

Modulhandbuch für den Studiengang
Kunstvermittlung und Kulturmanagement
im Masterstudium der Philosophischen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Stand: 10/2016

PO 2016

Inhaltsübersicht

Ziele des Studiums	2
Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“	6
Grundlagenpflichtmodul A) b) „Kunstgeschichte“	8
Pflichtmodul B) „Kunst- und Kulturmanagement“	9
Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“	11
Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“	12
Wahlpflichtmodul E) „Betriebswirtschaftslehre“	13
Wahlpflichtmodul F) „Kunstgeschichte“	14
Masterarbeitsmodul G)	15

Ziele des Studiums

Das Masterstudium „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ führt Lehre und Forschung auf den Gebieten der Vermittlung und des Managements von Kunst und Kultur zusammen. Der interdisziplinäre Masterstudiengang befähigt Studierende Kompetenzen in unterschiedlichen Bereichen der Kunstvermittlung und des Kulturmanagements auszubilden. Neben einem systematischen Grundlagenwissen der Kunstgeschichte und der Betriebswirtschaftslehre werden umfassende theoretische und praktische Kenntnisse des unternehmerischen Denkens gefestigt und kunstwissenschaftliche Konzepte der Vermittlung gelehrt und erprobt. Methoden und Theorien sollen stets an der interdisziplinären Schnittstelle zwischen Betriebswirtschaftslehre und Kunstgeschichte forschungsnah behandelt und in Hinblick auf praktische und wissenschaftliche Diskurse diskutiert werden. Vermittelt werden neben fachspezifischem Wissen auch berufsqualifizierende Grundlagenkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre und der Kunstgeschichte, Kompetenzen und Wissen in den Bereichen des Curating, der Kunstvermittlung, des Ausstellungsmanagements, des Kunsthandels, des Personalmanagements, des Kulturmarketing, der Kulturpolitik und des Kunstrechts.

Dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ liegen folgende Ziele zugrunde:

- wissenschaftliche und praktische Diskurse der Kunstvermittlung und des Kulturmanagements zu erschließen und reflektiert zu verbinden,
- wirtschaftliche, rechtliche und kulturpolitische Rahmenbedingungen zu analysieren und produktiv in Konzepte einfließen zu lassen,
- Wissens- und Handlungskompetenzen in den Bereichen der Museologie, des Curating, des Kunsthandels und der Kunstvermittlung gezielt zu entwickeln,
- praxisbezogenes Lernen und Forschen durch externe Praktika, Teamprojekte und Exkursionen zu fördern,
- eigenständige Schwerpunktbildung und Spezialisierung zu begünstigen,
- durch vielfältige interdisziplinäre Bezüge individuelle Interessen auszubilden und zu fördern.

Das Studium dient in erster Linie der wissenschaftlichen und praktischen Qualifizierung in der universitären Forschung und im Kunst- und Kulturbereich. Das Masterstudium bereitet die Absolventen auf Leitungspositionen im Kunst- und Kulturbereich sowie auf eine fachlich einschlägige Promotion vor.

Aufbau und Inhalte des Studiums

Die Studieninhalte des Studiengangs sind in insgesamt sieben Module (A-G) gegliedert, die thematisch, methodisch oder systematisch zusammenhängende Lehrveranstaltungen umfassen. Das Studium besteht aus vier Pflichtmodulen (A-D), zwei Wahlpflichtmodulen (E-F) und einem Masterarbeitsmodul (G). Die Module sind sieben Studienbereichen zugeordnet (Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre a) oder der Kunstgeschichte b), Kunst- und Kulturmanagement, Grundlagen der Kunstvermittlung, Praxispflichtmodul Kunstvermittlung und Kulturmanagement, Wahlpflichtmodul Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodul Kunstgeschichte, Masterarbeitsmodul).

- (1) Das Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“ muss im ersten Semester belegt und absolviert werden. Es schließt mit einer schriftlichen Prüfung, in der die Inhalte beziehungsweise die in den Modulbeschreibungen dargestellten Lernziele von vier Kursen Prüfungsgrundlage sind. Das Grundlagenpflichtmodul A) b) „Kunstgeschichte“ ist in den ersten drei Semestern mit einer schriftlichen Prüfung zu absolvieren. Die Belegung eines der genannten Grundlagenpflichtmodule (A) a) oder A) b)) ist abhängig von dem zuvor absolvierten Bachelor-Studiengang und den etwaigen Auflagen in den Eignungsbestätigungsschreiben.

