

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

Stand: 09/2020

PO 2019, Prüfungsordnung von 2018 mit Studienbeginn ab Wintersemester 2019/2020

**Inhaltsübersicht**

Ziele des Studiums	2
Aufbau und Inhalte des Studiums	2
Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“	7
Grundlagenpflichtmodul A) b) „Kunstgeschichte“	9
Pflichtmodul B) „Kunst- und Kulturmanagement“	10
Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“	13
Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“	15
Wahlpflichtmodul E) „Betriebswirtschaftslehre“	16
Wahlpflichtmodul F) „Kunstgeschichte“	18
Masterarbeitsmodul G)	20

## 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 im 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 Kuratorischen, der Kunstvermittlung, des Ausstellungsmanagements, des Kunsthandels, 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 Kuratorischen, 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 und
- 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 Absolvent\*innen auf qualifizierte und leitende Positionen 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) a) oder der „Kunstgeschichte“ A) b), „Kunst- und Kulturmanagement“ B), „Grundlagen der Kunstvermittlung“ C), Praxispflichtmodul „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ D), Wahlpflichtmodul „Betriebswirtschaftslehre“ E), Wahlpflichtmodul „Kunstgeschichte“ F), Masterarbeitsmodul G)).

- (1) Das Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“ soll 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 zwei Semestern zu belegen. Es schließt nach jedem Semester mit Modulteilprüfungen ab, in denen die in dem jeweiligen Seminar behandelten Inhalte Prüfungsgrundlage sind. 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 der 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 schriftlichen Prüfung vier der fünf Schwerpunkte zu bearbeiten.
- (3) Die sechs Veranstaltungen aus dem Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“ können ab dem ersten Fachsemester belegt werden. Das Modul schließt in der Regel 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 bzw. sind aus den regulären betriebswirtschaftlichen Wahlmodulen ein Modul zu 16 ECTS oder zwei Module zu je 8 ECTS auszuwählen und jeweils vollständig zu absolvieren. Die Wahlmodule sind ein- oder zweisemestrig angelegt. Die gewählten Module 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)
  - Rechnungswesen (2 SWS; 4 ECTS)
  - Personal und Organisation (2 SWS; 4 ECTS)
  - Marketing und Strategie (2 SWS; 4 ECTS)
- b. Grundlagenpflichtmodul „Kunstgeschichte“
  - Methoden- und Formenlehre I: Spätantike und Mittelalter (2 SWS; 7 ECTS)
  - Methoden- und Formenlehre II: Frühe Neuzeit (2 SWS; 7 ECTS)
  - Die Kunst im Rheinland (2 SWS; 2 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“ (12 SWS; 18 ECTS)

- a. Masterseminar (2 SWS; 8 ECTS)
  - b. Vorlesung (2 SWS; 2 ECTS)
  - c. Masterseminar (2 SWS; 2 ECTS)
  - d. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
  - e. Übung (2 SWS; 2 ECTS)
  - f. 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 und mit einer Modulabschlussprüfung abzuschließen. 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, angeboten bis zum Sommer 2020)
- MW49 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (8 SWS; 16 ECTS)
- MW16 Personalmanagement (8 SWS; 16 ECTS)

Wahlweise können im Rahmen des Wahlpflichtmoduls E) auch zwei Wahlpflichtmodule der Betriebswirtschaftslehre zu je 8 ECTS (4 SWS) besucht werden, die dann jeweils mit einer gesonderten Modulabschlussprüfung abgeschlossen werden, zum Beispiel:

- MW18 Organizational Behavior
- MW19 Personalwirtschaftliches Praxisseminar
- MW36 Marketing Management und Digitale Transformation
- MW37 Advanced Marketing Research und Management
- MW38 Opportunity Recognition
- MW39 Corporate Entrepreneurship
- MW40 Advanced Theories in Accounting and Control
- MW41 Accounting and Control: Research and Practice
- MW42 Advanced Entrepreneurial Finance
- MW43 Entrepreneurial Finance: Research and Practice
- MW44 Bankbilanzierung
- MW45 Praxisseminar Unternehmensbewertung
- MW46 Finanzintermediation
- MW47 Bank Management and Financial Services
- MW50 Ausgewählte Probleme der Unternehmensbesteuerung
- MW51 Praxisseminar Unternehmensgründung
- MW56 Asset Management
- MW57 Sustainability Management Research

