

2019.HS

Modulbezeichnung: Kulturmanagement			
Modulkürzel	w.BA.XX.2KMgmt.XX		
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden kennen und unterscheiden ökonomische, politischen, soziologische und kulturtheoretische Voraussetzungen und Bedingtheiten des Managements in der Kultur und Kreativwirtschaft. Sie erkennen die Besonderheiten des Managements von Kulturprojekten und Kulturinstitutionen, insbesondere im Spannungsfeld von Markt und Subventionierung. Sie vollziehen den Transfer ihres betriebswirtschaftlichen Wissens auf den kulturellen und kreativen Sektor.		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> § Betriebsökonomie - Accounting, Controlling, Auditing § Betriebsökonomie - Banking and Finance § Betriebsökonomie - Banking and Finance (FLEX) § Betriebsökonomie - Banking and Finance (PIE) § Betriebsökonomie - Economics and Politics § Betriebsökonomie - General Management § Betriebsökonomie - Risk and Insurance 		
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009		
Modulkategorie	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Modultyp: Wahlpflichtmodul</td> <td style="width: 50%;">Studienabschnitt: Hauptstudium</td> </tr> </table>	Modultyp: Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt: Hauptstudium
Modultyp: Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt: Hauptstudium		
ECTS	3		
Verantwortliche OE	W Zentrum für Kulturmanagement Ltg.		
Modulverantwortung	Leticia Labaronne (lael)		
Modulverantwortung Stellvertretung	Bruno Seger (xsgu)		
Spezifische Vorkenntnisse	Grundlagen BWL		
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> § Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz 		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung 		
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> § kennen die rechtlichen, institutionellen und politischen Grundlagen der Kulturpolitik sowie volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Besonderheiten des Kulturbereichs § kennen Strategien und Instrumente staatlicher und privater Kulturförderung und können ein kulturpolitisches Argumentarium entwickeln und entsprechend vertreten § können selbständig Kulturinstitutionen analysieren, kulturpolitisch und Finanzierungskonzepte für Kulturinstitutionen und Kulturprojekte erstellen § können Instrumente und Strategien des Kulturmarketings und der Kulturvermittlung lösungsorientiert einsetzen § lösen eine Kulturmanagement Case Study selbständig 		

Inhalte des Moduls	§ Kulturkonzepte und Kunstdefinitionen § Kulturpolitik (Normen, Institutionen, Prozesse) § Kulturförderung und Kulturfinanzierung (Ziele, Strategien, Mittel) § Kulturwirtschaft (Märkte, Wertschöpfung) § Kulturvermittlung (Marketingstrategien) § Kulturorganisationen (Rechtsträger, Strukturen, Führung, Probleme) § Kulturökonomie § Mittelbeschaffung (Eigenerträge, Subventionen, Fundraising, sponsoring) § Leistungsmessung und KPIs in der Kultur		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Partnerarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Fallstudien (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Total	28 h	0 h	
Leistungsnachweise			
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-	-	-	-
Hilfsmittel	-		
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung
Sememesterarbeit	Note	-	100,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	-		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	§ Skripte und verschiedene Texte § (2010). Managing the Arts: Leadership and Decision Making under Dual Rationalities. Journal of Arts Management, Law, and Society, (36/4), S. 295-313. § Labaronne, L. & Slembeck, T. (2015). Dynamic pricing in subsidized performing arts. I. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, (20:2), S. 122-136. § Labaronne, L. (2017). Performance measurement and evaluation in the arts management : a meta-synthesis. Zeitschrift für Kulturmanagement, (3:1), S. 37-69.		
Ergänzende Literatur	§ Gottschalk, I. (2006). Kulturökonomik - Probleme, Fragestellungen und Antworten. 1. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. ISBN 978-3-531-90370-5. § Günter, B. & Hausmann, A. (2012). Kulturmarketing. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. ISBN 978-3-531-18627-6. § The Oxford handbook of creative industries. 1. Auflage. Oxford: Oxford University Press. ISBN 9780199603510.		
Bemerkungen	-		