- (2) Die vier Veranstaltungen aus dem Pflichtmodul B) „Kunst- und Kulturmanagement“ können zwischen dem zweiten und vierten Semester belegt werden. Hierbei ist die Reihenfolge beliebig. Die Modulabschlussprüfung besteht aus einer schriftlichen Einzelprüfung, in denen jeweils die Inhalte der gewählten Schwerpunkte geprüft werden. Da im Rahmen der Schwerpunkte lediglich zwei von drei zur Auswahl stehenden Themenbereichen (Kunst- und Kulturmarketing/ Kulturpolitik/ Rechtliche Grundlagen) abgedeckt werden müssen, sind in der Prüfung, sind in der schriftlichen Prüfung ebenfalls vier der fünf Prüfungsteile zu beantworten.
- (3) Die fünf Veranstaltungen aus dem Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“ können ab dem ersten Fachsemester belegt werden. Das Modul schließt mit einer schriftlichen Prüfung ab. Es wird empfohlen das Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“ vor dem vierten Fachsemester zu absolvieren.
- (4) Das Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ beinhaltet das selbstständige wissenschaftliche Arbeiten und das Einüben der vermittelnden Praxis mittels eines eigenständig erarbeiteten und durchgeführten Teamprojekts inklusive der Erstellung einer zu benotenden Projektarbeit. Darüber hinaus ist im Rahmen des Moduls ein mindestens vierwöchiges Praktikum (inklusive der Erstellung eines Praktikumsberichts) in einem berufsrelevanten Feld zu absolvieren. Die Teilnahme an mindestens einer oder mehrerer Exkursionen ist verpflichtend. Insgesamt muss die Teilnahme an mindestens vier Exkursionstagen bescheinigt werden.
- (5) Im Rahmen des Wahlpflichtmoduls E) „Betriebswirtschaftslehre“ ist aus den regulären betriebswirtschaftlichen Wahlmodulen (MW05, MW49, MW16 oder MW17) eines auszuwählen und vollständig zu absolvieren (jeweils vier Vorlesungen). Alle Wahlmodule sind zweisemestrig angelegt. Alle werden mit einer schriftlichen Prüfung beendet.
- (6) Im Wahlpflichtmodul F) „Kunstgeschichte“ ist die bescheinigte Teilnahme an insgesamt fünf Veranstaltungen des Moduls obligatorisch für das Absolvieren des Moduls. Veranstaltungen des Moduls können ab dem ersten Fachsemester belegt werden. Das Modul schließt in der Regel mit einer mündlichen Prüfung ab.
- (7) Das Masterarbeitsmodul G) wird in der Regel im letzten Fachsemester mit dem Verfassen der zu benotenden Masterthesis absolviert.

Modulübersicht

- A) Grundlagenpflichtmodul (8 SWS, 16 ECTS) (alternativ a. oder b., je nach Bachelorabschluss)
- a. Grundlagenpflichtmodul „Betriebswirtschaftslehre“
 - Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (2 SWS; 4 ECTS)
 - Buchhaltung und Bilanzierung (2 SWS; 4 ECTS)
 - Personal und Organisation (2 SWS; 4 ECTS)
 - Marketing und Strategie (2 SWS; 4 ECTS)
 - b. Grundlagenpflichtmodul „Kunstgeschichte“
 - Methoden- und Formenlehre der spätantiken und / oder mittleren Kunstgeschichte (4 SWS; 6 ECTS)
 - Methoden- und Formenlehre der neueren und / oder neuesten Kunstgeschichte (4 SWS; 6 ECTS)
 - Kunst im Rheinland (2 SWS; 4 ECTS)
- B) Pflichtmodul „Kunst- und Kulturmanagement“ (8 SWS, 16 ECTS)
- a. Einführung in das Kulturmanagement (Pflicht) (2 SWS; 4 ECTS)
 - b. Betriebswirtschaftliches Praxisseminar im Kulturmanagement (Pflicht) (2 SWS; 4 ECTS)
 - c. Vorlesung mit inhaltlicher Spezialisierung (2 SWS; 4 ECTS)
 - d. Vorlesung mit inhaltlicher Spezialisierung (2 SWS; 4 ECTS)
- Für die beiden Vorlesungen mit inhaltlicher Spezialisierung B) c) und B) d) ist aus den folgenden drei Vorlesungen zu wählen:

- Kunst- und Kulturmarketing
- Kulturpolitik
- Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements

C) Pflichtmodul „Grundlagen der Kunstvermittlung“ (10 SWS; 18 ECTS)