F) Wahlpflichtmodul „Kunstgeschichte“ (10 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 Betriebswirtschaftslehre oder in Kunstgeschichte; in Erst- und Zweitbetreuung auch kombiniert möglich)

<b>Grundlagenpflichtmodul A) a) „Betriebswirtschaftslehre“</b>					
Core Module A) a): Basics of Economics					
<b>Modulkürzel</b> P-KUK-M- GPMA	<b>Workload</b> 480 h	<b>Kreditpunkte</b> 16 CP	<b>Studiensemester</b> 1. Studiensemester	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Modul-Pnr.</b> 1100					
<b>LV-Kürzel</b>	<b>Veranstaltungsart</b>	<b>Lehrveranstaltungen Titel oder Thema</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Geplante Gruppengröße</b>
P-KUK-L-GPMA1	Vorlesung	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	2 SWS/30 h	90 h	variabel
P-KUK-L-GPMA2	Vorlesung	Rechnungswesen	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
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>					
Für Studierende mit einem Bachelorabschluss in Kunstgeschichte sind die hier folgenden Kurse aus dem Pflichtmodul A) zu absolvieren:					
<b>Vorlesung 1 a): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verflechtungen von Unternehmen mit Märkten aus betriebswirtschaftlicher Perspektive darstellen, analysieren und interpretieren und die Spezifika betriebswirtschaftlichen Handelns wiedergeben;</li> <li>• verschiedene betriebswirtschaftliche Problemstellungen sowie grundlegende betriebswirtschaftliche Theorien beschreiben, reproduzieren, abgrenzen und anwenden;</li> <li>• einen idealtypischen Managementprozess zur zielgerichteten Steuerung des Unternehmens wiedergeben und erklären.</li> </ul>					
<b>Kurs 2 a): Rechnungswesen</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende finanz- und erfolgswirtschaftliche Grundbegriffe erläutern und differenzieren;</li> <li>• alternative Rechtsformen beschreiben und verschiedene Typologien von Unternehmen unterscheiden;</li> <li>• die Systematik der Finanzbuchführung und das System der doppelten Buchführung erläutern und standardmäßige Geschäftsvorfälle selbstständig buchen.</li> </ul>					
<b>Kurs 3 a): Personal und Organisation</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• die Einheiten der Organisationsstruktur und deren Beziehungen erläutern sowie Organisationseinheiten und -strukturen beurteilen;</li> <li>• wesentliche personalwirtschaftliche Funktionen erläutern sowie Gestaltungsalternativen in den personalwirtschaftlichen Funktionen erklären und hinsichtlich ihrer situativen Vor- und Nachteile beurteilen und die gewonnenen Erkenntnisse auf praxisbezogene Fallstudien anwenden;</li> <li>• Organisation und Personalwirtschaft in das Management einordnen und die wesentlichen Rahmenbedingungen der Organisationsgestaltung beschreiben.</li> </ul>					
<b>Kurs 4 a): Marketing und Strategie</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Markt- und Marketingbegriffe abgrenzen, Marketingstrategien darstellen, interpretieren und anwenden sowie einzelne Schritte zur Entwicklung einer ganzheitlichen Marketing-Konzeption wiedergeben und erklären;</li> <li>• strategische Entscheidungen im Kontext der marktorientierten Unternehmensführung beurteilen und eigenständig grundlegende Entscheidungen im Rahmen einer Marketing-Konzeption treffen;</li> <li>• spezifische Herausforderungen und Fragestellungen des Dienstleistungsmarketings wiedergeben und die Konzeptualisierung von Dienstleistungsprozessen kritisch hinterfragen.</li> </ul>					

