
Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis Masterstudium Kulturwissenschaft und Kulturmanagement Wintersemester 2014/15

Termine und Fristen im Wintersemester 2014/15

Beginn der Vorlesungszeit ist am 13. Oktober 2014;
Ende der Vorlesungszeit ist am 13. Februar 2015.

Alle regelmäßigen Vorlesungen finden ab Montag 20. Oktober 2014 bis Freitag 6. Februar 2015 statt; vorlesungsfrei ist vom 20. Dezember 2014 bis 6. Januar 2015; die letzte Semesterwoche ist für Prüfungen, Projekte, Kompaktveranstaltungen etc. reserviert.

Einführung in das Studium (Prof. Dr. Knubben) Montag, 13. Oktober 2014
ab 10.30 Uhr in Raum 5.005

Einführung in das dritte Semester (Prof. Dr. Knubben) Dienstag 21. Oktober 2014
von 15.15 Uhr bis 16.00 Uhr in Raum 5.006

Die Zulassung zu den Modulprüfungen kann vom 7. Januar bis 06. Februar 2015 beantragt werden. Selbstverständlich muss die Zulassung zur Modulprüfung vor den Modulprüfungen bzw. vor der Abgabe der Modulhausarbeiten liegen.

Abgabe der Modulhausarbeiten/Fallanalysen, zu denen Sie zugelassen wurden, und der Portfolio-Leistungen vom 19. Januar bis spätestens 31. März 2015.

Arbeiten, die zum Erwerb von ECTS-Punkten für die Zulassung zur Masterarbeit erforderlich sind, müssen bis spätestens Freitag, den 30. Januar 2015 abgegeben werden.

Abgabe des Antrags auf Ausgabe eines Themas für die Masterarbeit und des Antrags auf Zulassung zur Masterarbeit bis spätestens Freitag, den 20. Februar 2015 (Hierzu ist der Nachweis von 60 ECTS-Punkten und der Abschluss des Moduls 19 erforderlich.)

Einzelklausuren:

APO 15.1 / NPO 4.1 Vertragsrecht
Montag, 9. Febr. 2015 10.00 – 11.00 Uhr

APO 15.5 Gesellschaftsrecht
Freitag, 6. Febr. 2015 10.00 – 11.00 Uhr

Modulklausuren (Anmeldung erforderlich):

APO Modul 12 Personalmanagement
Dienstag, 10. Febr. 2015 10.00 – 12.00 Uhr

Veranstaltungsangebot für Studierende im 1. Semester

Montag

Modul 4 (Wahlmodul)

Recht I - Vertragsrecht im Kulturbetrieb

Isabella König-Dreher

Seminar Mo 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005

Hallenmiete, Bilderleihe, Kartenverkauf, Werbeauftrag: Im Kulturbereich werden ständig eine Vielzahl unterschiedlicher Verträge abgeschlossen. Die Kenntnis der Grundlagen des Vertragsrechts ist deshalb unerlässlich. Diese Kenntnisse werden in der Veranstaltung systematisch erarbeitet und anhand praktischer Fälle aus dem Kulturbereich vertieft, ohne dass juristische Vorkenntnisse erforderlich sind.

Die Studierenden werden mit den Anforderungen an einen wirksamen Vertragsabschluss und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen vertraut gemacht. Sie sollen die Folgen von Vertragsstörungen abschätzen können und erfahren, wie bei der Vertragsgestaltung hiergegen Vorsorge getroffen werden kann. Daneben werden der Persönlichkeitsrechtsschutz und Verkehrssicherungspflichten erörtert.

Die Studierenden werden gebeten eine Textausgabe des BGB mitzubringen.

Literaturempfehlungen:

Pfander, Heinz (2008): Vertragsrecht im Kulturbetrieb. In: Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement, 2. Aufl., München.

Poser, Ulrich (2007): Konzert- und Veranstaltungsverträge, München.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einer Klausur am Ende des Seminars erforderlich.

Modul 8 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturbetriebssteuerung

Dr. Petra Schneidewind

Seminar Mo 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Untersuchungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre ist der Betrieb folglich auch der Kulturbetrieb. Sämtliche betriebswirtschaftliche Funktionen, nämlich die Grundfunktionen Beschaffung, Produktion und Vertrieb, ergänzt um die Dienstleistungsfunktion Verwaltung, welche Führung, Finanzierung, Organisation und Rechnungswesen beinhaltet, sind in den Kulturbetrieben vorhanden.