- a. Masterseminar (3 SWS; 9 ECTS)
- b. Vorlesungen (2 SWS; 2 ECTS)
- c. Masterseminar (3 SWS; 3 ECTS)
- d. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
- e. Übung (2 SWS; 2 ECTS)

Für die Veranstaltungen ist aus folgenden inhaltlichen Schwerpunkten zu wählen:

- Theorie und Geschichte des Museums
- Theorie und Geschichte des Kunsthandels
- Theorien, Geschichte und Methoden der Kunstvermittlung
- Kunstvermittlung und Museumspädagogik
- Medien der Kunstvermittlung (analog und digital)
- Gesellschaftliche Relevanz und kuratorische Praxis in der Kunst- und Kulturvermittlung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Museum und Kunsthandel

D) Praxispflichtmodul „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ (22 ECTS)

Kooperatives Modul von Kunstgeschichte und Betriebswirtschaftslehre, in dem die Studierenden bei Kulturinstitutionen praxisbezogen forschen und lernen:

- a. Praktikum inkl. Selbstbericht (5 ECTS)
- b. Teamprojekt inkl. Projektarbeit (13 ECTS)
- c. 4-tägige Exkursion (4 SWS; 4 ECTS)

E) Wahlpflichtmodul „Betriebswirtschaftslehre“ (8 SWS; 16 ECTS)

- a. Vorlesung (2 SWS; 4 ECTS)*
- b. Vorlesung (2 SWS; 4 ECTS)*
- c. Vorlesung (2 SWS; 4 ECTS)*
- d. Vorlesung (2 SWS; 4 ECTS)*

*Alle vier Vorlesungen sind im Rahmen eines Wahlpflichtfaches („MW-Modul“) der Betriebswirtschaftslehre zu absolvieren. Das Modulangebot im Wahlpflichtbereich umfasst alle MW-Module mit einem Umfang von 16 ECTS, die zum jeweiligen Zeitpunkt angeboten werden, zum Beispiel:

- MW05 Marketing (8 SWS; 16 ECTS)
- MW49 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (8 SWS; 16 ECTS)
- MW16 Personalmanagement (8 SWS; 16 ECTS)
- MW17 Entrepreneurial Management (8 SWS; 16 ECTS)

F) Wahlpflichtmodul „Kunstgeschichte“ (2 SWS, 12 ECTS)

- a. Vorlesung (2 SWS; 4 ECTS)
- b. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
- c. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
- d. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
- e. Übung (2 SWS; 2 ECTS)

Für die Veranstaltungen ist aus folgenden inhaltlichen Schwerpunkten zu wählen:

- Kunsttheorie der Moderne und Gegenwart
- Ausstellungskonzeption und -gestaltung
- Entwicklung von Sammlungskonzepten (öffentlich, privat, Corporate Collections)
- Sammlungsgeschichte und Provenienzforschung
- Nachlassverwaltung
- Grundlagen der Konservierung und Restaurierung

G) Masterarbeit: 20 ECTS (alternativ in Betriebswirtschafts oder in Kunstgeschichte)

Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“

Core Module A) a): Basics of Economics

Modulkürzel P-KUK-M- GPMA	Workload 480 h	Kreditpunkte 16 CP	Studiensemester 1. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-GPMA1	Vorlesung	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-GPMA2	Vorlesung	Buchhaltung und Bilanzierung		2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-GPMA3	Vorlesung	Personal und Organisation		2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-GPMA4	Vorlesung	Marketing und Strategie		2 SWS/30 h	90 h	variabel

Lernergebnisse/Kompetenzen

Studierende können nach Abschluss des Moduls (für Studierende mit einem Bachelorabschluss in Kunstgeschichte sind die hier folgenden Kurse aus dem Pflichtmodul A) zu absolvieren)::

Vorlesung 1 a): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Studierende können nach Abschluss des Kurses

- Verflechtungen von Unternehmen mit Märkten aus betriebswirtschaftlicher Perspektive darstellen, analysieren und interpretieren und die Spezifika betriebswirtschaftlichen Handelns wiedergeben;
- verschiedene betriebswirtschaftliche Problemstellungen sowie grundlegende betriebswirtschaftliche Theorien beschreiben, reproduzieren, abgrenzen und anwenden;
- einen idealtypischen Managementprozess zur zielgerichteten Steuerung des Unternehmens wiedergeben und erklären.

