

4.2 K INTERNATIONALES KULTURMANAGEMENT

Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit 1 mal jährlich	Dauer 1 Semester	Geplante Gruppengröße Maximal 25
Lehrveranstaltung Internationales Kulturmanagement	Präsenzzeit 4 SWS	Workload/Selbststudium 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	ECTS 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	Lehrende/r Robert Ernst Castellitz		
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Kulturarbeit und der Kulturmärkte • Abgrenzung und Ausdifferenzierung des Kulturbetriebs • Gegenstand und Aufgaben des Kulturmanagements • Rahmenbedingungen des betrieblichen Kulturmanagements • Planungsprozess des Kulturmanagements • Gründung von Kulturbetrieben • Finanzielle Rahmenbedingungen und Grundlagen der Kulturbetriebsfinanzierung 		
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Fach- und Methodenkompetenz Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Grundbegriffe und wesentlichen Ansätze und Theorien des Kulturmanagements wiedergeben. • sind mit den Mechanismen und Rahmenbedingungen kultureller Märkte und Güter, sowie mit den Prozessen und Strategien zur Kulturbetriebsfinanzierung und –förderung vertraut. • verfügen über Grundkenntnisse zur erfolgreichen Führung eines Kulturbetriebes. • sind zur ökonomischen Betrachtung von Kunst und Kulturgütern befähigt und können kulturpolitische sowie wirtschaftliche Auswirkungen einordnen und interpretieren. • können den Kulturkonsum/-konsumenten aus volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive (unter Berücksichtigung der Diversität) präzisieren. <p>Kommunikative und soziale Kompetenzen Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage Themenstellungen aus dem Fachbereich verständlich darzustellen und argumentativ zu diskutieren. • sind dazu befähigt, klassische Fragestellungen mithilfe des konkreten Fachvokabulars zu bearbeiten und entsprechende Lösungsansätze zu erläutern. <p>Selbstkompetenz Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Kontext des Kulturmanagements zu reproduzieren. • werden zu eigenständigem Denken und Handeln ermutigt. 		
Vorkenntnisse/Teilnahme voraussetzungen	Keine		

Verwendung des Moduls	Kulturökonomie (FK14, B.A. Tourismus Management); Designstrategie (FK12, B.A. Design)
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Dozentenvortrag, Fallbearbeitung, Gruppenarbeiten, Praxisbeispiele, Diskussion, Übung, Problembasiertes Lernen, Multimedialer Einsatz.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bendixen, Peter (2011): Einführung in das Kulturmanagement. Wiesbaden: Springer VS. • Hausmann, Andrea (2011): Kunst und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis. Wiesbaden: Springer VS. • Heinrichs, Werner (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Darmstadt: WBG • Höhne, Steffen (2009): Kunst- und Kulturmanagement. Paderborn. • Gottschalk, Ingrid (2006): Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten. Wiesbaden: Springer VS. • Klein, Armin (Hg.) (2008): Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis. 2. Aufl. München: Verlag Franz Vahlen. • Heinze, Thomas (2009): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. 4. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. • Glogner-Pilz, Patrick und Patrick S. Föhl (2010): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. Wiesbaden: Springer VS. • Mandel, Birgit (2013): Interkulturelles Audience Development. Zukunftsstrategien für öffentlich geförderte Kultureinrichtungen. Bielefeld: transcript Verlag.