<p><b>Inhalte</b></p> <p><b>Vorlesung 1 a): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffliche Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Einführung in das betriebliche Management</li> <li>• Rahmenbedingungen des Managements</li> <li>• Zentrale Theorien des Managements</li> <li>• Grundlagen der Planung</li> <li>• Zusammenhang zwischen Management, Planung, Organisation, Personalmanagement</li> </ul> <p><b>Kurs 2 a): Rechnungswesen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlagen der Unternehmensführung</li> <li>• Grundlagen und Begriffe des Rechnungswesens</li> <li>• Einführung externes Rechnungswesen (insbes. Finanzbuchführung)</li> <li>• Einführung internes Rechnungswesen (insbes. Controlling)</li> </ul> <p><b>Kurs 3 a): Personal und Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Organisationslehre</li> <li>• Grundlagen des Personalmanagements</li> <li>• Operative Funktionen des Personalmanagements</li> </ul> <p><b>Kurs 4 a): Marketing und Strategie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des strategischen Marketingmanagements</li> <li>• Elemente und Prozesse der Marketing(-management-)konzeption</li> <li>• Grundlagen und Bedeutung des Dienstleistungsmarketing</li> </ul>
<p><b>Lehrformen</b></p> <p>Vorlesung</p>
<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b></p> <p>Formal: BA-Abschluss Kunstwissenschaften bzw. Kunstgeschichte (Pnr. 7901) Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“</p>
<p><b>Prüfungsformen</b></p> <p>Die Modulabschlussprüfung über die Inhalte der vier Kurse erfolgt in Form einer benoteten Klausur (Pnr. 1100) zum Ende des Wintersemesters.</p>
<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b></p> <p>Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung gilt als bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.</p>
<p><b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b></p>
<p><b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b></p> <p>Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches</p>
<p><b>Sonstige Informationen</b></p> <p>Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“, im HIS-LSF sowie auf der Internetseite der Modulbeauftragten</p>

<b>Grundlagenpflichtmodul A) b) „Kunstgeschichte“</b>						
Core Module A) b): Basics of Art History						
Modulkürzel P-KUK-M- GPMB	Workload 480 h	Kreditpunkte 16 CP	Studiensemester 1. - 2. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots Seminar „Methoden- und Formenlehre I: Spätantike und Mittelalter“ im Wintersemester, „Methoden- und Formenlehre II: Frühe Neuzeit“ im Sommersemester.	Dauer 2 Semester	
Modul-Pnr. 2100						
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema		Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-M-GPMB1 / 2110 (AP)	Seminar	Methoden- und Formenlehre I: Spätantike und Mittelalter		2 SWS/30 h	150 h	variabel
P-KUK-M-GPMB2 / 2120 (AP)	Seminar	Methoden- und Formenlehre II: Frühe Neuzeit		2 SWS/30 h	150 h	variabel
P-KUGE-L-BM4a / 2101	Übung	Die Kunst im Rheinland		2 SWS/30 h	90 h	variabel
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b> Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundfertigkeiten des wissenschaftlichen kunsthistorischen Arbeitens anwenden und wiedergeben;</li> <li>• fachspezifische Terminologien gezielt einsetzen und eigenständig Bild- und Objektbeschreibungen erstellen;</li> <li>• fachbezogenes Ausdrucks- und Argumentationsvermögen ausbilden und zielgerichtet anwenden;</li> <li>• Gegenstandsbereiche und Methoden der Kunstgeschichte epochenübergreifend erschließen und die Methoden selbstständig anwenden;</li> <li>• unterschiedliche Gattungen und Materialien einordnen und wissenschaftlich analysieren;</li> <li>• bearbeitete Themenbereiche und methodische Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen;</li> <li>• topographische bzw. museale Zusammenhänge wichtiger Kunstdenkmäler im Rheinland erschließen und darstellen.</li> </ul>						
<b>Inhalte</b> 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 frühen Moderne und zur regionalen Kunst. Das Modul soll mit zentralen Problemen 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.						
<b>Lehrformen</b> Seminar; Übung; eLearning; Blended Learning-/Inverted Classroom-Angebote						
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Formal: BA- bzw. B.Sc.-Abschluss BWL oder VWL (Pnr. 7902) Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“						
<b>Prüfungsform</b> In jedem Seminar erfolgen Modulteilprüfungen in unterschiedlichen Prüfungsformen (Portfolio, Studienarbeit, Hausarbeit, Klausur o.a.). Teilprüfung Methoden- und Formenlehre I: Spätantike und Mittelalter (Pnr. 2110) Teilprüfung Methoden- und Formenlehre II: Frühe Neuzeit (Pnr. 2120)						
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung gilt als bestanden, wenn die Bewertung aller Modulteilprüfungen mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.						
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b> Bachelorstudiengang Kunstgeschichte						
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Modulbeauftragte: Prof. Dr. Andrea von Hülsen-Esch Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches Kunstgeschichte						
<b>Sonstige Informationen</b> Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF						