Kurs 2 a): Buchhaltung und Bilanzierung

Studierende können nach Abschluss des Kurses

- grundlegende finanz- und erfolgswirtschaftliche Grundbegriffe erläutern und differenzieren sowie alternative Rechtsformen beschreiben und verschiedene Typologien von Unternehmen unterscheiden;
- die Systematik der Finanzbuchführung und das System der doppelten Buchführung erläutern und standardmäßige Geschäftsvorfälle selbstständig buchen und eine Bilanz sowie die dazugehörige GuV aufstellen und anschließend im Jahresabschluss darstellen.

Kurs 3 a): Personal und Organisation

Studierende können nach Abschluss des Kurses

- die Einheiten der Organisationsstruktur und deren Beziehungen zu erläutern sowie Organisationseinheiten und -strukturen zu beurteilen;
- wesentliche personalwirtschaftliche Funktionen zu erläutern sowie Gestaltungsalternativen in den personalwirtschaftlichen Funktionen zu erklären und hinsichtlich ihrer situativen Vor- und Nachteile zu beurteilen und die gewonnenen Erkenntnisse auf praxisbezogene Fallstudien anzuwenden
- Organisation und Personalwirtschaft in das Management einzuordnen und die wesentlichen Rahmenbedingungen der Organisationsgestaltung zu beschreiben.

Kurs 4 a): Marketing und Strategie

Studierende können nach Abschluss des Kurses

- grundlegende Markt- und Marketingbegriffe abgrenzen, Marketingstrategien darstellen, interpretieren und anwenden sowie einzelne Schritte zur Entwicklung einer ganzheitlichen Marketing-Konzeption wiedergeben und erklären;
- strategische Entscheidungen im Kontext der marktorientierten Unternehmensführung beurteilen und eigenständig grundlegende Entscheidungen im Rahmen einer Marketing-Konzeption treffen;
- spezifische Herausforderungen und Fragestellungen des Dienstleistungsmarketings wiedergeben und die Konzeptualisierung von Dienstleistungsprozessen kritisch zu hinterfragen.

<p>Inhalte</p> <p>Vorlesung 1 a): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche Einführung in die Betriebswirtschaftslehre • Einführung in das betriebliche Management • Rahmenbedingungen des Managements • Zentrale Theorien des Managements • Grundlagen der Planung • Zusammenhang zwischen Management, Planung, Organisation, Personalmanagement <p>Kurs 2 a): Buchhaltung und Bilanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesetzliche Grundlagen der Unternehmensführung • Grundlagen zur Finanzbuchführung • System der doppelten Buchführung • Jahresabschluss <p>Kurs 3 a): Personal und Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Organisationslehre • Grundlagen des Personalmanagements • Operative Funktionen des Personalmanagements <p>Kurs 4 a): Marketing und Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Marketingmanagements • Elemente und Prozesse der Marketing(management-)konzeption • Grundlagen und Bedeutung des Dienstleistungsmarketing
<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: BA-Abschluss Kunstwissenschaften bzw. Kunstgeschichte Zulassung zum (1) Masterstudiengang (2) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“.</p>
<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Modulabschlussprüfung über die Inhalte der vier Kurse erfolgt in Form einer benoteten Klausur zum Ende des Wintersemesters.</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.</p>
<p>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</p>
<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches</p>
<p>Sonstige Informationen</p> <p>Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement, im HIS-LSF sowie auf der Internetseite der Modulbeauftragten.</p>