Das Seminar möchte in das wirtschaftliche Denken und Handeln einführen, monetäre und nichtmonetäre Zielsetzungen vorstellen, die wichtigsten Grundbegriffe klären und systematisieren sowie die betrieblichen Prozesse herausarbeiten und auf Kulturbetriebe übertragen.

Das Rechnungswesen ist die zentrale Informationsquelle für Steuerungsinformationen in einem Betrieb und ist somit auch Schwerpunkt dieses Seminars. Es wird ein Gesamtüberblick über den Aufbau des Rechnungswesens gegeben. Im Mittelpunkt steht dann das externe Rechnungswesen mit seinem Rechnungswesenkreislauf und dem Jahresabschluss, welcher Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung beinhaltet. Mehrere Fallbeispiele vertiefen die Technik der Doppelten Buchführung ebenso der Einsatz einer Schulungssoftware.

Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen sollen sicherstellen, dass zukünftige Kulturmanager den Service der Betriebswirtschaft effektiv nutzen können und außerdem potentielle Existenzgründer mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug ausstatten, welches bereits bei der Erstellung eines Business-Planes benötigt wird.

Literaturhinweise:

Schneck, Ottmar (2000): Betriebswirtschaft. Was Sie für die Praxis wissen müssen, Frankfurt, New York.

Schneidewind, Petra (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement, Bielefeld.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 13 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb

Koordination: Dr. Petra Schneidewind / Dr. des. Yvonne Pröbstle

Übung Mo 14.15 - 15.45 Uhr Raum 5.005 und 5.006

Kulturmanagement bezeichnet einer allgemeinen Definition zufolge einen Komplex von Steuerungsaufgaben zur Hervorbringung und Sicherung kultureller Angebote in arbeitsteiligen Systemen. Dazu braucht es Ideen, Ressourcen, Verfahren, Techniken - und ein Team. Das Teamlabor Kulturbetrieb, zu dem sich jeweils vier bis fünf Studierende für mehrere Semester als Unternehmensgründer zusammen finden, bietet den Ort und die Chance, viele Elemente des Kulturmanagements an einem konkreten, wenn auch fiktiven Beispiel zusammenzufassen und durchzuspielen.

Welche Voraussetzungen muss ich als Gründer eines Kulturbetriebs erfüllen? Welche Unternehmensideen sind attraktiv? Wie plane ich mein eigenes Unternehmen? Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie treffe ich strategische Entscheidungen, wie agiere ich operativ erfolgreich? Wie bilde ich ein schlagkräftiges Team? Wie funktioniert die Finanzierung, wie das Marketing, wie die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit?

Die notwendigen Bausteine zur Beantwortung all dieser Fragen liefert das Lehrangebot des Studiengangs. Der Transfer in die Praxis des Kulturbetriebs kann dann in der Eigenregie der Studierenden im Teamlabor erfolgen. Die theoretischen und praktischen Anforderungen im komplexen System des Kulturbetriebs werden so spielerisch eingeübt. Zugleich eröffnen sich Chancen der Verbindung von kreativem Denken und geschäftstüchtigem Rechnen.

Der Themen- und Ablaufplan des Teamlabors Kulturbetrieb wird im Rahmen der Einführung in das Kulturmanagement auf Schloss Kapfenburg vorgestellt. Das Projektkolloquium dient als Plattform zum permanenten Austausch mit und unter den verschiedenen Laborbetrieben.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 2 (Pflichtmodul)

Musikwissenschaft I

Dr. Ina Henning

Seminar Mo 16.45 - 18.15 Uhr Raum 5.005

Ausschnitte aus der Musikgeschichte sollen innerhalb ihres geistes- und sozialgeschichtlichen Kontextes betrachtet werden: Neu gewonnene Einsichten und eigene Vorkenntnisse aus verschiedenen Gattungen wirken wechselseitig aufeinander ein und ergänzen sich.

Literaturempfehlungen:

Ehrmann-Herfort, Sabine u. a. (Hrsg.) (2002): Europäische Musikgeschichte, 2 Bde., Kassel u. Stuttgart.

Brzoska, Matthias / Michael Heinemann (Hrsg.) (2004): Die Geschichte der Musik, 3 Bde., 2. Aufl., Laaber.

de la Motte-Haber, Helga (Hrsg.) (2004): Musikästhetik (= Handbuch der Systematischen Musikwissenschaft, Bd. 1), Laaber.

Sachs, Curt (1974): Vergleichende Musikwissenschaft. 3. Aufl., Wilhelmshaven, Heinrichshofen.