<b>Pflichtmodul B) „Kunst- und Kulturmanagement“</b>					
Schwerpunkte: Kunst- und Kulturmarketing; Kulturpolitik; Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements					
Mandatory Module B) Arts and Cultural Management					
Modulkürzel	Workload	Kreditpunkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
P-KUK-M-PMB	480 h	16 CP	2. oder 2. und 3. Fachsemester	Start jeweils zum Sommersemester	1 oder 2 Semester
Modul-Pnr. 1200					
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
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls					
<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 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 anwenden;</li> <li>- aufbauend auf einem tieferen Verständnis für das Kulturmanagement qualitative und quantitative Ansätze der Markt- bzw. Publikumsforschung erläutern, praktisch anwenden sowie ausgewählte empirische Ergebnisse interpretieren.</li> </ul>					
Je nach Wahl der Schwerpunkte können die Studierenden nach Abschluss des Moduls					
<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> <li>- das Handeln staatlicher und privater Institutionen (Stiftungen, Vereine, Sponsoren) als Akteuren der Kulturpolitik im Bereich der Kunst (bildende und darstellende Kunst, Musik, Literatur) analysieren und abgrenzen;</li> <li>- die Arbeitsfelder und Ebenen der Kulturpolitik abgrenzen und Inhalte kulturpolitischer Maßnahmen vor diesem Hintergrund analysieren und in den Kontext der kulturbetrieblichen Praxis einordnen;</li> <li>- 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;</li> <li>- die rechtlichen Grundlagen des Kunst- und Kulturbetriebs wiedergeben und interpretieren sowie auf ausgewählte Fallstudien hin anwenden.</li> </ul>					
Darüber hinaus eignet sich die Konzeption aller Kurse für die Integration von Praxisbeispielen und Fallstudien, um so die Transferfähigkeit der Studierenden zu erhöhen, die Affinität zum Kulturbereich weiter zu stärken, soziale Kompetenzen (Konfliktlösungsfähigkeit, Übernahme von Verantwortung, Durchsetzungsfähigkeit) zu fördern und zum Erwerb bzw. Ausbau von Präsentationstechniken beizutragen.					
Die Konzeption des betriebswirtschaftlichen Praxisseminars im Kulturmanagement, in dem in Kleingruppen ein Marktforschungskonzept erarbeitet wird, ist zusätzlich geeignet, Fähigkeiten des selbstständigen und teamorientierten Arbeitens sowie des Selbstmanagements und der Selbstorganisation zu schulen und darüber hinaus Kompetenzen im Bereich des empirisch-wissenschaftlichen Arbeitens zu erweitern.					