Grundlagenpflichtmodul A) b) „Kunstgeschichte“						
Core Module A) b): Basics of Art History						
Modulkürzel P-KUK-M- GPMB	Workload 480 h	Kreditpunkte 16 CP	Studiensemester 1. -3. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester und Sommersemester. VL „Methoden- und Formenlehre der spätantiken und mittelalterlichen Kunstgeschichte“ ausschließlich im Wintersemester	Dauer 3 Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-M-GPMB1	Seminar	Methoden- und Formenlehre der spätantiken und mittelalterlichen Kunstgeschichte		4 SWS/60 h	120 h	variabel
P-KUK-M-GPMB2	Seminar	Methoden- und Formenlehre der neueren und neuesten Kunstgeschichte		4 SWS/60 h	120 h	variabel
P-KUK-M-GPMB3	Seminar	Kunst im Rheinland		2 SWS/30 h	90 h	20 Studierende
Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende können nach Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> • Grundfertigkeiten des wissenschaftlichen kunsthistorischen Arbeitens anwenden und wiedergeben; • fachspezifische Terminologien gezielt einsetzen und eigenständig Bild- und Objektbeschreibungen erstellen; • fachbezogenes Ausdrucks- und Argumentationsvermögen ausbilden und zielgerichtet anwenden; • Gegenstandsbereiche und Methoden der Kunstgeschichte epochenübergreifend erschließen und selbstständig ausüben; • unterschiedliche Gattungen und Materialien einordnen und wissenschaftlich analysieren; • bearbeitete Themenbereiche und methodische Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen; • topographische bzw. museale Zusammenhänge wichtiger Kunstdenkmäler im Rheinland erschließen und darstellen. 						
Inhalte Das Modul A) b) gibt Studierenden die Möglichkeit eines grundständigen Einblicks in die Grundlagen der Kunstgeschichte. Das Modul bietet sowohl eine überblicksartige als auch exemplarisch vertiefende Auseinandersetzung mit der Kunst von der Spätantike über die Neuzeit bis zur (Post)-Moderne und regionaler Kunst. Das Modul soll zentrale Probleme der Epochen, ihrer Grenzen und Grenzüberschreitungen vertraut machen. Gegenstände sind die verschiedenen Gattungen, Medien, Funktionen und Techniken, Kontexte, Formen und Stile der genannten Zeiträume. In der Auseinandersetzung mit den Gegenständen und ihrer historischen Verortung wird die Analyse unter epochenspezifischen und allgemeinen Voraussetzungen für unterschiedliche Anwendungsgebiete eingeübt und korrigierend überprüft.						
Lehrformen Seminar						
Teilnahmevoraussetzungen Formal: BA- bzw. B.Sc.-Abschluss BWL oder VWL Zulassung zu dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“						
Prüfungsform Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (120 Minuten).						
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.						
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen Bachelorstudiengang Kunstgeschichte						
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte: Prof. Dr. Andrea von Hülsen-Esch Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches Kunstgeschichte						
Sonstige Informationen Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF.						

Pflichtmodul B) „Kunst- und Kulturmanagement“
 Schwerpunkte: Kunst- und Kulturmarketing; Kulturpolitik; Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements

Mandatory Module B) Art Education and Cultural Management

Modulkürzel P-KUK-M-PMB	Workload 480 h	Kreditpunkte 16 CP	Studiensemester 2.-4. Fachsemester	Häufigkeit des Angebots 2. und 3. oder 3. und 4. Semester, Start jeweils zum Sommersemester	Dauer 2 Semester
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-PMB1	Vorlesung	Einführung in das Kunst- und Kulturmanagement	2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-PMB2	Seminar	Betriebswirtschaftliches Praxisseminar im Kulturmanagement	2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-PMB3	Vorlesung	Vorlesung mit inhaltlicher Spezialisierung	2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-PMB4	Vorlesung	Vorlesung mit inhaltlicher Spezialisierung	2 SWS/30 h	90 h	variabel

Lernergebnisse/Kompetenzen

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls:

- 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;
- theoretische Ansätze, die den Umgang mit kulturellen Leistungen erklären, wiedergeben, anwenden und auswerten;
- 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;
- 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;

Je nach Wahl der Schwerpunkte, können die Studierenden nach Abschluss des Moduls,

- Produktion, Vermarktung/Vermittlung und Nachfrage im Kunst-/Kulturbereich analysieren und Gestaltungskonzepte entwickeln;
- den kultur- und marktorientierten Managementprozess eines Kulturbetriebs erläutern, anwenden und die Erkenntnisse auf Beispiele aus der kulturbetrieblichen Praxis transferieren;
- 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.

Inhalte

Vorlesung 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

Seminar 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:

Vorlesung 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

Vorlesung 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

Vorlesung 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

Lehrformen

Seminar, Vorlesung

Teilnahmevoraussetzungen

Zulassung zum (1) Masterstudiengang (2) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“.

Prüfungsformen

Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (120 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.

Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen

keine

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild

Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches

Sonstige Informationen

Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“, im HIS-LSF sowie auf der Internetseite der Modulbeauftragten.

Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“ Schwerpunkte: Theorie und Geschichte des Museums; Theorie und Geschichte des Kunsthandels; Theorien, Geschichte und Methoden der Kunstvermittlung; Kunstvermittlung und Museumspädagogik; Medien der Kunstvermittlung (analog und digital); Gesellschaftliche Relevanz und kuratorische Praxis in der Kunst- und Kulturvermittlung; Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Museum und Kunsthandel					
Mandatory Module C) Basics of Art Education					
Modulkürzel	Workload	Kreditpunkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
P-KUK-M-PMC	540 h	18 CP	1.-4. Fachsemester	Jedes bzw. jedes zweite Semester	3 Semester
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-PMC1	Masterseminar	Masterseminar mit methodischer Spezialisierung	3 SWS /45 h	225 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC2	Vorlesung	Vorlesung mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	Variabel
P-KUK-L-PMC3	Masterseminar	Masterseminar mit methodischer Spezialisierung	3 SWS/ 45h	45 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC4	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC5	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende können nach Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> • die historischen und systematischen Grundlagen ausgewählter Museen und / oder Einrichtungen des Kunsthandels darstellen und in Hinblick auf die öffentlichen oder privaten Strukturen differenzieren • unterschiedliche Interessen und wechselseitige Bedingtheiten von Institutionen, Ökonomie, Politik und Öffentlichkeit im Feld der Kunst erkennen und benennen • Funktionen und Funktionsweisen von Kunstvermittlung im privaten und öffentlichen Sektor differenzieren und erläutern • unterschiedliche Medien und Textarten der Kunstvermittlung unterscheiden und fachgerecht anwenden • bearbeitete Themenbereiche und methodische Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen 					
Inhalte Das Pflichtmodul „Grundlagen der Kunstvermittlung“ bildet für alle Studiengangsteilnehmer*innen eine kunstwissenschaftliche Vertiefung. Ein Schwerpunkt liegt auf der Geschichte und der Theorie zentraler Institutionen im Feld der Kunst. Dabei geht es immer auch um die Reflexion der Präsentation und Inszenierung von Kunstwerken in unterschiedlichen Kontexten. Gegenstand der wissenschaftlichen Auseinandersetzung ist demzufolge auch das Selbstverständnis von Museen und anderer öffentlicher Ausstellungseinrichtungen im Wechsel der Zeiten und Zuständigkeiten. Ebenfalls untersucht werden die Interessenlagen und Methoden der Kunstvermittlung im privaten Kunsthandel, wobei zentrale Akteure, Strukturen und Perspektiven in Geschichte und Gegenwart schlaglichtartig beleuchtet werden. Durch praxisnahe Übungen wird das Wissen anwendungsbezogen vermittelt und erprobt.					
Lehrformen Vorlesung, Masterseminar, Übung					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zu dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“.					
Prüfungsformen Die Modulabschlussprüfung beinhaltet in der Regel eine benotete Haus- oder Studienarbeit in einem der beiden verpflichtenden Masterseminare.					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung und aktive Beteiligung, die z.B. durch die Übernahme eines Referates bzw. einer Moderation sowie durch regelmäßige Diskussionsbeiträge nachgewiesen wird. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.					
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen Alle Lehrveranstaltungen sind auch verwendbar für den Masterstudiengang Kunstgeschichte. Mit Ausnahme der Masterseminare sind alle Lehrveranstaltungen auch für den Bachelorstudiengang Kunstgeschichte verwendbar.					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte: Jun.-Prof. Dr. Ulli Seegers Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches					
Sonstige Informationen Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF.					

Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“						
Mandatory module D) „Art Education and Cultural Management“						
Modulkürzel	Workload	Kreditpunkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
P-KUK-M-PMD	660 h	22 CP	1.-4. Studiensemester	Jedes Semester	1-4 Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-PPMD1	Praktikum	Praktikum im Museum/Ausstellungshaus, Oper/Schauspielhaus oder im Kunsthandel (Galerie/Auktionswesen) inkl. Selbstbericht, Seminararbeit o.Ä. im Umfang von mindestens 1 Monat			150 h	
P-KUK-L-PPMD2	Teamprojekt	Teamprojekt inkl. Projektbericht			390 h	
P-KUK-L-PPMD3	Exkursion	Übung vor Originalen mit Exkursion im Umfang von mind. 4 Tagen		4 SWS/60h	60 h	25 Studierende
Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende können nach Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> erworbenes Überblicks- und Theoriewissen in der Praxis anwenden; aktuelle Forschungslagen und -probleme im Diskurs erörtern und diskutieren; denkmals-, institutions- und berufsrelevante Kenntnisse erwerben und zielgerichtet für eine künftige berufliche Tätigkeit im Kunst- und Kulturbereich einsetzen. 						
Inhalte Das Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ zielt auf vertiefte regionalwissenschaftliche Studien und leitet mittels praxisbezogener Studienbestandteile, die in ausgewählten Institutionen in Form von Praktika oder im Rahmen von Übungen vor Originalen absolviert werden, gezielt auf die beruflichen Anwendungsgebiete hin.						
Lehrformen Praktikum, selbstständiges Teamprojekt, Exkursion						
Teilnahmevoraussetzungen Zulassung zu dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“.						
Prüfungsformen Modulabschlussprüfung im Teamprojekt: Benotete Projektarbeit						
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung, regelmäßige Teilnahme, Übernahme von Kurzreferaten, Praktikumsnachweis und Praktikumsbericht. Der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der einzelnen Teammitglieder zum Teamprojekt muss als individuelle Leistung nach Kriterien, die eine eindeutige Abgrenzung erlauben, erkennbar und bewertbar sein. Der Umfang der individuellen schriftlichen Beiträge soll etwa 6000 Wörter (ca. 20 Seiten) betragen.						
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen Keine						
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte: Prof. Dr. Andrea von Hülsen-Esch Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches						
Sonstige Informationen Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF.						

