmarketing und Kommunikationspolitik	MAKM-210	2	2V+2S	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Kulturpolitik und Kulturosoziologie	MAKM-130	1	4V	6	Prof. Dr. Simone Odierna
Kulturwissenschaft und Geschichte	MAKM-140	1	4S	6	Prof. Dr. phil. Christian Bauer
Master-Thesis	MAKM-320	3	-	22	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Nonprofit Management	MAKM-110	1	4VU	6	Prof. Dr. Hellen Gross
Projekt- und Prozessmanagement	MAKM-240	2	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Projekte aus der Kulturwirtschaft	MAKM-150	1	4PA	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Seminar zum Kulturmanagement	MAKM-250	2	4S	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen	MAKM-120	1	4VU	6	Prof. Dr. Hellen Gross

(12 Module)

Kulturmanagement Master Wahlpflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
3klang Campusradio	MAKM-305	1	4V	6	Prof. Dr. Jörg Abbing
Ausgewählte Themen der BK	MAKM-315	3	4SU	6	Prof. Dr. phil. Christian Bauer
Eventmanagement	MAKM-311	3	4S	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
International Business Communication	MAKM-314	3	4V	6	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie	MAKM-312	3	4SU	6	Prof. Dr. Achim Schröder
Kulturreisen	MAKM-306	3	4V	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Le français des affaires - langue et communication interculturelle	MAKM-304	3	4V	6	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnungen	MAKM-318	3	4V	6	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Popkultur und Kreativwirtschaft	MAKM-319	3	4SU	6	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Service Learning im Nonprofit Management	MAKM-307	3	4V	6	Prof. Dr. Hellen Gross
Theaterpädagogik	MAKM-313	3	4S	6	Prof. Dr. Simone Odierna
Theorie des Musiklernens	MAKM-316	3	4S	6	Prof. Dr. Michael Dartsch

(12 Module)

Kulturmanagement Master Pflichtfächer

Colloqium

Modulbezeichnung: Colloqium
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-330
SWS/Lehrform: 2S (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 2
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-330 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Veranstaltungsstunden (= 22.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 2 Creditpoints 60 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 37.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Inhalte der Fachmodule aus den vorangegangenen Semestern [letzte Änderung 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Prof. Dr. Nicole Schwarz [letzte Änderung 22.10.2018]

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 22.10.2018]

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 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Präsentation mit mündlichem Vortrag, Fachdiskussionen

[letzte Änderung 22.10.2018]

Literatur:

Abhängig von der Themenstellung der Master-Abschlussarbeit

[letzte Änderung 22.10.2018]

Finanzmanagement und Förderung

Modulbezeichnung: Finanzmanagement und Förderung
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-220
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart:
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-220 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Hellen Gross
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls fachlich in der Lage sein:

- die Möglichkeiten der Finanzierung und Aufgaben des Finanzmanagements in allen drei Sektoren (Staat, Markt und Dritter Sektor) aufzuzeigen sowie anhand von Beispielen zu erläutern und kritisch zu diskutieren,
- einen Überblick über den Begriff, die Aufgaben und Quellen der Finanzierung abzubilden sowie die Herkunft und die Einsatzbereiche von Eigen- und Fremdkapital zu bestimmen,
- einen Überblick über den Begriff und die Aufgaben der Investition abzubilden,
- Fragestellungen und Besonderheiten der Finanzierung von Kulturbetrieben zu erläutern, zu analysieren, zu diskutieren und von der Finanzierung von Unternehmen abzugrenzen,
- die Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für Kulturbetriebe durch staatliche und private Träger aufzuzeigen,
- die Finanzierung einer Organisation über den Lebenszyklus hinweg (inkl. Start-up Finanzierung und Insolvenz) zu analysieren und zu bewerten sowie Abhängigkeiten von unterschiedlichen Stakeholdern aufzuzeigen,
- aktuelle Forschungserkenntnisse im Finanzmanagement und der Förderung darzustellen und Forschungserkenntnisse auf die Kulturmanagementpraxis anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich Sozialkompetenzen in der Lage sein:

- eigenständige Argumentationen zu entwickeln und zu präsentieren,
- im Team theoretische und praktische Fragestellungen zu lösen, sich dabei selbst zu organisieren und Konflikte zu lösen (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft),
- effizienter zu kommunizieren sowie die Interaktion mit Externen und Gruppen effizient und effektiv zu steuern,
- mit den unterschiedlichen, modernen Präsentationstechniken umzugehen,
- komplexe wissenschaftliche und praktische Texte zu verstehen und auf praktische Problemstellungen anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich berufspraktischer Kompetenzen in der Lage sein:

- mögliche Berufsbilder im Finanzmanagement und in der Förderakquisition im Kulturbetrieb und deren Herausforderungen im Berufsalltag zu erläutern und zu evaluieren,
- Finanzmanagementkonzepte zu erstellen, kritisch zu hinterfragen und anzuwenden,
- Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung in praktische Anwendung zu übersetzen und eigenständig Lösungen zu Herausforderungen im Berufsalltag zu erarbeiten.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Inhalt:

Zunächst werden im Modul die Grundlagen für ein umfassendes Verständnis des Finanzmanagements und dessen Zielen gelegt. Hierfür werden zum einen die Grundlagen der Investitionsrechnung, bspw. Berechnung des Return on Investment und der Kapitalwertmethode, behandelt. Zum anderen wird Grundlagenwissen zur Finanzierung durch bspw. die Behandlung der Kapitalstrukturentscheidungen sowie der Möglichkeiten zur Deckung des Kapitalbedarfs durch Eigen- und Fremdfinanzierung bzw. Innen- und Außenfinanzierung aufgebaut. Anschließend wird die Finanzierung von Organisationen über den Lebenszyklus hinweg diskutiert, wobei besonderes Augenmerk auf die Start-up Finanzierung, die Finanzplanung und die Insolvenz gelegt wird. Aktuelle Finanzierungsinstrumente, wie bspw. das Crowdfunding, werden durch Fallstudien analysiert und diskutiert. Des Weiteren werden die Besonderheiten des Finanzmanagements im öffentlichen Sektor thematisiert, da diese für Kulturbetriebe in Deutschland von besonderer Bedeutung sind (Kameralistik, Haushaltswesen, Zinspolitik). Ebenso werden die Besonderheiten des Finanzmanagements im Dritten Sektor (Nonprofit Sektor) besprochen, wobei der Fokus auf dem Finanzierungsmix und der Generierung von Eigen- und Drittmitteln durch Kulturbetriebe liegt. Besonderheiten der Finanzierung wie bspw. Capital Campaigns oder Fundraising für gemeinnützige Kulturbetriebe werden analysiert und anhand von Fallstudien und Beispielen diskutiert. Sektorübergreifend werden Quellen zur Akquisition von öffentlichen und privaten Fördergeldern aufgezeigt und der Aufbau eines Förderantrages geübt.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Vorlesung mit Übungen
- Praktikervorträge
- Fallstudien
- Gruppenarbeit (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 22.10.2018]

Literatur:

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

- Bieg, H. et al. (2015): Finanzierung, 3. Auflage, Vahlen
- Peffekoven, R., Einführung in die Grundbegriffe der Finanzwissenschaft, 3. Auflage, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1996
- Backhaus, K. & Werthschulte, H. (Hrsg.) Projektfinanzierung, akt. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Bals, H. (2011): Neue Haushaltssteuerung, in: Handbuch zur Verwaltungsreform, 4. Aufl., hrsg. von Bernhard Blanke u.a., Springer, Wiesbaden, S. 395-407.
- Beccarelli, C. (2005): Finanzierung von Museen, Haupt Verlag, Bern, Stuttgart, Wien
- 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.
- Eichhorn, P. (1993): Verwaltungskameralistik und Kostenrechnung, in: Das neue Öffentliche Rechnungswesen, hrsg. Von Brede, H., Buschor, E., Nomos, Baden-Baden, S. 107-117
- Frohne, J. et al. (2015): Kultursponsoring, Springer, Wiesbaden
- Lücke, M. (2016): Crowdfunding: Neue Finanzierungsform für kulturelle Projekte oder Medienhype? in: Zeitschrift für Kulturmanagement, Jg. 1 (1), S. 75-93,
- 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. (2010): Kulturfinanzierung, Springer, Wiesbaden
- Hausmann, A.: Kunst- und Kulturmanagement, Verlag für Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage
- Heinrichs, W.: Kulturpolitik und Kulturfinanzierung, München, aktuelle Auflage
- Hierl, S. & Huber, S. (2008): Rechtsformen und Rechtsformwahl: Recht, Steuern, Beratung, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Klein, A. (2011): Der exzellente Kulturbetrieb, Springer, Wiesbaden
- Perridon, L. (2012): Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen-Verlag, München
- Prätsch, J. et al. (2012): Finanzmanagement, 4. Auflage, Springer, Wiesbaden
- Scheidewind (2013): Controlling im Kulturmanagement, Springer, Wiesbaden
- Scheuerle, T. et al. (2013). Social Entrepreneurship in Deutschland: Potentiale und Wachstumsproblematiken. Heidelberg: Center für soziale Investitionen und Innovationen der Universität Heidelberg.
- Singer, O. (2003): Die Förderung von Kunst und Kultur, in: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Nr. WF X-060/03, S. 1-50
- Stahl, B. (2014), Stakeholderorientierte Führung großer Stiftungen: Ein kausalanalytischer Erklärungsansatz der Stiftungsperformance, Springer Gabler, Leipzig.
- Vogelsang, E., Fink, C. & Baumann, M. (2013): Existenzgründung und Businessplan, Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-Ups. 2. bearbeitete Aufl., Erich Schmidt Verlag, Göttingen
- Vilian, M. (2001): Finanzierungslehre für Nonprofit-Organisationen, Springer, Wiesbaden
- Wigand, K., Heuel, M., Stolte, S., Haase-Theobald, C. (2011): Stiftungen in der Praxis, Recht, Steuern, Beratung, Gabler Verlag, Wiesbaden
- Zimmer, A., Priller, E.: Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Springer, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 22.10.2018]