<p><b>Inhalte</b></p> <p><b>Vorlesung 1: Einführung in das Kulturmanagement (Pflicht)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Kulturarbeit und der Kulturmärkte</li> <li>• Abgrenzung und Ausdifferenzierung des Kulturbetriebs</li> <li>• Gegenstand und Aufgaben des Kulturmanagements</li> <li>• Rahmenbedingungen des Kulturmanagements</li> <li>• Planungsprozess des Kulturmanagements</li> <li>• Gründung von Kulturbetrieben</li> <li>• Finanzielle Rahmenbedingungen und Grundlagen der Kulturbetriebsfinanzierung</li> <li>• Öffentliche Zuwendungen, Fundraising und Kultursponsoring</li> <li>• Beispiele aus der kulturbetrieblichen Praxis</li> </ul> <p><b>Seminar 2: Betriebswirtschaftliches Praxisseminar im Kulturmanagement (Pflicht)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Marktforschung</li> <li>• Besonderheiten der Markt- bzw. Publikumsforschung bei Kulturbetrieben</li> <li>• Qualitative Methoden der Publikumsforschung</li> <li>• Quantitative Methoden der Publikums- bzw. Nichtbesucherforschung</li> <li>• Fallstudie: Entwicklung einer Konzeption zur qualitativen oder quantitativen Publikumsforschung für einen ausgewählten Kulturbetrieb</li> </ul> <p><b>Aus den folgenden drei Vorlesungen sind zur inhaltlichen Spezialisierung zwei Vorlesungen auszuwählen:</b></p> <p><b>Vorlesung 3: Kunst- und Kulturmarketing (Wahl)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Fundierung von Organisation und Verhalten der Akteure im Kulturbereich</li> <li>• Marktstufen und Akteure der Kulturmärkte: Kulturbetriebe im Wettbewerb</li> <li>• Strategisches (Marketing-)Management von Kulturbetrieben</li> <li>• Strategische Analyse und Marktforschung (Publikumsforschung)</li> <li>• Marktsegmentierung</li> <li>• Marketingstrategien für den Kulturbetrieb</li> <li>• Marketinginstrumente für den Kulturbetrieb</li> <li>• Marketing-Controlling von Kulturbetrieben</li> <li>• Personal und Organisation von Kulturbetrieben</li> <li>• Dienstleistungsmanagement im Kulturbetrieb</li> <li>• Exkursion mit Fachdiskussion vor Ort in einem Kulturbetrieb der Region</li> </ul> <p><b>Vorlesung 4: Kulturpolitik (Wahl)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Historie der Kulturpolitik</li> <li>• Träger und Akteure der Kulturpolitik</li> <li>• Rahmenbedingungen der Kulturpolitik</li> <li>• Arbeitsfelder der Kulturpolitik</li> <li>• Ebenen der Kulturpolitik: europäische Kulturpolitik, deutsche Kulturpolitik auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene</li> <li>• Grundlagen und Implikationen der Kulturförderung</li> <li>• Beispiele aus der kulturpolitischen Praxis</li> </ul> <p><b>Vorlesung 5: Rechtliche Grundlagen des Kunst- und Kulturmanagements (Wahl)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akteure im Kunst- und Kulturrecht</li> <li>• Ebenen des Kulturrechts: internationales, europäisches und nationales Kulturrecht</li> <li>• Verfassungsrechtliche Grundlagen</li> <li>• Recht des Kunsthandels und des Kunstverkehrs: Verträge, Haftung und Kulturgüterschutz (insbes. Kaufverträge, Galerieverträge, Leihverträge, Eventrecht, Auktionen)</li> <li>• Grundlagen des Urheberrechts für das Kunst- und Kulturmanagement (einschl. Vertragsrecht)</li> <li>• Grundlagen des Marken- und Designrechts für das Kunst- und Kulturmanagement</li> <li>• Grundlagen des Steuerrechts für das Kunst- und Kulturmanagement</li> <li>• Grundlagen des Arbeitsrechts für das Kunst- und Kulturmanagement</li> </ul>
<p><b>Lehrformen</b> Seminar, Vorlesung</p>
<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“</p>
<p><b>Prüfungsformen</b> Die Modulabschlussprüfung erfolgt bei einsemestriger Dauer zum Ende jeden Sommersemesters, bei zweisemestriger Dauer zum Ende jedes Wintersemesters schriftlich in Form einer Klausur (Pnr. 1200, 120 Minuten).</p>

<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung gilt als bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b> M. Sc. BWL, M. Sc. VWL, M. Sc. Wirtschaftschemie als Wahlpflichtmodul MW12 „Kunst- und Kulturmanagement“
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches
<b>Sonstige Informationen</b> Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“, und im HIS-LSF sowie auf der Internetseite der Modulbeauftragten.

