

<b>MW12: Kunst- und Kulturmanagement</b>				<b>Studiengang:</b>	M
<b>Modultyp:</b>	<b>ECTS-Punkte:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Dauer des Moduls:</b>	
Wahlpflicht	16	480	2. – 4. Semester	Ein oder zwei Semester	
<b>Lehrveranstaltungen:</b>			<b>Kontaktzeit:</b>	<b>Selbststudium:</b>	<b>Geplante Gruppengröße:</b>
Kurs 1: Einführung in das Kunst- und Kulturmanagement (2 SWS)  Kurs 2: Betriebswirtschaftliches Praxisseminar im Kulturmanagement (2 SWS)  <b>Die Studierenden wählen zusätzlich zwei der folgenden Kurse individuell aus:</b>  Kurs 3: Kunst- und Kulturmarketing (2 SWS) Kurs 4: Kulturpolitik (2 SWS) Kurs 5: Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements (2 SWS)			Pro Kurs 30, bei vier Kursen = 120 h	Pro Kurs 90h, bei vier Kursen = 360h	variabel
<b>Lernziele und Kompetenzen:</b>					
<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die begrifflichen Grundlagen der Kulturproduktion und der Kulturmärkte erläutern sowie verschiedene institutionelle Formen des Kulturbetriebs nach ausgewählten Kriterien, wie z. B. der künstlerischen Sparte (Musik, Literatur, Theater, Kunst etc.) oder der rechtlichen Trägerschaft (öffentlich-rechtlich, privatwirtschaftlich), klassifizieren und differenzieren;</li> <li>- theoretische Ansätze, die den Umgang mit kulturellen Leistungen erklären, wiedergeben, anwenden und auswerten;</li> <li>- die Besonderheiten des Managements eines Kulturbetriebs vor dem Hintergrund der jeweiligen rechtlichen, politischen, finanziellen und sozialen Rahmenbedingungen zu erläutern sowie die Managementaufgaben der Planung, der Organisation, des Personaleinsatzes, der Führung sowie der Kontrolle unter Berücksichtigung dieser Besonderheiten auf die jeweiligen Formen des Kulturbetriebs hin anzuwenden;</li> <li>- aufbauend auf einem tieferen Verständnis für das Kulturmanagement qualitative und quantitative Ansätze der Markt- bzw. Publikumsforschung zu erläutern, praktisch anzuwenden sowie ausgewählte empirische Ergebnisse zu interpretieren;</li> </ul> <p>Je nach Wahl der Schwerpunkte, können die Studierenden nach Abschluss des Moduls,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktion, Vermarktung/Vermittlung und Nachfrage im Kunst-/Kulturbereich analysieren und Gestaltungskonzepte entwickeln;</li> <li>- den kultur- und marktorientierten Managementprozess eines Kulturbetriebs erläutern, anwenden und die Erkenntnisse auf Beispiele aus der kulturbetrieblichen Praxis transferieren;</li> </ul>					

- das Handeln staatlicher und privater Institutionen (Stiftungen, Vereine, Sponsoren) als Akteure der Kulturpolitik im Bereich der Kunst (bildende und darstellende Kunst, Musik, Literatur) analysieren und abgrenzen;
- die Arbeitsfelder und Ebenen der Kulturpolitik abgrenzen und Inhalte kulturpolitischer Maßnahmen vor diesem Hintergrund analysieren und in den Kontext der kulturbetrieblichen Praxis einordnen;
- aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen, d.h. interkulturelle Kulturarbeit, digitale Vermittlungskonzepte, Fragen der kulturellen Nachhaltigkeit sowie des Umgangs mit dem historischen Erbe als Gegenstand der Kulturpolitik interpretieren;
- die rechtlichen Grundlagen des Kunst- und Kulturbetriebs wiedergeben und interpretieren sowie auf ausgewählte Fallstudien hin anwenden zu können.

Darüber hinaus eignet sich die Konzeption der aller Kurse für die Integration von Praxisbeispielen und Fallstudien, um so die Transferfähigkeit der Studierenden zu erhöhen, die Affinität zum Kulturbereich weiter zu schärfen, soziale Kompetenzen (Konfliktlösungsfähigkeit, Übernahme von Verantwortung, Durchsetzungsfähigkeit) zu fördern und zum Erwerb bzw. Ausbau von Präsentationstechniken beizutragen.

Die Konzeption des Kurses 2 ist aufgrund einer seminaristischen Struktur (Erarbeitung eines Marktforschungskonzepts in Kleingruppen) zusätzlich geeignet, Fähigkeiten des selbständigen sowie teamorientierten Arbeitens sowie des Selbstmanagement und der Selbstorganisation zu schulen und darüber hinaus Kompetenzen im Bereich des empirisch-wissenschaftlichen Arbeitens zu erweitern

#### **Schlüsselkompetenzen:**

- Wissenschaftliches Arbeiten
- Problemlösungsfähigkeit
- Kritisches Denken
- Fähigkeit, Wissen zu transferieren
- Lern- und Leistungsbereitschaft
- Verantwortungsbewusstsein
- Kooperationsbereitschaft
- Kommunikationsfähigkeit
- Fähigkeit, die Sicht und Interessen anderer zu berücksichtigen