Kultur und Didaktik

Modulbezeichnung: Kultur und Didaktik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-230
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Die Art und Dauer der Prüfung wird beim jeweiligen Angebot im Modulkatalog geregelt.
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-230 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MAKM-130 Kulturpolitik und Kultursoziologie [letzte Änderung 25.10.2018]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Jörg Abbing
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen Didaktischer Vertiefungsbereich: Die Studierenden sind in der Lage:

- Lehr- und Lernprozesse im Instrumental- bzw. Gesangsunterricht zu analysieren und zu bewerten
- theoretische Hintergründe kultureller Bildungsarbeit darzustellen und im Hinblick auf ihre Relevanz für die Praxis einzuschätzen

Lernziele/Kompetenzen Konzertpädagogisches Projekt: Die Studierenden sind in der Lage:

- die organisatorischen Voraussetzungen für die Durchführung eines konzertpädagogischen Projekts einzuschätzen und in konkreten Planungsprozessen angemessen zu berücksichtigen
- didaktische Grundlagen der Konzertpädagogik bei der Konzeption eines konzertpädagogischen Projekts angemessen zu berücksichtigen
- einfache szenische oder organisatorische Aufgaben während der Aufführung eines Konzerts mit pädagogischem Konzept zu übernehmen

Lernziele/Kompetenzen Hauptseminar Musikpädagogik Die Studierenden sind in der Lage:

- anhand eines fundierten Überblicks über ein ausgewähltes Thema der Musikpädagogik Kontexte herstellen zu angrenzenden wissenschaftlichen Diskursen sowie zu realen Unterrichtssituationen,
- bestimmte Aspekte des Themas eigenständig vertiefen und differenzieren,
- die Praxisrelevanz der Thematik einschätzen und konkrete Handlungsoptionen entwickeln.

Lernziele/Kompetenzen Didaktik der Erwachsenenbildung 1

Die Studierenden sind in der Lage:

- anhand eines Überblicks über verschiedene musikpädagogisch relevante Handlungsfelder und Institutionen der Erwachsenenbildung ihr potentiell zukünftiges Berufsfeld in Bezug zu ihren eigenen Neigungen und Fähigkeiten setzen,
- grundlegende lernpsychologische und didaktische Problemstellungen in der Fort- und Weiterbildung sowie in der Hochschullehre reflektieren,
- für verschiedene, auch heterogene Lerngruppen ein zielgruppengerechtes Methodenrepertoires anwenden.

Lernziele/Kompetenzen Didaktik der Erwachsenenbildung 2 Die Studierenden sind in der Lage:

- Lehrveranstaltungen in der Erwachsenenbildung systematisch beobachten und evaluieren,
 - ihre eigenen Rolle(n) als Dozent/in reflektieren,
 - ihre kommunikativen Kompetenzen in dialogischen und virtuell dialogischen Kommunikationsprozessen (Hörverstehen/Hörhandeln und Sprechdenken/Sprechhandeln) anwenden.
 - ein Projekt zu konzipieren und umzusetzen,
 - Bezugswerke didaktisch analysieren und geeigneter Methoden für die Vermittlung an unterschiedliche Zielgruppen auswählen,
- anhand strukturierter Dokumentationen und Reflexionen die Vor- und Nachteile getroffener Entscheidungen einschätzen.

Lernziele/Kompetenzen Musikpädagogisches Projekt

Die Studierenden sind in der Lage:

- ein Projekt zu konzipieren und umzusetzen,
- Bezugswerke didaktisch analysieren und geeigneter Methoden für die Vermittlung an unterschiedliche Zielgruppen auswählen,
- anhand strukturierter Dokumentationen und Reflexionen die Vor- und Nachteile getroffener Entscheidungen einschätzen.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Inhalt:

Inhalt Didaktischer Vertiefungsbereich:

- Beobachtung und Nachbesprechung von instrumental- bzw. vokalpädagogischen Lehrproben mit verschiedenen Zielgruppen und in unterschiedlichen Genres
- theoretische Grundlagen kultureller Bildungsarbeit in verschiedenen Settings sowie mit verschiedenen Zielgruppen und unterschiedlichen Genres, insbesondere im Bereich der Instrumental- bzw. Vokalpädagogik

Inhalt Konzertpädagogisches Projekt:

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

Inhalt Hauptseminar Musikpädagogik,

- Überblick über die jeweils gewählte Thematik anhand repräsentativer Literatur sowie eigener Überlegungen
- Vertiefung, Differenzierung und Diskussion ausgewählter Aspekte des Themas
- Beleuchtung des Praxisbezugs Inhalt Didaktik der Erwachsenenbildung 1
- Strukturen, Kontexte, Programme und ideologische Ausrichtung maßgeblicher Institutionen der Erwachsenenbildung

- Anforderungen an die Erwachsenenbildung und Methoden der Umsetzung

- Selbst- und Fremdwahrnehmung

- Psychologie des Alterns

Inhalt Didaktik der Erwachsenenbildung 2

- Methoden empirischer Bildungsforschung, Kommunikationstheorien. Inhalt Musikpädagogisches Projekt
- Planung, Durchführung, Dokumentation und Reflexion eines musikpädagogischen Projekts in Kooperation mit umliegenden Schulen oder Musikschulen.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Projektanteile (Konzertpädagogisches Projekt)

[letzte Änderung 22.10.2018]

Literatur:

- Brandstätter, U. (2004): Bildende Kunst und Musik im Dialog. Ästhetische, zeichentheoretische und wahrnehmungspsychologische Überlegungen zu einem kunstspartenübergreifenden Konzept ästhetischer Bildung, Augsburg: Wissner.
- Brandstätter, U. (2013): Erkenntnis durch Kunst. Theorie und Praxis der ästhetischen Transformation, Wien: Böhlau.
- Stiller, B. (2008): Erlebnisraum Konzert. Prozesse der Musikvermittlung in Konzerten für Kinder, Regensburg: ConBrio.
- Wimmer, C. (2010): Musikvermittlung im Kontext. Impulse – Strategien – Berufsfelder, Regensburg: ConBrio.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Kulturmarketing und Kommunikationspolitik

Modulbezeichnung: Kulturmarketing und Kommunikationspolitik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-210
SWS/Lehrform: 2V+2S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit mit Präsentation(en)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-210 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MAKM-305 3klang Campusradio [letzte Änderung 25.10.2018]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- 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 22.10.2018]

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:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

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 22.10.2018]

Literatur:

- Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler, neueste Auflage.
- Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen, Stuttgart: Kohlhammer, neueste Auflage.
- Fischer, W. B.: Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte, Bern: Haupt, neueste Auflage.
- Fuchs, W., Unger, F.: Management der Marketing-Kommunikation, Berlin Heidelberg: Springer Gabler, neueste Auflage.
- Günter, B., Hausmann, A.: Kulturmarketing, Wiesbaden: Springer Fachmedien, neueste Auflage.
- Hausmann, A.: Kunst- und Kulturmanagement, Wiesbaden: Springer Fachmedien, neueste Auflage.
- Kotler, P. et al: Grundlagen des Marketing. München: Pearson Studium, neueste Auflage.
- Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen, neueste Auflage.
- Meffert, H. et al.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler, neueste Auflage.
- Meffert, Heribert et al.: Internationales Marketing-Management, Stuttgart: Kohlhammer, neueste Auflage.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Kulturpolitik und Kultursoziologie

Modulbezeichnung: Kulturpolitik und Kultursoziologie
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-130
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur (60 Minuten) und schriftliche Ausarbeitung
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-130 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MAKM-230 Kultur und Didaktik [letzte Änderung 25.10.2018]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Simone Odierna
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 23.10.2018]
Lernziele: Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten in Bezug auf folgende Themen: Ethische Fragen und Oberbegriffe:

Die Studierenden sind in der Lage

- Die Relevanz der Integration von ethischen Fragen (z.B. Interkulturalität, Interreligiösität, Intergenerationalität, Inklusion von Kindern, Jugendlichen und älteren Menschen sowie Menschen mit Disabilities, Gender- und Queer-Debatte im Kulturbereich und in der Kulturpolitik darzustellen und in einen größeren (gesellschaftspolitischen) Zusammenhang zu bringen.