<b>Pflichtmodul C) „Grundlagen der Kunstvermittlung“</b>					
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					
<b>Mandatory Module C) Basics of Art Mediation</b>					
<b>Modulkürzel</b> P-KUK-M-PMC	<b>Workload</b> 540 h	<b>Kreditpunkte</b> 18 CP	<b>Studiensemester</b> 1. - 4. Fachsemester	<b>Häufigkeit des Angebots</b> Jedes bzw. jedes zweite Semester	<b>Dauer</b> 3 Semester
<b>Modul-Pnr.</b> 2300					
<b>LV-Kürzel</b>	<b>Veranstaltungsart</b>	<b>Lehrveranstaltungen Titel oder Thema</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Geplante Gruppengröße</b>
P-KUK-L-PMC1 / 2307 (AP)	Masterseminar	Masterseminar mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	210 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC2 / 2301	Vorlesung	Vorlesung mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	Variabel
P-KUK-L-PMC3 / 2302	Masterseminar	Masterseminar mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC4 / 2303	Übung	Übung 1 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC5 / 2304	Übung	Übung 2 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-PMC6 / 2306	Übung	Übung 3 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> <li>die historischen und systematischen Grundlagen ausgewählter Museen und/oder Einrichtungen des Kunsthandels darstellen und im Hinblick auf die öffentlichen oder privaten Strukturen differenzieren;</li> <li>unterschiedliche Interessen und wechselseitige Bedingtheiten von Institutionen, Ökonomie, Politik und Öffentlichkeit im Feld der Kunst erkennen und benennen;</li> <li>Funktionen und Funktionsweisen von Kunstvermittlung im privaten und öffentlichen Sektor differenzieren und erläutern;</li> <li>unterschiedliche Medien und Textarten der Kunstvermittlung unterscheiden und fachgerecht anwenden;</li> <li>bearbeitete Themenbereiche und methodische Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen.</li> </ul>					
Darüber hinaus werden geschult:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>selbstständiges Arbeiten</li> <li>Lern- und Leistungsbereitschaft</li> <li>kritisches Denken</li> <li>analytische Fähigkeiten</li> <li>Problemlösungsfähigkeit</li> <li>Reflexionsfähigkeit</li> <li>Fähigkeit, Wissen zu transferieren</li> <li>mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
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 anderen öffentlichen 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.					
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Masterseminar, Übung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>					
Formal: Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“					
<b>Prüfungsformen</b>					
Die Modulabschlussprüfung beinhaltet in der Regel eine benotete Haus- oder Studienarbeit (Pnr. 2310) in einem der beiden verpflichtenden Masterseminare.					

<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestandene Modulabschlussprüfung und aktive Beteiligung, die z. B. durch die Übernahme eines Referates bzw. einer Moderation sowie durch regelmäßige Diskussionsbeiträge nachgewiesen wird. Eine Modulabschlussprüfung gilt als bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b> Alle Lehrveranstaltungen können auch für den Masterstudiengang Kunstgeschichte angerechnet werden. Mit Ausnahme der Masterseminare sind alle Lehrveranstaltungen auch für den Bachelorstudiengang Kunstgeschichte verwendbar.
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Modulbeauftragte: Prof. Dr. Ulli Seegers Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches
<b>Sonstige Informationen</b> Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF

<b>Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“</b>					
Practical Mandatory module D) „Art Mediation and Cultural Management“					
Modulkürzel P-KUK-M-PMD	Workload 660 h	Kreditpunkte 22 CP	Studiensemester 1. - 4. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1-4 Semester
Modul-Pnr. 4900					
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-PPMD1 / 4910	Praktikum	Praktikum im Bereich der Kunstvermittlung oder des Kulturmanagements inkl. Selbstbericht, Seminararbeit o.Ä. im Umfang von mindestens 1 Monat		150 h	
P-KUK-L-PPMD2 / 5000 (AP)	Teamprojekt	Teamprojekt inkl. Projektbericht		390 h	
P-KUK-L-PPMD3 / 4901	Exkursion	Übung vor Originalen mit Exkursion im Umfang von mind. 4 Tagen	4 SWS/60h	60 h	20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b> Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> <li>erworbenes Überblicks- und Theoriewissen in der Praxis anwenden;</li> <li>aktuelle Forschungslagen und -probleme im Diskurs erörtern und diskutieren;</li> <li>denkmalpflege-, institutions- und berufsrelevante Kenntnisse erwerben und zielgerichtet für eine künftige berufliche Tätigkeit im Kunst- und Kulturbereich einsetzen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b> Das Praxispflichtmodul D) „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ zielt auf vertiefte regionalwissenschaftliche sowie internationale Studien und leitet mittels praxisbezogener Studienbestandteile, die in ausgewählten Institutionen in Form von Praktika oder im Rahmen von Übungen vor Originalen im In- oder Ausland absolviert werden, gezielt auf die beruflichen Anwendungsgebiete hin.					
<b>Lehrformen</b> Praktikum, selbstständiges Teamprojekt, Exkursion					
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“					
<b>Prüfungsformen</b> Modulabschlussprüfung im Teamprojekt: benotete Projektarbeit (Pnr. 5000)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> 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 bis zu 20 Seiten betragen.					
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b> Keine					
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Modulbeauftragte: Prof. Dr. Andrea von Hülsen-Esch Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches					
<b>Sonstige Informationen</b> Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF					