#### **Inhalte:**

##### **Kurs 1: Einführung in das Kulturmanagement (Pflicht)**

- Grundlagen der Kulturarbeit und der Kulturmärkte
- Abgrenzung und Ausdifferenzierung des Kulturbetriebs
- Gegenstand und Aufgaben des Kulturmanagements
- Rahmenbedingungen des Kulturmanagements
- Planungsprozess des Kulturmanagements
- Gründung von Kulturbetrieben
- Finanzielle Rahmenbedingungen und Grundlagen der Kulturbetriebsfinanzierung
- Öffentliche Zuwendungen, Fundraising und Kultursponsoring
- Beispiele aus der kulturbetrieblichen Praxis

##### **Kurs 2: Betriebswirtschaftliches Praxisseminar im Kulturmanagement (Pflicht)**

- Einführung in die Marktforschung
- Besonderheiten der Markt- bzw. Publikumsforschung bei Kulturbetrieben
- Qualitative Methoden der Publikumsforschung
- Quantitative Methoden der Publikums- bzw. Nichtbesucherforschung
- Fallstudie: Entwicklung einer Konzeption zur qualitativen oder quantitativen Publikumsforschung für einen ausgewählten Kulturbetrieb

**Aus den folgenden drei Vorlesungen sind zur inhaltlichen Spezialisierung zwei Vorlesungen auszuwählen:**

**Kurs 3: Kunst- und Kulturmarketing**

- Theoretische Fundierung von Organisation und Verhalten der Akteure im Kulturbereich
- Marktstufen und Akteure der Kulturmärkte; Kulturbetriebe im Wettbewerb
- Strategisches (Marketing-)Management von Kulturbetrieben
- Strategische Analyse und Marktforschung (Publikumsforschung)
- Marktsegmentierung
- Marketingstrategien für den Kulturbetrieb
- Marketinginstrumente für den Kulturbetrieb
- Marketing-Controlling von Kulturbetrieben
- Personal und Organisation von Kulturbetrieben
- Dienstleistungsmanagement im Kulturbetrieb
- Exkursion mit Fachdiskussion vor Ort in einem Kulturbetrieb der Region

**Kurs 4: Kulturpolitik**

- Grundlagen und Historie der Kulturpolitik
- Träger und Akteure der Kulturpolitik
- Rahmenbedingungen der Kulturpolitik
- Arbeitsfelder der Kulturpolitik
- Ebenen der Kulturpolitik: Europäische Kulturpolitik, Deutsche Kulturpolitik auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene
- Grundlagen und Implikationen der Kulturförderung
- Beispiele aus der kulturpolitischen Praxis

**Kurs 5: Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements**

- Akteure im Kunst- und Kulturrecht
- Ebenen des Kulturrechts: Internationales, europäisches und nationales Kulturrecht
- Verfassungsrechtliche Grundlagen
- Recht des Kunsthandels und des Kunstverkehrs: Verträge, Haftung und Kulturgüterschutz (insbes. Kaufverträge, Galerieverträge, Leihverträge, Eventrecht, Auktionen)
- Grundlagen des Urheberrechts für das Kunst- und Kulturmanagement (einschl. Vertragsrecht)
- Grundlagen des Marken- und Designrechts für das Kunst- und Kulturmanagement
- Grundlagen des Steuerrechts für das Kunst- und Kulturmanagement
- Grundlagen des Arbeitsrechts für das Kunst- und Kulturmanagement

**Sprache:**

Kurssprache ist Deutsch.

**Lehrformen:**

Lehrvortrag, Seminar, Gruppenarbeit, Fallstudienarbeit, Kurzreferat, Diskussion, Selbststudium.

<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b>
M.Sc. BWL, M.Sc. VWL, M.Sc. Wirtschaftschemie, M.A. Kunstvermittlung und Kulturmanagement.
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b>
Zulassung zu den Masterstudiengängen „Betriebswirtschaftslehre“, „Volkswirtschaftslehre“, „Wirtschaftschemie“, „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ oder „Kunstgeschichte“.
<b>Prüfungsformen:</b>
Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (120 Minuten). Für Nebenfächer können abweichende Regelungen (vgl. die jeweilige PO) gelten.
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:</b>
Erfolgreich abgelegte Modulabschlussprüfung. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.
<b>Häufigkeit des Angebots:</b>
Wintersemester und Sommersemester gemäß Ankündigung der einzelnen Kurse, Start ist jeweils im Sommersemester
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b>
Dieser Kurs wird benotet und bei der Berechnung der Gesamtnote Ihres Masterabschlusses berücksichtigt. Genauere Informationen zur Berechnung der Gesamtnote entnehmen Sie der für Sie geltenden Prüfungsordnung Ihres jeweiligen Studienganges.
<b>Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:</b>
Dr. Julia Römhild sowie alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches
<b>Sonstige Informationen:</b>
Aktuelle Informationen finden Sie jeweils auf den Internetseiten der Modulbeauftragten sowie in ILIAS und HIS-LSF. Im Rahmen dieses Wahlpflichtmoduls kann ggf. eine Projektarbeit (MQ04, MQ05, MQV01) angeboten werden.

Stand: 22.01.2018