A Kulturpolitik

Die Studierenden

- kennen das System kulturpolitischer Steuerung in der Bundesrepublik, den Ländern und Kommunen und können die rechtlichen und politischen Grundlagen skizzieren,
- kennen die Möglichkeiten der kulturpolitischen Gestaltung(-sfähigkeit) auf der lokalen, regionalen und interregionalen Ebene und können Abwendungsbeispiele darstellen.
- gewinnen erste Einblicke in die Grundlagen der Kulturpolitik und den kulturpolitischen Sektor, verstehen dessen Besonderheiten im Vergleich zu anderen Politikfeldern und können diese verständlich darstellen,
- können die spezifischen Fragestellungen der Kulturpolitik und -soziologie analysieren und können diese präsentieren,
- entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für zielgruppenorientierte Kulturpolitik unter Berücksichtigung der zielgruppenspezifischen Zugänge zu „Kultur“ und können für verschiedene Zielgruppen exemplarisch sektorenspezifische, kulturpolitische Konzepte entwerfen und Umsetzungsschritte planen und diese vor der Gruppe präsentieren,
- gewinnen einen ersten Einblick in die ökonomischen und sozialen Dimensionen des Kulturmanagements und können diese in einen größeren gesellschaftspolitischen Zusammenhang stellen,#
- kennen die Arbeit von kulturpolitischen Akteuren - auch im Netz und können Strategien der Nutzung der kulturpolitischen Arbeit in Kommune, Land und auf Bundesebene sowie im Netz anhand von Beispielen darstellen.

B Kultursoziologie

Die Studierenden

- kennen Analysen des Verhältnisses von Kultur und Gesellschaft und können dieses in einen größeren gesellschaftlichen Zusammenhang stellen,
- kennen die Grundlagen der Kultursoziologie mit besonderer Berücksichtigung von kulturellen Akteuren, Institutionen, Organisationen und Netzwerken und können sie darstellen,
- kennen Beispiele von kultursoziologische Analysen aktueller Szenen und Milieus (Szenen, Eventkultur,..) und können exemplarisch praktische Beispiele vorstellen,
- gewinnen Einblicke in die verschiedenen Formen der Kulturproduktion und des Kulturkonsums und können Beispiele für eine Nutzung im Kulturmanagement entwerfen,
- kennen überblicksweise die Probleme der Vergesellschaftung, Vermittlung, Rezeption und Aneignung von Kultur und können diese anhand von Beispielen beschreiben,
- kennen internationale und interkulturelle Bezüge und können sie in einen größeren Zusammenhang stellen

Die Studierenden kennen:

- die internationalen Institutionen und Organisationen im kulturpolitischen Bereich unter bes. Berücksichtigung des Raumes SaarLoLux und können diese vorstellen,
- Beispiele der Arbeit aus internationalen Institutionen, Organisationen und Netzwerken im kulturpolitischen Bereich, und kennen deren juristische Grundlagen und Strategien wie in ihnen gearbeitet werden kann und können diese vorstellen.

Berufspraktische Bezüge:

Die Studierenden sind in der Lage:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

Inhalt:

Ethische Fragen und Oberbegriffe:

Integration von ethischen Fragen zu Kulturpolitik und Kultursociologie 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 Kultursociologie

- Grundlagen der Kultursociologie: Begriffe, Bedeutung, Einordnung in die Soziologie, Stand der Forschung und Lehre
- Verhältnis von Kultur und Gesellschaft: Enkulturation
- Akkulturation
- Akteure in der Kultursociologie: Produzenten, Mittler, Rezipienten, Medien

[letzte Änderung 22.10.2018]

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 22.10.2018]

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.) (Ifd): Kulturpolitische Mitteilungen, Bonn.
- Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.) (Ifd.): Jahrbuch für Kulturpolitik. (Jahrgänge ab 2006 ff) Essen.
- Moebius, Stephan, u.a. (Hsg.) (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 22.10.2018]

Kulturwissenschaft und Geschichte

Modulbezeichnung: Kulturwissenschaft und Geschichte
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-140
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-140 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für kulturhistorische und/oder kulturwissenschaftliche Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen Bezügen [letzte Änderung 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. phil. Christian Bauer
Dozent: Katharina Hary, M.A. [letzte Änderung 06.11.2019]

Lernziele:

Die Studierenden lernen sich mit wissenschaftlich-theoretischen Ansätzen, Schlüsselbegriffen und den zentralen Feldern der Kulturgeschichte und Kulturwissenschaft auseinanderzusetzen und kulturgesellschaftliche Phänomene inhaltlich und zeitlich einzuordnen. Dies geschieht mittels einer wissenschaftlich-theoretischen Auseinandersetzung mit „Kultur“ im weitesten Sinne, mittels der wissenschaftlich-theoretischen Erforschung und Darstellung des geistig-kulturellen Lebens in unterschiedlichen Zeiträumen sowie der wissenschaftlich-theoretischen Auseinandersetzung mit verschiedenen Kulturtheorien aus verschiedenen Jahrhunderten. Die Studierenden sind in der Lage:

- sich wissenschaftlich-theoretisch mit dem Kulturbegriff auseinanderzusetzen
- die Vieldeutigkeit des Kulturbegriffes zu kennen und diesen, je nach Kontext, richtig einzuordnen
- kulturgesellschaftliche Phänomene einzuordnen (inhaltlich und zeitlich)
- verschiedene Kulturtheorien zu benennen und inhaltlich zu kennen
- die inhaltlichen Grundlagen der übergeordneten Themengebiete der Kulturwissenschaft (Erinnerung und Gedächtnis, Identität und kollektive Identität, Zeichen und Symbole, Medien, Zeit und Raum) zu kennen
- sich eigenständig verschiedenen Themengebieten der Kulturwissenschaft auch interdisziplinär anzueignen (bspw. aus dem Blickwinkel der Bildenden Kunst und aus dem Blickwinkel der Musik)
- zu wissen, worum es geht, wenn man von Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte spricht

[letzte Änderung 22.10.2018]

Inhalt:

Kulturwissenschaft und Kulturgeschichte sind Überbegriffe für eine Vielzahl von verschiedenen Themen, denn alles, was vom Menschen erschaffen wurde, fällt unter den Begriff der „Kultur“. Inhaltlich soll daher auch die wissenschaftlich-theoretische Auseinandersetzung mit dem vielschichtigen Kulturbegriff und der richtigen, kontextbezogenen Einordnung, auf dem Plan stehen. Da Kultur alle Bereiche des menschlichen Lebens tangiert, ist das Fach auch interdisziplinär angelegt. Es umfasst Inhalte aus den der Kunstgeschichte, der Musik-, Sprach-, Kunst- und Medienwissenschaft(en) sowie der Sozialwissenschaft. Inhaltlich sollen daher die inhaltlichen Grundlagen der interdisziplinär ausgerichteten, kulturwissenschaftlich relevantesten Themenbereiche (Erinnerung und Gedächtnis, Identität und kollektive Identität, Zeichen und Symbole, Medien, Zeit und Raum) vermittelt sowie zu den jeweiligen Themenbereichen passenden Kulturtheorien nähergebracht werden. Zu jedem Themenbereich gibt es mindestens ein Referatsthema, das sich dem übergeordneten Thema (bspw. Zeichen und Symbole) widmet, wodurch eine inhaltliche Vertiefung stattfindet.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Im Seminar werden an Hand exemplarischer Themenstellungen kulturwissenschaftliche und kulturhistorische relevante Themenfelder erarbeitet und vorgestellt; bedeutende kulturgeschichtliche und kulturwissenschaftliche Theorien werden besprochen und diskutiert.

[letzte Änderung 22.10.2018]

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 2002.
- Michael Maurer: Kulturgeschichte. Eine Einführung. Köln 2008.
- Achim Landwehr: Kulturgeschichte. Stuttgart 2009.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Master-Thesis

Modulbezeichnung: Master-Thesis
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-320
SWS/Lehrform: -
ECTS-Punkte: 22
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Abschlussarbeit
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-320 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 660 Arbeitsstunden.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MAKM-250 Seminar zum Kulturmanagement [letzte Änderung 22.10.2018]
Sonstige Vorkenntnisse: Inhalte der Fachmodule aus den vorangegangenen Semestern [letzte Änderung 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Prof. Dr. Nicole Schwarz [letzte Änderung 19.10.2018]

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 22.10.2018]

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 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Schriftl. Ausarbeitung

[letzte Änderung 22.10.2018]

Literatur:

Abhängig von der Themenstellung

[letzte Änderung 22.10.2018]

Nonprofit Management

Modulbezeichnung: Nonprofit Management
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-110
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Min.)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-110 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MAKM-307 Service Learning im Nonprofit Management [letzte Änderung 25.10.2018]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Hellen Gross
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls fachlich in der Lage sein:

- die Relevanz des NPO-Sektors einzuschätzen und an Beispielen zu belegen,
- Fragestellungen und Besonderheiten des Management von NPO zu erläutern, zu analysieren, zu diskutieren und vom Management von Unternehmen abzugrenzen,
- betriebswirtschaftliche Methoden und Konzepte auf den Nonprofit Sektor zu übertragen,
- das Instrumentarium des Nonprofit Managements sowohl theoretisch zu erläutern und zu diskutieren als auch auf praktische Management Fragestellungen anzuwenden,
- NPO-spezifische Konzepte zu analysieren, zu beurteilen, selbst zu entwickeln und zu präsentieren,
- Theorien, Thesen und Erkenntnisse im Bereich Nonprofit Management kritisch zu diskutieren,
- aktuelle Forschungserkenntnisse im Nonprofit Management darzustellen und Forschungserkenntnisse auf die Nonprofit Praxis anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich Sozialkompetenzen in der Lage sein:

- eigenständige Argumentationen zu entwickeln und zu präsentieren,
- im Team theoretische und praktische Fragestellungen zu lösen, sich dabei selbst zu organisieren und Konflikte zu lösen (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft),
- effizienter zu kommunizieren sowie die Interaktion mit Externen und Gruppen effizient und effektiv zu steuern,
- mit den unterschiedlichen, modernen Präsentationstechniken umzugehen,
- komplexe wissenschaftliche und praktische Texte zu verstehen und auf praktische Problemstellungen anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich berufspraktischer Kompetenzen in der Lage sein:

- mögliche Berufsbilder im Nonprofit Sektor und deren Herausforderungen im Berufsalltag zu erläutern und zu evaluieren,
- Managementkonzepte zu erstellen, kritisch zu hinterfragen und anzuwenden,
- Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung in praktische Anwendung zu übersetzen und eigenständig Lösungen zu Herausforderungen im Berufsalltag zu erarbeiten.