<b>Wahlpflichtmodul E) „Betriebswirtschaftslehre“</b>					
Schwerpunkte: Marketing, Personal und Organisation, Management, Entrepreneurship, Finanzierung, Accounting und Steuerlehre					
<b>Optional compulsory module E) Business Administration</b>					
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. Studiensemester	Jedes Semester	1 oder 2 Semester
Modul-Pnr.					
Pnr. 14xx bzw. Pnr. 16xx					
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
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>					
Wissensvertiefung u.a. in den Bereichen des					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing oder</li> <li>• Arbeit, Personal und Organisation oder</li> <li>• Management oder</li> <li>• Entrepreneurship oder</li> <li>• Finanzierung oder</li> <li>• Accounting oder</li> <li>• Steuerlehre</li> </ul>					
Das aktuelle Modulangebot sowie die jeweiligen Lernziele können dem Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre entnommen werden.					
Im Rahmen der MW-Module werden je nach Auswahl unter anderem die folgenden Schlüsselkompetenzen im betriebswirtschaftlichen Kontext geschult:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• analytische Fähigkeiten</li> <li>• kritisches Denken</li> <li>• Reflexionsfähigkeit</li> <li>• Entscheidungsfähigkeit</li> <li>• Problemlösungsfähigkeit</li> <li>• Fähigkeit, Wissen zu transferieren</li> <li>• mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit</li> <li>• Kommunikationsfähigkeit</li> <li>• Diskussionsbereitschaft</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Im Modul E) erfolgt eine inhaltliche Vertiefung im Bereich selbstgewählter Schwerpunkte aus dem Wahlpflichtbereich des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre.					
Dabei ist bzw. sind ein MW-Modul mit 16 ECTS (Pnr. 14xx) oder zwei MW-Module mit je 8 ECTS (Pnr. 16xx) zu absolvieren. Die Dauer eines Moduls beträgt ein oder zwei Semester. Die Auswahl bezieht sich u.a. auf die folgenden Schwerpunkte: Marketing, Personal und Organisation, Management, Entrepreneurship, Finanzierung, Accounting und Steuerlehre.					
Die Modul-Inhalte können den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre entnommen werden.					
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>					
Formal: Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“					
Inhaltlich: Inhaltliche Voraussetzungen sind den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre zu entnehmen.					

**Prüfungsformen**

Die Modulabschlussprüfung erfolgt in der Regel in Form einer schriftlichen Klausur. Informationen zur Prüfungsform und zum Prüfungsturnus können den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre entnommen werden.

Pnr. MW-Module mit je 16 ECTS:

1410: MW05 Marketing (das Modul wurde angeboten bis SoSe 2020)

1420: MW49 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

1430: MW16 Personalmanagement

Pnr. MW-Module mit je 8 ECTS:

1605: MW18 Organizational Behavior

1610: MW19 Personalwirtschaftliches Praxisseminar

1685: MW36 Marketing Management und Digitale Transformation

1690: MW37 Advanced Marketing Research und Management

1670: MW38 Opportunity Recognition

1675: MW39 Corporate Entrepreneurship

1615: MW40 Advanced Theories in Accounting and Control

1620: MW41 Accounting and Control: Research and Practice

1625: MW42 Advanced Entrepreneurial Finance

1630: MW43 Entrepreneurial Finance: Research and Practice

1635: MW44 Bankbilanzierung

1640: MW45 Praxisseminar Unternehmensbewertung

1645: MW46 Finanzintermediation

1650: MW47 Bank Management and Financial Services

1655: MW50 Ausgewählte Probleme der Unternehmensbesteuerung

1660: MW51 Praxisseminar Unternehmensgründung

1665: MW56 Asset Management

1670: MW57 Sustainability Management Research

**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Eine Modulabschlussprüfung gilt als 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**

Modulbeauftragte: Dr. Julia Römhild

Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor\*innen und Dozent\*innen des Faches

