

Gültig für 2022.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 - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (PiE) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics § Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management § Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex) § Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing § Betriebsökonomie - Vertiefung in 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	Modultyp: Wahlpflichtmodul
	Studienabschnitt: Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Zentrum für Kulturmanagement
Modulverantwortung	Leticia Labaronne (lael)
Modulverantwortung Stellvertretung	Lara Leuschen (leuh)
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 § Kulturförderung und Kulturfinanzierung § Kulturwirtschaft und Kulturtourismus (Märkte, Wertschöpfung, Standortförderung) § Kulturvermittlung (Marketingstrategien) § Kulturorganisationen (Rechtsträger, Strukturen, Führung, Probleme) § Mittelbeschaffung (Eigenerträge, Subventionen, Fundraising, Sponsoring) § Leistungsmessung und Evaluation (KPIs in der Kultursektor)		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Partnerarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) § 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
Bearbeitung einer Case Study	Note	-	100,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	§ Skripte und verschiedene Texte § Cray, D. & Inglis, L. (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. § Frey, B. & Steiner, L. (2012). Pay as you go: a new proposal for museum pricing. Museum Management and Curatorship, S. 223-235. § Keller, R. Kulturpolitik der Schweiz.		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	-		