[letzte Änderung 25.10.2018]

Inhalt:

Das Modul stellt eine Einführung in das Management von Nonprofit-Organisationen (NPO) dar. Dabei erfolgt zunächst eine Beschreibung und Analyse des Nonprofit-Sektors, die beispielsweise die Relevanz des Sektors sowie unterschiedliche Tätigkeitsfelder umschließt.

Im Anschluss wird auf das Management von NPO in den Funktionen Nonprofit Governance und Führung, Nonprofit Personalmanagement, Nonprofit Marketing, Fundraising Management, Nonprofit Accounting und Finanzmanagement sowie NonprofitPartnerschaften eingegangen.

Damit bietet das Modul einen theoretischen Bezugsrahmen für das Management von NPO. Die Besonderheiten im Vergleich zum Management eines privaterwerbswirtschaftlichen Unternehmens werden herausgestellt. Möglichkeiten und Grenzen der Übertragbarkeit betriebswirtschaftlicher Methoden auf den NPO-Sektor werden dabei deutlich.

Durch aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse werden Lösungsansätze zu praktischen Fragestellungen des Nonprofit Managements untermauert und mit den Studierenden kritisch diskutiert. Die praktischen Fragestellungen werden anhand aktueller Beispiele aus nationalen und internationalen Nonprofit Organisationen aufbereitet. Durch Fallstudien werden die Anwendung des Erlernten und ein realistischer Blick auf die aktuelle Berufspraxis in einer Nonprofit Organsiation ermöglicht.

Des Weiteren werden wissenschaftliche Texte und theoretische Ansätze im Bereich des Nonprofit Management erarbeitet und diskutiert.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Vorlesung mit Übungen
- Praktikervorträge
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit (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 25.10.2018]

Literatur:

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

- 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-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
- Beccarelli, C.: Finanzierung von Museen: Theorie und Anwendung am Beispiel der Schweizer Museumslandschaft, Bern, 2005
- 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
- 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: Tschulin, 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
- 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
- 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
- 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 25.10.2018]

Projekt- und Prozessmanagement

Modulbezeichnung: Projekt- und Prozessmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-240
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-240 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MAKM-306 Kulturreisen [letzte Änderung 25.03.2020]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Dominik Schug [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- grundlegende Begriffe und Kenntnisse des Projektmanagements unter Berücksichtigung des Non-Profitbereichs wiederzugeben, zu beschreiben und in einen größeren Zusammenhang zu bringen,
- die wichtigsten Bereiche und Methoden des Projektmanagements abzubilden und darzustellen,
- unter Anwendung der im Modul erworbenen theoretischen Ansätze und Methoden Projekte (und Projektziele) zu konkretisieren, zu planen und erfolgreich zu realisieren,
- die Prozessschritte entlang der Leistungserstellung zu bestimmen und dabei die Besonderheiten und Herausforderungen des Kulturmanagements in ihre Lösungen zu integrieren,
- einzelne Prozessschritte mit Hilfe von Softwareanwendungen zu modellieren (ARIS, MS- Project) und abzubilden,
- Projekte im Team zu organisieren, durchzuführen und ihre sozialen Kompetenzen, wie Team- und Kommunikationsfähigkeit, insbesondere in einem interdisziplinären Umfeld, ziel- und konfliktlösungsorientiert miteinzubringen,
- unter Anwendung eines strukturierten Risiko- und Erwartungsmanagements Gefahren für den Projekterfolg sowie Missverständnisse frühzeitig zu identifizieren, ihnen vorzubeugen, und sie gegebenenfalls abzuwenden,
- die in der Vorlesung erarbeiteten Inhalte anhand selbstgewählter/vorgegebener Literatur selbstständig zu vertiefen.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Inhalt:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

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.
- Litke, H.: Projektmanagement – Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, 4. Aufl.; Hanser, München, 2004
- 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 22.10.2018]

Projekte aus der Kulturwirtschaft

Modulbezeichnung: Projekte aus der Kulturwirtschaft
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-150
SWS/Lehrform: 4PA (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit mit Präsentation(en)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-150 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Prof. Dr. Nicole Schwarz
[letzte Änderung 22.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind 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 22.10.2018]

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 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Projektarbeit in Gruppen.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Literatur:

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

Beispielliteratur:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

Seminar zum Kulturmanagement

Modulbezeichnung: Seminar zum Kulturmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-250
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-250 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 22.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: MAKM-320 Master-Thesis [letzte Änderung 22.10.2018]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- 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 22.10.2018]

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 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Fallstudien
- Gruppenarbeit
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 22.10.2018]

Literatur:

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

[letzte Änderung 22.10.2018]

Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen

Modulbezeichnung: Wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-120
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-120 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Hellen Gross
Dozent: Dozenten des Studiengangs
 [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls fachlich in der Lage sein:

- aktuelle Entwicklungen in den wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen von Kulturbetrieben zu analysieren, zu diskutieren und an Beispielen zu belegen,
- angemessene Managementmethoden für die jeweiligen wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen auszuwählen, zu erläutern und anzuwenden,
- Problemstellungen für Kulturbetriebe an der Schnittstelle zu Gesellschaft, Markt und Staat zu erläutern und eigenständige Lösungsansätze zu erarbeiten und zu präsentieren,
- Theorien, Thesen und Erkenntnisse im Kulturmanagement mit Blick auf die Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und genannte Schnittstellen kritisch zu diskutieren, eigenständige Lösungskonzepte zu erarbeiten und zu präsentieren,
- rechtliche Rahmenbedingungen insb. Grundlagen des deutschen Veranstaltungsrechts zu erläutern und auf konkrete Fälle anzuwenden,
- selbständig mit Gesetzestexten umzugehen, die einzelnen Vorschriften auszulegen und sie zueinander in Bezug zu setzen,
- Rechtsbeziehungen zwischen den Stakeholdern des Kulturbetriebes zu analysieren und anhand aktueller rechtlicher Vorgaben und Gesetze zu bewerten.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich Sozialkompetenzen in der Lage sein:

- eigenständige Argumentationen zu entwickeln und zu präsentieren,
- im Team theoretische und praktische Fragestellungen zu lösen, sich dabei selbst zu organisieren und Konflikte zu lösen (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft),
- effizienter zu kommunizieren sowie die Interaktion in Gruppen effizient und effektiv zu steuern,
- mit den unterschiedlichen, modernen Präsentationstechniken umzugehen,
- komplexe wissenschaftliche und praktische Texte zu verstehen und auf praktische Problemstellungen anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich berufspraktischer Kompetenzen in der Lage sein:

- Herausforderungen im Berufsalltag eines Kulturmanagers an den Schnittstellen zu Gesellschaft, Markt und Staat zu erläutern und zu evaluieren,
- Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung in praktische Anwendung zu übersetzen und eigenständig Lösungen zu Herausforderungen im Berufsalltag zu erarbeiten.

[letzte Änderung 25.10.2018]

Inhalt:

Das Modul stellt den Kulturbetrieb als Teil seiner wirtschaftlichen und rechtlichen Umwelt dar.

Dabei werden die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen anhand der Schnittstellen zwischen Kulturbetrieb und Gesellschaft, Staat sowie privatwirtschaftlichem Markt aufgezeigt und die Auswirkungen von Veränderungen der rechtlichen, politischen, ökonomischen, technologischen und sozialen Rahmenbedingungen diskutiert. Aktuelle Entwicklungen sowie Markt- und Wettbewerbsparameter werden im regionalen, nationalen und internationalen Kontext diskutiert.

Innerhalb der Schnittstellen werden aktuelle und vertiefende Themen behandelt, wie das Verhältnis zwischen Staat und Kultur, der Wirtschaft und Kultur sowie der Gesellschaft und Kultur. Durch aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung und Beispielen der Praxis werden gemeinsam mit den Studierenden die Herausforderungen der jeweiligen Verhältnisse herausgearbeitet. Hierzu zählen bspw. die Anwendung von „Public Private Partnerships“ zur Kulturfinanzierung, die „Corporate Cultural Responsibility“ von Unternehmen und das Freiwilligen Engagement der Bürger als wichtiger Stakeholder des Kulturbetriebs. Zu den einzelnen Herausforderungen werden von den Studierenden gemeinsam Lösungsansätze aufgezeigt, diskutiert und präsentiert. Hierbei werden auch die Restriktionen, die bei der Dienstleistungserstellung in der Kulturwirtschaft zu berücksichtigen sind (Dienstleistungskette im Gesamtsystem der Kulturwirtschaft) erarbeitet.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Regelungen des Veranstaltungsrechts werden anhand aktueller Erkenntnisse aus Forschung und Praxis tiefgreifend erläutert und diskutiert. Hierzu zählen bspw.