Wahlpflichtmodul E) „Betriebswirtschaftslehre“						
Schwerpunkte: Marketing; Betriebswirtschaftliche Steuerlehre; Entrepreneurial Management; Personalmanagement						
Optional compulsory module E) Business Administration						
Modulkürzel	Workload	Kreditpunkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
P-KUK-M-WPE	480 h	16 CP	1. und 2. oder 2. und 3. oder 3. und 4.	Jedes Semester	2 Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-WPE1	Vorlesung	Veranstaltung mit inhaltlicher Spezialisierung		2 SWS/30 h	90 h	Variabel
P-KUK-L-WPE2	Vorlesung	Veranstaltung mit inhaltlicher Spezialisierung		2 SWS/30 h	90 h	Variabel
P-KUK-L-WPE3	Vorlesung	Veranstaltung mit inhaltlicher Spezialisierung		2 SWS/30 h	90 h	Variabel
P-KUK-L-WPE4	Vorlesung	Veranstaltung mit inhaltlicher Spezialisierung		2 SWS/30 h	90 h	Variabel
Lernergebnisse/Kompetenzen						
Wissensvertiefung im Bereich des Marketing oder der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre oder des Entrepreneurial Management oder des Personalmanagement						
Inhalte						
<p>Im Modul E) erfolgt eine inhaltliche Vertiefung im Bereich eines selbstgewählten Schwerpunktes aus dem Wahlpflichtbereich des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre.</p> <p>Dabei sind <u>alle</u> vier Kurse eines MW-Moduls zu absolvieren. Die Dauer eines Moduls beträgt zwei Semester. Die Auswahl bezieht sich auf die folgenden Wahlpflichtmodule:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MW05 Marketing • MW49 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre • MW16 Personalmanagement • MW17 Entrepreneurial Management <p>Inhalte und Lernziele können den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre entnommen werden.</p>						
Lehrformen						
Vorlesung						
Teilnahmevoraussetzungen						
<p>Formal: Zulassung zu dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“.</p> <p>Inhaltlich: Inhaltliche Voraussetzungen sind den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre zu entnehmen.</p>						
Prüfungsformen						
<p>MW05 Marketing: Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (120 Minuten).</p> <p>MW49 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre: Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (180 Minuten).</p> <p>MW16 Personalmanagement: Die Modulabschlussprüfung erfolgt bis auf weiteres jedes dritte Semester schriftlich in Form einer Klausur (120 Minuten).</p> <p>MW17 Entrepreneurial Management: Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich zum Ende des Wintersemesters in Form einer Klausur (120 Minuten).</p>						
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten						
Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.						
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen						
M.Sc. BWL, M.Sc. VWL, M.Sc. Wirtschaftschemie						
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende						
<p>Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild</p> <p>Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches</p>						
Sonstige Informationen						
Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF.						

Wahlpflichtmodul F) „Kunstgeschichte“

Schwerpunkte: Kunsttheorie der Moderne und Gegenwart; Ausstellungskonzeption und -gestaltung; Entwicklung von Sammlungskonzepten (öffentlich, privat, Corporate Collections); Sammlungsgeschichte und Provenienzforschung; Nachlassverwaltung; Grundlagen der Konservierung und Restaurierung

Optional compulsory module F) Art History

Modulkürzel P-KUK-M-WPF	Workload 360 h	Kreditpunkte 12 CP	Studiensemester 1.-4. Fachsemester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1.-4. Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-WPF1	Vorlesung	Vorlesung mit methodischer Spezialisierung		2 SWS/30 h	90 h	Variabel
P-KUK-L-WPF2	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung		2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF3	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung		2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF4	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung		2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF5	Übung	Übung mit methodischer Spezialisierung		2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende

Lernergebnisse/Kompetenzen

Studierende können nach Abschluss des Moduls:

- ausgewählte Hauptlinien der modernen und zeitgenössischen Kunst in Theorie und Geschichte nachzeichnen
- spezifische künstlerische Praktiken und Phänomene der Moderne und Gegenwart soziokulturell einbetten und zeitgeschichtlich kontextualisieren
- je nach Übungswahl sach- und fachgerechte Ausstellungen konzipieren, Sammlungskonzepte erstellen, erste Maßnahmen zur Erforschung der Herkunft von Kunstgegenständen ergreifen, Nachlässe verwalten und / oder die theoretischen Grundlagen und Grundsätze der Restaurierung wiedergeben

Inhalte

Das kunsthistorische Wahlpflichtmodul bildet für alle Studiengangsteilnehmer*innen eine kunstwissenschaftliche Vertiefung der theoretischen und geschichtlichen Grundlagen der Kunst der Moderne und Gegenwart. Dabei liegt ein zeitlicher Schwerpunkt auf der Kunst der Moderne seit 1800. Neben der exemplarischen Analyse ausgewählter Stile bzw. Werke oder Werkgruppen auf der Basis einschlägiger theoretischer Grundlagen geht es immer auch um den anwendungsorientierten Praxisbezug in allen Feldern der Kunst. Die Studierenden haben dabei je nach Neigung und Interesse die Möglichkeit, aus einem über alle Semester verteilten Angebot an Übungen auszuwählen. Die überwiegend außeruniversitären und praxiserfahrenen Dozent*innen der Übungen ermöglichen eine starke Berufsfeldorientierung.

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zu dem Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ bzw. zum Masterstudiengang Kunstgeschichte
Inhaltlich: Inhaltliche Voraussetzungen sind den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Kunstgeschichte zu entnehmen.

Prüfungsformen

Die Modulabschlussprüfung beinhaltet in der Regel eine benotete mündliche Prüfung zur Vorlesung.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung ist bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.

Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen

Bachelor- und Masterstudiengang Kunstgeschichte

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte: Jun.-Prof. Dr. Ulli Seegers

Hauptamtlich Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches

Sonstige Informationen

Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF.

Masterarbeitsmodul G)						
Master Thesis						
Modulkürzel	Workload	Kreditpunkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
P-KUK-M-MAG	600 h	20 CP	3.-4. Studiensemester	Jedes Semester	1 Semester	
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
		Abschlussarbeit			600 h	
Lernergebnisse/Kompetenzen						
<ul style="list-style-type: none"> – Fähigkeit, eine Fragestellung des Fachs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen – Fähigkeit, wissenschaftliche Methoden in begrenzter Zeit auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden 						
Inhalte						
Die Kandidatinnen oder Kandidaten sollen in der Masterarbeit nachweisen, dass sie vertiefte Sach- und Methodenkenntnisse im Fach erworben haben, imstande sind, eine Fragestellung des Faches selbständig zu bearbeiten und die Ergebnisse wissenschaftlichen Anforderungen gemäß darzustellen. Das Thema muss nach Inhalt und Umfang so begrenzt sein, dass es bei angemessener Betreuung innerhalb der vorgesehenen Frist behandelt werden kann.						
Lehrformen						
Abschlussarbeit						
Teilnahmevoraussetzungen						
Keine. Es wird jedoch empfohlen die Masterarbeit zum Ende des Studiums anzufertigen.						
Prüfungsformen						
Abschlussarbeit mit ca. 60 bis 80 Seiten Textumfang.						
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten						
Termingerechte Abgabe der Masterarbeit mit einer Benotung von mindestens „ausreichend“.						
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen						
Keine						
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende						
Modulbeauftragter: Prof. Dr. Andrea von Hülsen-Esch Hauptamtliche Lehrende: Alle hauptamtlich lehrenden ProfessorInnen und DozentInnen des Faches						
Sonstige Informationen						
Die Kandidatinnen oder Kandidaten können einen Themenbereich für die Masterarbeit vorschlagen. Der Zulassungsantrag ist beim Akademischen Prüfungsamt zu stellen. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt maximal 6 Monate. Auf begründeten Antrag der Kandidatin oder des Kandidaten kann ausnahmsweise eine Nachfrist von bis zu vier Wochen gewährt werden. Das Thema der Masterarbeit kann bis zu vier Wochen nach dem Ausgabetermin zurückgegeben werden. Von dieser Möglichkeit darf nur einmal Gebrauch gemacht werden.						