**Sonstige Informationen**

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

<b>Wahlpflichtmodul F) „Kunstgeschichte“</b>					
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; Digitale Kunstgeschichte					
<b>Optional compulsory module F) Art History</b>					
Modulkürzel P-KUK-M-WPF	Workload 360 h	Kreditpunkte 12 CP	Studiensemester 1. bis 4. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 bis 4 Semester
Modul-Pnr. 2400					
LV-Kürzel	Veranstaltungsart	Lehrveranstaltungen Titel oder Thema	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
P-KUK-L-WPF1 / 2405(AP)	Vorlesung	Vorlesung mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	90 h	Variabel
P-KUK-L-WPF2 / 2401	Übung	Übung 1 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF3 / 2402	Übung	Übung 2 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF4 / 2403	Übung	Übung 3 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
P-KUK-L-WPF5 / 2404	Übung	Übung 4 mit methodischer Spezialisierung	2 SWS/30 h	30 h	20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>					
Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• theorie- und diskursgeschichtliche Fragestellungen einordnen;</li> <li>• ausgewählte Hauptlinien der Kunstgeschichte in Theorie und Geschichte nachzeichnen;</li> <li>• spezifische künstlerische Praktiken und Phänomene der Moderne und Gegenwart soziokulturell einbetten und zeitgeschichtlich kontextualisieren;</li> <li>• künstlerische Phänomene und Praktiken mit forschungsrelevanten Fragestellungen verbinden;</li> <li>• 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.</li> </ul>					
Darüber hinaus werden geschult:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• selbstständiges Arbeiten</li> <li>• Lern- und Leistungsbereitschaft</li> <li>• kritisches Denken</li> <li>• analytische Fähigkeiten</li> <li>• Problemlösungsfähigkeit</li> <li>• Reflexionsfähigkeit</li> <li>• Fähigkeit, Wissen zu transferieren</li> <li>• mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
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.					
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>					
Formal: Zulassung zum Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ bzw. zum Masterstudiengang Kunstgeschichte. Inhaltlich: Inhaltliche Voraussetzungen sind den Modulbeschreibungen des jeweiligen Wahlpflichtmoduls im Modulhandbuch des Masterstudiengangs Kunstgeschichte zu entnehmen.					
<b>Prüfungsformen</b>					
Die Modulabschlussprüfung beinhaltet in der Regel eine benotete mündliche Prüfung (Pnr. 2410) zur Vorlesung.					

<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestandene Modulabschlussprüfung und regelmäßige Teilnahme. Eine Modulabschlussprüfung gilt als bestanden, wenn die Bewertung mindestens „ausreichend“ (4,0) lautet.
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b> Bachelor- und Masterstudiengang Kunstgeschichte
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Modulbeauftragte: Prof. Dr. Ulli Seegers Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches
<b>Sonstige Informationen</b> Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten des Studiengangs „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ sowie im HIS-LSF

<b>Masterarbeitsmodul G)</b>						
<b>Master Thesis</b>						
<b>Modulkürzel</b> P-KUK-M-MAG	<b>Workload</b> 600 h	<b>Kreditpunkte</b> 20 CP	<b>Studiensemester</b> 3. - 4. Studiensemester	<b>Häufigkeit des Angebots</b> Jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester	
<b>Modul-Pnr.</b> 5900						
<b>LV-Kürzel</b>	<b>Veranstaltungsart</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> <b>Titel oder Thema</b>		<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Geplante Gruppengröße</b>
		Abschlussarbeit			600 h	
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fähigkeit, eine Fragestellung des Fachs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen</li> <li>– Fähigkeit, wissenschaftliche Methoden in begrenzter Zeit auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden</li> </ul>						
<b>Inhalte</b>						
Die Kandidat*innen sollen in der Masterarbeit nachweisen, dass sie vertiefte Sach- und Methodenkenntnisse im Fach erworben haben, imstande sind, eine Fragestellung des Faches selbstständig 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.						
<b>Lehrformen</b>						
Abschlussarbeit						
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
Keine. Es wird jedoch empfohlen, die Masterarbeit zum Ende des Studiums anzufertigen.						
<b>Prüfungsformen</b>						
Abschlussarbeit mit ca. 60 bis 80 Seiten Textumfang						
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b>						
Termingerechte Abgabe der Masterarbeit (Pnr. 6000) mit einer Benotung von mindestens „ausreichend“						
<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen</b>						
Keine						
<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b>						
Modulbeauftragter: Prof. Dr. Ulli Seegers Hauptamtlich Lehrende: alle hauptamtlich lehrenden Professor*innen und Dozent*innen des Faches						
<b>Sonstige Informationen</b>						
Die Kandidat*innen können einen Themenbereich für die Masterarbeit vorschlagen. Der Zulassungsantrag ist beim Akademischen Prüfungsamt zu stellen. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt maximal sechs Monate. Auf begründeten Antrag der Kandidatin/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.						