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

Durch Fallstudien werden die Anwendung des Erlernten und ein realistischer Blick auf die aktuelle Berufspraxis im Kulturbetrieb ermöglicht.

Des Weiteren werden wissenschaftliche Texte und theoretische Ansätze zu wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen erarbeitet und diskutiert.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Praktikervorträge
- Fallstudien
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit (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 22.10.2018]

Literatur:

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

- Aßländer, M. (2011): Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Metropolis, Marburg
- Banitopoulo, E. (2000): Art for Whose Sake? Modern Art Museums and Their Role in Transforming Societies: The Case of the Guggenheim Bilbao, in: Journal for Conservation and Museum Studies, No. 7, Nov. 2000
- Blanke, B. et al. (Hrsg.): Handbuch zur Verwaltungsreform, aktuellste Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Blankart, C. (2008): Öffentliche Finanzen in der Demokratie, 7. Aufl., Vahlen, Berlin
- Bowdin, G., Allen, J., O´Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I., Events Management, Great Britain: Elsevier, aktuellste Auflage
- Carroll, A. (2004): Managing Ethically with Global Stakeholders, in: The Academy of Management Executive, 18(2), 116 ff.
- Crompton, J./Lee, S./ Schuster, T. (2001): A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example, in: Journal of Travel Research 2006, Vol. 40, No. 79, p. 80.
- Frohne, J. et al. (2015): Kultursponsoring, Springer, Wiesbaden
- Gerlach-March, R. (2011): Gutes Theater. Theaterfinanzierung und Theaterangebot in Großbritannien und Deutschland im Vergleich, Springer, Wiesbaden
- Gerlach-March, R. (2012): Kulturfinanzierung, Springer, Wiesbaden
- Gottschalk, I. (2016): Kulturökonomik, 2. Aufl., Springer, Wiesbaden
- Hausmann, A. (2011): Kunst- und Kulturmanagement, Springer, Wiesbaden
- Klein, A. (2011): Der exzellente Kulturbetrieb, Springer
- Lange, B. et al. (2016): Kooperationen zwischen Kreativwirtschaft und Mittelstand, Springer, Wiesbaden
- Letzner, V., Tourismusökonomie – Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Lewinski-Reuter, V. (2008): Bürgerschaftliches Engagement – Bürger als Akteure der kommunalen Kultur und Ausblicke für das Kulturmanagement, in: Lewinski-Reuter, V./Lüddemann, S. (Hrsg.): Kulturmanagement der Zukunft, Springer, Wiesbaden, S. 137-163
- Ritz, A. (2003): Public Private Partnership, in: Eichhorn, P. (Hrsg.): Verwaltungslexikon, 3. Aufl., Baden-Baden: Nomos, S. 858
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Seitanidi, M. M. & Crane, A. (2009): Implementing CSR through partnerships: Understanding the selection, design and institutionalization of nonprofit-business partnerships, Journal of Business Ethics, 85(2), 413-429.
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Steinkellner, V. (2015): CSR und Kultur, Springer, Wiesbaden
- Zimmer, A. (1996): Museen zwischen Markt und Staat, in: Zimmer, A. (Hrsg.): Das Museum als Nonprofit Organisation. Management und Marketing, Frankfurt am Main, Campus, S. 9-22;
- Zimmer, A. & Toepler, S. (1999): The Subsidized Muse: Government and the Arts in Western Europe and the United States, in: Journal of Cultural Economics, Vol. 23, No. 1- 2, pp. 33-49
- Waddock, S. A. (1988): Building Successful Partnerships, Sloan Management Review, 29(4), 17-23.

[letzte Änderung 22.10.2018]

Kulturmanagement Master Wahlpflichtfächer

3klang Campusradio

Modulbezeichnung: 3klang Campusradio
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-305
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-305 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 1. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MAKM-210 Kulturmarketing und Kommunikationspolitik [letzte Änderung 25.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Jörg Abbing
Dozent: Prof. Dr. Nicole Schwarz Prof. Dr. Jörg Abbing [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- innerhalb des Campusradio-Projekts Sendetexte zu erarbeiten und auch ggf. selbst zu präsentieren
- im Bereich des Marketings und der Vermittlung von Radiokunst initiativ tätig zu sein
- selbstständig an der Novellierung vorhandenen Sendeformaten des Campusradios tätig zu sein
- den Campusradio-Sender in der Öffentlichkeit kommunikativ darzustellen
- Erhebungen zur Qualitätsverbesserung des Radioprogramms zu erstellen und diese in die unterschiedlichen Sendeformate konzeptionell einzubringen
- die technischen Voraussetzungen zum Erstellen eines Internetradiodienstes zu beherrschen und einzusetzen
- unter Anwendung der im Modul theoretisch erworbenen Kenntnisse kleinere Marketing-Fragestellungen in Form von Fallstudien aus der Praxis selbstständig zu bearbeiten.

[letzte Änderung 25.10.2018]

Inhalt:

- Marketing-Strategien für den Betrieb von Internetradiosendern
- Ideen zur Strukturierung und Konsumentenorientierten Erstellung von Sendeformaten eines Streaming-Dienstes
- Sprachkompetenz-Coaching
- Methodische Umsetzung von Vermittlungsstrategien für klassische Musik und Jazz
- Erstellung von regionalen Magazinbeiträgen, regionales „Event-Scanning“
- Grundlagen des speziellen Radio-Marketings.

[letzte Änderung 25.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Projektarbeit, Team-Kolloquien und Einzelarbeit im 3klang-Campusradio-Studio der htw saar

[letzte Änderung 25.10.2018]

Literatur:

- Webers, J. (2007): Handbuch der Tonstudioteknik: Analoges und digitales Audio Recording bei Fernsehen, Film und Rundfunk. Pöng: Franzis.
- Föllmer, G. und Thiermann, S. (Hg., 2006): Relating Radio. Communities. Aesthetics. Access. Beiträge zur Zukunft des Radios. Leipzig: spector books.
- Geißler, F. (1997): Neue Musik und Medien. Altenburg: Kamprad.
- Riegler, T. (2014): Internetradio: Grenzenlose Programmviefalt. Baden-Baden: vth-Verlag.
- Hellmann, K. (2001): Internetradio: Marktstrukturen und Unternehmensstrategien. Norderstedt: Diplomica-Verlag.

[letzte Änderung 25.10.2018]

Ausgewählte Themen der BK

Modulbezeichnung: Ausgewählte Themen der BK
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-315
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung, Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-315 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert sind erste Kenntnisse im Bereich der Epochen- und Stilkunde. [letzte Änderung 23.10.2018]
Als Vorkennntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. phil. Christian Bauer
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 06.11.2019]

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.
- 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 23.10.2018]

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. Währenddessen entwickeln, erweitern und vertiefen die Studierenden ihr Grundlagenwissen zu den Epochen der Bildenden Künste, den kunsttheoretischen Ansätzen der verschiedenen Jahrhunderte sowie der kunsthistorischen Quellenkunde.

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Gruppenarbeit
- Quellenkunde
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen
- Tagesexkursion(en)

[letzte Änderung 23.10.2018]

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 23.10.2018]

Eventmanagement

Modulbezeichnung: Eventmanagement
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-311
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-311 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 23.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 28.04.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- insbesondere Event-Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für das Event-Management wie die Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Event-Management einzusetzen
- im Rahmen von Projektmanagement zu kooperieren und zu evaluieren (Fokussierung/Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/ Ableitung Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- ein theoretisches Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Events wiederzugeben,
- Zusammenhänge im Event-Management zu erkennen und zu bewerten,
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anzuwenden
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anzuwenden
- ihre kommunikativen Fähigkeiten durch Interaktion mit Externen und Diskussionen in der Gruppe zu verbessern,
- Präsentationstechniken anzuwenden.

[letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

- Entwicklungen und Perspektiven im Event-Management
- Erlebnismarketing
- Ansätze der modernen Konsumtheorie bei Events
- Grundlagen im Event-Management
- Strategisches Marketing von Institutionen im Event-Segment
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- Ansätze der modernen Konsumtheorie im Event-Management
- theoretisches Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Events
- strategisches Marketing von Institutionen im Event-Management
- Einblicke in die Grundlagen im Event-Management kultureller Organisationen
- Analyse und Präsentation ablauf- und aufbauorganisatorischer Fragestellungen in Organisationen im Event-Management

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Fallstudien
- Gruppenarbeit
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.10.2018]

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: Cornelsen, neueste Auflage.
- Opaschowski, H.W., Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden: Springer VS, neueste Auflage.
- Opaschowski, H.W., Freizeitökonomie – Marketing von Erlebniswelten, Opladen: Leske und Budrich, neueste Auflage.
- Opaschowski, H.W., Das gekaufte Paradies, Hamburg: Germa Press, neueste Auflage.
- Schulze, G., Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt: Campus Verlag, neueste Auflage.
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, München: Oldenbourg, neueste Auflage.

[letzte Änderung 23.10.2018]

International Business Communication

Modulbezeichnung: International Business Communication
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-314
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten)+ schriftliche Ausarbeitung und Präsentation (Gewichtung 1:1)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-314 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 23.10.2018]
Lernziele: <ul style="list-style-type: none">• Perfektionierung bestehender Kenntnisse der Allgemeinsprache auf unterem C1-Niveau in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten Sprechen, Schreiben, Hören und Lesen auf der Basis der Behandlung relevanter Fragestellungen der Lebens-, Studien- und Berufsrealität der Studierenden• Ausbau der fachbezogenen Kenntnisse des Englischen auf diesem Niveau• Sensibilisierung für Probleme und zentrale Fragen des fremdsprachlichen Kultur- und Politik- und Wirtschaftsraumes• Sprachniveaubezogener Ausbau der interkulturellen Kommunikationsfähigkeit der Studierenden [letzte Änderung 23.10.2018]

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 23.10.2018]

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 23.10.2018]

Literatur:

- Verwendung freier, vom Dozenten zusammengestellter Materialien (kein Lehrwerk)
- Texte zum Hörverstehen (Audio und / oder Video)
- Zeitungs- und Zeitschriftenartikel der englischsprachigen Presse
- Internetressourcen
- Fachbezogene Multimediaprogramme
- Ergänzende Materialien zum allgemeinen und/oder fachbezogenen Wortschatz und zur Grammatik

[letzte Änderung 23.10.2018]

Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie

Modulbezeichnung: Kultur-, Freizeit- und Tourismusgeographie
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-312
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung, Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-312 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 23.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- 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 23.10.2018]

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 Kulturlandschaftsogenese
 - o Kulturregionen Europas und des Mittelmeerraumes
- Tourismus in unterschiedlichen Kulturräumen und Ökozonen der Erde: Potenziale, Hemmfaktoren und Managementstrategien

[letzte Änderung 23.10.2018]

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 23.10.2018]

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 Casebook: The Geography of Travel and Tourism, 2009
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: 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. (2017): Stadtgeographie. UTB, Aktuelle Auflage
- 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
- Schultz, J. (2016): Die Ökozonen der Erde. UTB, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 23.10.2018]

Kulturreisen

Modulbezeichnung: Kulturreisen
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-306
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart:
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-306 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MAKM-240 Projekt- und Prozessmanagement [letzte Änderung 25.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Prof. Dr. Nicole Schwarz [letzte Änderung 25.03.2020]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage

- selbständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Aufgaben-/ Frage- bzw. Problemstellung aus dem Bereich Kulturtourismus systematisch und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten
- eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,
- ihre Kenntnisse in Projekt- und Prozessmanagement anzuwenden und zu vertiefen,
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Kulturtourismus anzuwenden
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Kulturtourismus zu beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Kulturtourismus zu planen umzusetzen und zu kontrollieren
- im Rahmen von Projektmanagement zu kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anzuwenden
- effizient zu kommunizieren
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anzuwenden
- Ergebnisse der Projektarbeit unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen / regionalen Projekten im Kulturtourismus
- Im Rahmen von Beispielen / Fallstudien aus (inter-) nationalen / regionalen Unternehmen

Berufspraktische Bezüge:

- Managementkonzepte
- Betriebswirtschaftliche Methoden
- Sozialkompetenz

- Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden der verschiedenen Semester und Studiengänge)
- insbesondere Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den Kulturtourismus

Die Studierenden entwickeln die Grundlagen der Teamarbeit weiter, wenden die Erkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens sowie der Motivationstheorien an und setzen moderne Präsentationstechniken ein. Managementkompetenzen werden erweitert und vertieft

Die Studierenden lernen, wie man wissenschaftliche Recherchen durchführt und wissenschaftliche Ausarbeitungen und Dokumentationen im Management erstellt.

[letzte Änderung 25.03.2020]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Aufgaben-/ Frage- bzw. Problemstellung aus dem Bereich des Kulturtourismus. Die Bearbeitung der gestellten Aufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 25.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Projektarbeit in Einzelarbeit oder Gruppen.

[letzte Änderung 25.03.2020]

Literatur:

Basisliteratur:

Einführungsliteratur siehe Modul MAKM-240 „Projekt- und Prozessmanagement“

Stolz, C., Feiler, B. (2018), Exkursionsdidaktik, utb GmbH: Stuttgart

Klein, M. (2015), Exkursionsdidaktik, 3. Aufl., Schneider Verlag Hohengehren GmbH: Baltmannsweiler

Eine intensive weiterführende Literaturrecherche ist notwendig und Teil der Aufgabenstellung.

[letzte Änderung 25.03.2020]

Le français des affaires - langue et communication interculturelle

Modulbezeichnung: Le français des affaires - langue et communication interculturelle
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-304
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Französisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten), schriftl. Ausarbeitung und Präsentation (1:1)
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-304 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Dozent: Dozenten des Studiengangs
<i>[letzte Änderung 25.10.2018]</i>

Lernziele:

Die Absolventen und Absolventinnen:

- verfügen über Sprachkenntnisse im mittleren Bereich des Niveaus B1 des GeR.,
- können die Global- und Detailinformationen mittelschwerer Texte zu allgemeinsprachlichen und am Wirtschaftsfranzösischen orientierten Themen verstehen,
- sind in der Lage, im eigenen Fachgebiet mittelschweren Gesprächen zu folgen und ausgewählte Kommunikationssituationen des französischen Geschäftslebens rezeptiv zu bewältigen,
- verständigen sich mit den ihnen zur Verfügung stehenden sprachlichen Mitteln so, dass sie allgemeinsprachliche und am Geschäftsleben orientierte Gespräche mit Muttersprachlern kommunikativ weitgehend erfolgreich bestreiten können,
- drücken sich schriftlich zu allgemeinsprachlichen und ausgewählten fachsprachlichen Themen weitgehend verständlich und kommunikativ erfolgreich aus,
- können berufs- und fachorientierte Präsentationen halten und die zugehörigen schriftlichen Materialien sprachlich weitgehend angemessen erstellen,
- verfügen über die für die Erfüllung der o.g. Fertigkeiten relevante Grammatik, den allgemeinsprachlichen Grundwortschatz und Teile des Aufbauwortschatzes des Französischen sowie über eine ansatzweise Abdeckung der Wortfelder des Vokabulars des französischen Geschäftslebens,
- weisen eine ansatzweise Sensibilität hinsichtlich der interkulturellen Ausprägungen der Zielländer der frankophonen Welt für eine erfolgreiche Gestaltung relevanter Kommunikationssituationen des täglichen (Geschäfts-)Lebens auf und - damit verbunden
- die Fähigkeit, sich auf die interkulturellen Unterschiede der Länder der frankophonen Welt einzulassen und dort kommunikativ weitgehend erfolgreich zu interagieren.

[letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

- Rezeption mittelschwerer fachsprachenorientierter Lese- und Hörverstehenstexte
- Produktion einschlägiger schriftlicher Textsorten des Französischen (z.B. Handelskorrespondenz, E-Mails, Memos, Lebenslauf und Motivationsschreiben)
- Produktion einschlägiger mündlicher Textsorten des Französischen (z.B. Telefongespräche, Kurzberichte und Verhandlungen mit relativ eng begrenzter thematischer Ausrichtung)
- Behandlung wirtschaftsorientierter Fragestellungen und solcher des Geschäftslebens
- Wortschatzarbeit und Behandlung der (fach)sprachlich relevanten Grammatik
- Multimediale Sprachlaborarbeit
- Rollenspiele und Simulationen mit Bezug auf das Geschäftsleben
- Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen
- Bewusstmachung interkulturell relevanter Zusammenhänge der französischsprachigen Lebens- und Berufswelt
- Erste Einübung interkulturell orientierter Verhandlungsstrategien

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Präsentationsphasen des Dozenten
- Plenumsdiskussionen
- Gruppendiskussionen
- Partnerarbeit
- Phasen der Gruppenarbeit zur Umsetzung von Arbeitsaufträgen an die Studierenden
- Multimediale Sprachlaborarbeit
- Präsentationen der Studierenden
- Kurzvorträge der Studierenden
- Internetrecherchen

[letzte Änderung 23.10.2018]

Literatur:

- Verwendung freier, vom Dozenten zusammengestellter Materialien (kein Lehrwerk)
- Texte zum Hörverstehen (Audio und / oder Video)
- Internetressourcen
- Ergänzende Materialien zum allgemeinen und/oder fachbezogenen Wortschatz und zur Grammatik

[letzte Änderung 23.10.2018]

Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnungen

Modulbezeichnung: Nachhaltiges Kulturmanagement - Akteure, Events und interkulturelle Begegnungen
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-318
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-318 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 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 23.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Dozent: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel [letzte Änderung 23.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- grundlegende Begriffe der Nachhaltigkeit und der Corporate Social Responsibility im Kulturmanagement (Focus: Events) wiederzugeben, zu beschreiben und in einen größeren Zusammenhang zu stellen,
- Potenziale und Herausforderungen bei der Planung und Durchführung nachhaltiger Kulturevents zu analysieren und zu bewerten,
- die Schritte zu einer Planung eines nachhaltiger Kulturevents und interkultureller Begegnung anzuwenden,
- die Aspekte der Inszenierung von Kultur für ökonomische Zwecke, u.a. Tourismus, vor dem Hintergrund der Authentizität kritisch zu erörtern,
- den Aspekt der Legacy von Kulturevents zu erläutern und Handlungsoptionen aufzuzeigen.
- die in der Veranstaltung erarbeiteten Inhalte anhand selbstgewählter/vorgegebener Literatur selbstständig zu vertiefen,
- unter Anwendung der im Modul theoretisch erworbenen Kenntnisse kleinere Konzepte in Form von Fallstudien aus der Praxis selbstständig zu bearbeiten.

[letzte Änderung 23.10.2018]

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 23.10.2018]

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 23.10.2018]

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, Frank

[letzte Änderung 23.10.2018]

Popkultur und Kreativwirtschaft

Modulbezeichnung: Popkultur und Kreativwirtschaft
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-319
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung, Präsentation
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-319 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert: kulturspezifische Vorkenntnisse etwa aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Kulturmanagement, BWL oder einem künstlerischen Fach sowie Praktika im Bereich Popkultur und Kreativwirtschaft. [letzte Änderung 23.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 23.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- das Spannungsverhältnis sowie die Schnittmengen von Kultur/Popkultur und Wirtschaft/Kreativwirtschaft aufzuzeigen
- die Popkultur als ein Motor der Kreativwirtschaft zu definieren
- den Status Quo und das Potenzial der Kreativwirtschaft in Deutschland und Europa zu definieren
- die gesamte Bandbreite der Kreativwirtschaft zu kennen
- die Kreativwirtschaft als einen Metatrend zu definieren
- praxisrelevante Einblicke in und Überblicke über mögliche Arbeitsfelder in der Pop- und Kreativwirtschaft wieder zu geben
- Grundlagen der praktischen Arbeit von Arbeitsfeldern in der Pop- und Kreativwirtschaft zu vermitteln sowie der entsprechende Terminologie
- Arbeitsfelder in der Pop- und Kreativwirtschaft theoretisch zu reflektieren
- Das Thema Popkultur und Kreativwirtschaft in übergeordnete kulturelle, juristische und wirtschaftliche Zusammenhänge einordnen zu können
- Sich im Berufsfeld zu orientieren sowie eigene Berufswünsche die Popkultur in der Kreativwirtschaft betreffend zu überprüfen und zu reflektieren
- die von PopRat, Rockhal und IMMF angebotenen Netzwerke im Bereich der Pop- und Kreativwirtschaft zu nutzen und zu erweitern

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- Status Quo der Kreativwirtschaft in Deutschland, ihrer Bandbreite und der Rolle der Popkultur im Bereich der Kreativwirtschaft
- zum weiten Berufsfeld der Popkultur innerhalb der Kreativwirtschaft
- zum Spannungsfeld zwischen Kreativwirtschaft und durch die öffentliche Hand geförderte Kultur
- zu den realen und möglichen Playern der Pop-Kreativwirtschaft in SaarLorLux
- zu bestimmten konkreten, festzulegenden Berufsfeldern der Pop-Kreativwirtschaft

[letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

Mögliche Inhalte:

- Berufsfelder in der Kreativwirtschaft mit Popbezug: Kreation, Kommunikation und Kulturorganisation
- Pop- und Kulturmanagement/Management in der Kreativwirtschaft
- Popkultur als Motor der Kreativwirtschaft
- Journalismus, Werbung und PR
- Existenzgründung
- Pop- und Kulturförderung
- Kreativwirtschaft und Kultur der öffentlichen Hand
- Förderung der Kreativwirtschaft durch die öffentliche Hand am Beispiel des Kreativzentrums Saar

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Fallstudien mit Playern der Pop- und Kreativwirtschaft
- Gruppenarbeit
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.10.2018]

Literatur:

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

Beispielliteratur:

- Rohrberg, Andrea/Schug, Alexander: Die Ideenmacher – Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (transcript Praxis Guide, 2010)
- Reich, Matthias Peter: Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland: Hype oder Zukunftschance der Stadtentwicklung? (Springer VS, 2013)
- Breitenborn, Uwe/Düllo, Thomas/Birke, Sören (Hrsg.): Gravitationsfeld Pop. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo. (transcript, 2014)
- Mankse, Alexandra: Kapitalistische Geister in der Kultur- und Kreativwirtschaft: Kreative zwischen wirtschaftlichem Zwang und künstlerischem Drang (Gesellschaft der Unterschiede) (transcript, 2015)
- Von Beyme, Klaus: Kulturpolitik in Deutschland: Von der Staatsförderung zur Kreativwirtschaft (Springer VS, 2012)
- Seliger, Berthold: Das Geschäft mit der Musik. Ein Insiderbericht (Edition Tiamat, 2013)
- Renner, Tim: Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie (FUEGO, 2004)
- Renner, Tim/Wächter, Sarah: Wir hatten Sex in den Trümmern und träumten. Die Wahrheit über die Popindustrie (Berlin Verlag, 2013)
- Fuchs, Tanja: Kunst in Zeiten der Kreativwirtschaft: Zwischen Geniemythos und Unternehmertum (Jonas Verlag, 2015)
- Berg, Magnus/Öst, Fredrik: Make Enemies & Gain Fans: The Snask way of becoming a successful creative entrepreneur (August Dresbach Verlag, 2015)
- Kuhne, Tony: Selbständigkeit in der Kreativwirtschaft. Erläuterung des rechtlichen Rahmens als Grundlage einer Unternehmung (GRIN Verlag, 2016)
- Wentz, Jill: Förderung der Kreativwirtschaft (AV Akademikerverlag, 2014)
- Schildhauer, Thomas: Erfolgsfaktor Musikmarketing im Social Web (Kohlhammer Edition Kreativwirtschaft, 2012)

[letzte Änderung 23.10.2018]

Service Learning im Nonprofit Management

Modulbezeichnung: Service Learning im Nonprofit Management
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-307
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Präsentation und schriftliche Ausarbeitung
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-307 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): MAKM-110 Nonprofit Management [letzte Änderung 25.10.2018]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären für Nonprofit-/ Kulturmanagement relevante Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen mit kulturellen oder gemeinwirtschaftlichen Bezügen [letzte Änderung 23.10.2018]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Hellen Gross
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2018]

Lernziele:

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls fachlich in der Lage sein:

- die theoretisch erlernten Inhalte auf eine reale Problemstellung anzuwenden,
- ihre durch das Service Learning-Projekt gesammelten praktischen Erfahrungen in einer NPO kritisch mit der erlernten Theorie abzugleichen,
- im Team das analytische Instrumentarium der Betriebswirtschaftslehre anhand einer konkreten Aufgabenstellung anzuwenden,

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bezüglich Sozialkompetenzen in der Lage sein:

- eigenständige Analysen und Argumentationen zu entwickeln und zu präsentieren,
- im Team praktische Fragestellungen zu lösen, sich dabei selbst zu organisieren und Konflikte zu lösen (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft),
- effizienter zu kommunizieren sowie die Interaktion mit Externen und Gruppen effizient und effektiv zu steuern,
- mit den unterschiedlichen, modernen Präsentationstechniken umzugehen,
- komplexe wissenschaftliche und praktische Texte zu verstehen und auf praktische Problemstellungen anzuwenden.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls bzgl. berufspraktischer Kompetenzen in der Lage sein:

- mögliche Berufsbilder im Nonprofit Sektor und deren Herausforderungen im Berufsalltag zu erläutern und zu evaluieren,
- Managementkonzepte zu erstellen, kritisch zu hinterfragen und anzuwenden,
- ihre gewonnenen Projektmanagementkompetenzen und Teamkompetenzen in weitere Projekte einzubringen,
- Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung in praktische Anwendung zu übersetzen und eigenständig Lösungen zu Herausforderungen im Berufsalltag zu erarbeiten.

[letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

Service Learning ist eine Lehrform, bei der die Studierenden theoretisch vermitteltes Wissen (learning) praktisch in einem gemeinnützigen Kontext anwenden (service). Im Rahmen dieses Moduls bearbeiten die Studierenden in Gruppen verschiedene Service Learning-Projekte in Nonprofit- und/oder Kultur-Organisationen. Das Modul stellt durch das Service Learning-Projekt einen starken Praxisbezug zu den theoretisch vermittelten Inhalten der Veranstaltungen der betriebswirtschaftlichen Studiengänge, hier insb. Kulturmanagement, her. Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, die theoretisch erlernten Inhalte im Rahmen einer realen Problemstellung einer Nonprofit-Organisation aus Saarbrücken oder Umgebung anzuwenden. Die Projektarbeit wird begleitet durch regelmäßige Reflexionssitzungen, in denen die Brücke zwischen Theorie und Praxis hergestellt wird und Studierende ihr Lernen kritisch reflektieren lernen. Das Seminar endet mit der Präsentation der Projektarbeit (Marktplatz).

Ein Prüfungsportfolio ist eine Zusammenstellung unterschiedlicher Prüfungsleistungen mit dem Ziel der Förderung nachhaltigen Lernens. Das Prüfungsportfolio besteht aus Präsentation(en) und Abschlussbericht.

Studierende können im Rahmen des Prüfungsportfolios bereits während des Semesters durch die Abgabe von Individualleistungen und Gruppenarbeiten Punkte erhalten. Nach erfolgreichem Abschluss der Teilnahme an den Seminaren und dem Projekt erhält jeder Teilnehmer zusätzlich ein Zertifikat über das freiwillig geleistete ehrenamtliche Engagement.

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung, Umsetzung und Präsentation)
- Reflexionsübungen
- Rollenspiele
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen
- Theorie-Praxis-Abgleichen
- Analyse von wissenschaftlichen Texten
- Gruppenarbeiten in Übungen

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

[letzte Änderung 23.10.2018]

Literatur:

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

- Andreasen, A.R./Kotler, P.: Strategic Management for Nonprofit Organizations, New Jersey, aktuellste Auflage
- Anheiner, H.K.: Nonprofit Organizations. Theory, Management, Policy, London, aktuellste Auflage
- Badelt, C./Meyer, M./Simsa, R. (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisationen. Strukturen und Management, Stuttgart, aktuellste Auflage
- Beccarelli, C.: Finanzierung von Museen: Theorie und Anwendung am Beispiel der Schweizer Museumslandschaft, Bern, aktuellste Auflage
- Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Stuttgart, aktuellste Auflage
- Buber, R./Faschig, H.: Leitbilder in Nonprofit Organisationen. Entwicklung und Umsetzung, Wien, aktuellste Auflage
- Burnett, K.: Relationship Fundraising – A Donor Based Approach to the Business of Raising Money, San Francisco, aktuellste Auflage
- 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, aktuellste Auflage
- Furco, A. (2002): Is Service-Learning Really Better Than Community Service?, in: Service-Learning: The Essence of the Pedagogy
- Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (Hrsg.): GfK CharityScope. Online verfügbar
- Günter, B.: Kulturmarketing. In: Tschulin, D.K./ Helmig, B. (Hrsg.): Branchenspezifisches Marketing, Wiesbaden, aktuellste Auflage
- Helmig, B./Boenigk, S.: Nonprofit Management, München, aktuellste Auflage
- Helmig, B./Purtschert, R. (Hrsg.): Nonprofit-Management, Wiesbaden, aktuellste Auflage
- Karakas, F., Kavas, M. (2009): Service-learning 2.0 for the 21st century: Towards a holistic model for global social positive change, in: International Journal of Organizational Analysis
- Klein, A.: Projektmanagement für Kulturbetriebe, Wiesbaden, aktuellste Auflage
- Langer, A./Schröer, A. (Hrsg.): Professionalisierung im Nonprofit Management, Bern, aktuellste Auflage
- Lester, S. W., Tomkovic, C., Wells, T., Flunker, L. & Kickul, J. (2005): Does Service-Learning Add Value? Examining the Perspectives of Multiple Stakeholders, in: Academy of Management Learning & Education
- Meier, A.: Informationsmanagement für NPOs, NGOs et.al., Heidelberg, aktuellste Auflage
- Mottner, S. (2010): Service-Learning in a Nonprofit Marketing Course: A Comparative Case of Pedagogical Tools, in: Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing
- Salzman, J.: Making the News: A guide for Nonprofits and Activists, Boulder, aktuellste Auflage
- Sargeant, A.: Marketing Management for Nonprofit Organizations, Oxford, aktuellste Auflage
- Sargeant, A.; Fundraising Management, New York, 2. A., aktuellste Auflage
- Schwarz, P.: Organisation in Nonprofit Organisationen, Grundlagen, Strukturen, Bern, aktuellste Auflage
- Schwarz, P.: Management-Prozesse und -Systeme in Nonprofit Organisationen, Bern, aktuellste Auflage
- Siebart, P.: Corporate Governance von Nonprofit Organisationen – Ausgewählte Aspekte der Organisation und Führung, Bern, aktuellste Auflage
- Steiner, S. D., Watson, M. A. (2006): The Service Learning Component in Business Education: The Values Linkage Void, in: Academy of Management Learning & Education
- Taylor, M. L. (2005): A Service-Learning Kaleidoscope of Insights: Conversations With Mihaly Csikszentmihalyi, Theorist/ Systems Change Artist; Bernard Milano, Practitioner/ Foundation Leader; and John Saltmarsh, Historian/ Service-Learning Educator, in: Academy of Management Learning & Education
- Tiebel, C.: Management in Non Profit Organisationen, München
- Toncar, M. F., Reid, J. S., Burns, D. J., Anderson, C. E. & Nguyen, H. P. (2006): Uniform assessment of the benefits of service learning: the development, evaluation, and implementation of the SELEB Scale, in: Journal of Marketing Theory and Practice
- Zimmer, A./Priller, E.: Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Wiesbaden, aktuellste Auflage

[letzte Änderung 23.10.2018]

Theaterpädagogik

Modulbezeichnung: Theaterpädagogik
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-313
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung und Präsentation = Auftritt
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-313 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Simone Odierna
Dozent: Dozenten des Studiengangs
<i>[letzte Änderung 23.10.2018]</i>

Lernziele:

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

Lernziele der personalen Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, Stimmungen / Gefühle von Personen über die systematisierte Analyse von Sprache und Körpersprache gezielter wahrzunehmen und zu beschreiben.

Die Studierenden lernen, über die Selbsterfahrung und Erweiterung der Körperwahrnehmung diese verbal beschreiben zu können.

Die Studierenden sind in der Lage im Rahmen des mentalen und körperlichen Training ihre individuelle körpersprachliche Ausdrucksfähigkeit zu erproben und zu erweitern.

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Rollen einzunehmen, die Bandbreite deren Ausdrucks zu erfassen und weiter zu entwickeln.

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

Lernziele der theaterbezogenen Kompetenzen:

Die Studierenden kennen verschiedene Methoden des Warming ups und können sie eigenständig anwenden.

Die Studierenden sind in der Lage, sich auf freie und gelenkte Einzel-, Paar- und Gruppenimprovisationen einzulassen und sie mit zu gestalten.

Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, sich eigenständig in vorgegebene oder frei gewählte Rollen einzufühlen und sie mental und körpersprachlich sowie mit dem Mittel von Sprache zu gestalten.

Die Studierenden sind in der Lage vor und mit dem Publikum in einer oder mehreren Rollen zu improvisieren.

Die Studierenden kennen erste Grundlagen des Szenenaufbaus und können sie gestalterisch anwenden.

Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, eine Bühne in einer Rolle zu betreten, den Bühnenraum mit körpersprachlichen Mitteln für Zuschauende sichtbar zu machen und sich damit die Bühne als Spielort anzueignen.

Die Studierenden haben die Erfahrung von Auftritten vor der Gruppe und vor fremdem Publikum gemacht und können diese evaluieren und reflektieren und die Ergebnisse sprachlich darstellen.

Die Studierenden können die in der Veranstaltung erarbeiteten Inhalte anhand selbstgewählter/vorgegebener Literatur selbstständig zu vertiefen.

Ebene der theaterbezogene Kompetenzen

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

[letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

- Selbstwahrnehmung / Fremdwahrnehmung auch in Opfer-/Tätersituationen
- Körperarbeit
- Improvisation
- Rollenarbeit / Erarbeiten von einer oder mehreren Rollen
- Szenenarbeit am Beispiel des Forumtheaters nach Augusto Boal
- Auftrittsorganisation und -management
- Auftreten vor fremdem Publikum
- Evaluation einer Theateraktion

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

Anleitung von

- 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 23.10.2018]

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; Brandi, Bettina (Hrsg.) (2007): Theater. Medien. Polis. Kulturpädagogik im gesellschaftlichen Engagement. Merseburger Medienpädagogische 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)
- Titze, 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 23.10.2018]

Theorie des Musiklernens

Modulbezeichnung: Theorie des Musiklernens
Studiengang: Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018
Code: MAKM-316
SWS/Lehrform: 4S (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur
Prüfungswiederholung: Informationen bzgl. der Prüfungswiederholung (jährlich oder semesterweise) finden Sie verbindlich in der jeweiligen ASPO Anlage.
Zuordnung zum Curriculum: MAKM-316 Kulturmanagement, Master, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Michael Dartsch
Dozent: Prof. Dr. Michael Dartsch [letzte Änderung 23.10.2018]
Lernziele: Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none">• Voraussetzungen und Determinanten des Musiklernens in ihrer Bedeutung für kulturelle Bildung einzuschätzen,• Didaktisch- methodische Entscheidungen mit Bezug auf Fachwissen zu begründen,• Unterrichtsentwürfe und -verläufe mit Bezug auf Fachwissen zu beurteilen,• lehr- und lerntheoretische sowie allgemeindidaktische Konzepte in ihrer Bedeutung für kulturelle Bildung einzuschätzen,• erkenntnistheoretische Positionen einordnen und kritisch zu diskutieren,• Grundfertigkeiten des wissenschaftlichen Erkenntniserwerbs für eigene Lernprozesse einzusetzen. [letzte Änderung 23.10.2018]

Inhalt:

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

[letzte Änderung 23.10.2018]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Gruppenarbeit
- Diskussion

[letzte Änderung 23.10.2018]

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 23.10.2018]