Meischein, Burkhard (2011): Einführung in die historische Musikwissenschaft, Köln.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Dienstag

Modul 11 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kommunikationsmanagements

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Di 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005

Ein Kommunikationskonzept ist das A und O systematischer Öffentlichkeitsarbeit. In großen Industriebetrieben sind PR-Konzepte für Drei- bis Fünfjahres-Zyklen selbstverständlich. Dagegen verfügen kleinere Kulturbetriebe oft nicht einmal über einen Jahresplan für Öffentlichkeitsarbeit. An eine strategische Weiterentwicklung ist unter solchen Umständen nicht zu denken. Deshalb besteht die Notwendigkeit, der Öffentlichkeitsarbeit durch ein systematisches Entwicklungskonzept zu größerer Wirkung zu verhelfen. Kulturmanagement wird auf diese Weise ergänzt durch Kommunikationsmanagement.

Das Seminar behandelt zunächst die wichtigsten Funktionen und Formen von Öffentlichkeitsarbeit sowie Rechts- und Organisationsfragen. Schritt für Schritt gehen wir dann ein PR-Musterkonzept durch. Beispieltex te aus der Berufspraxis werden kritisch begutachtet. Und eingestreute Übungsaufgaben sollen die Teilnehmer sensibilisieren für Fallstricke und Fehlformulierungen. Am Schluss werden die wichtigsten Kontrollverfahren auf ihre Tauglichkeit geprüft. Sie sollen helfen, für den nächsten Planungszyklus sowohl die Ziele als auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zu optimieren.

Literaturempfehlungen:

Fissenwerth, Renée / Stephanie Schmidt (2002): Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute - mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenweg, Frankfurt/M.

Hansen, Renée (2004): Konzeptionstechnik - Strategie und Umsetzung. In: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.) (2004): Öffentlichkeitsarbeit für Nonprofit-Organisationen, Wiesbaden, S. 641-682.

Jürgens, Ekkehard (2008): Öffentlichkeitsarbeit im Kulturbetrieb. In: Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis, 2. aktual. u. erw. Aufl., München, S. 615-648.

Schmidbauer, Klaus / Eberhard Knödler-Bunte (2004): Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren, Potsdam.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Kommunikationskonzept) beantragt werden.

Modul 9 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturfinanzierung

Prof. Dr. Thomas Knubben

Seminar Di 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

Die Finanzierung kultureller Aufgaben ist zum Kernthema im Kulturmanagement geworden. Dies hängt zunächst mit dem problematischen Zustand der öffentlichen Haushalte zusammen, über die noch immer der größte Teil der nicht-kommerziellen Kulturangebote finanziert wird - ein Zustand, der mittlerweile höchst kritisch geworden ist und neue Strategien der Mittelakquisition erfordert.

Das Seminar beschäftigt sich daher mit den maßgeblichen Instrumenten der Kulturfinanzierung vor allem im öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb, deren jeweiligem Potenzial und deren Einsatzmöglichkeiten in einem Gesamtkonzept. Im Einzelnen werden Themen sein: Wege der Kulturfinanzierung, Kosten- und Finanzierungsplanung, Drittmittel der öffentlichen Hand, Umsatzerlöse, Merchandising und Licensing. Möglichkeiten zur Steigerung von Umsätzen, Fundraising, Sponsoring, Merchandising und Licensing sowie Public-Private-Partnership.

Das Seminar wird im Sommersemester mit Sponsoring und Fundraising fortgesetzt.

Literaturempfehlungen:

Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung, Wiesbaden.

Heinrichs, Werner (1997): Kulturpolitik und Kulturfinanzierung, München.

Heinze, Dirk / Dirk Schütz (Hrsg.) (2003ff.): Erfolgreich Kultur finanzieren. Lösungsstrategien in der Praxis, Stuttgart u. a. (Loseblattsammlung im Aufbau, mit CD-ROM).

Loock, Friedrich / Oliver Scheytt (Hrsg.) (2006ff.): Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik, Loseblattsammlung, Berlin.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit (Fallanalyse) beantragt werden.

Modul 2 (Pflichtmodul)

Kunsttheorie

Dr. Christiane Dätsch

Vorlesung/Seminar Di 14.15 – 15.45 Uhr Raum 5.005

Was ist Kunst? Diese Frage steht am Beginn eines jeden Nachdenkens über schöne, von Menschen gemachte Werke. Die abendländische Philosophie beschäftigt sich seit ihren Anfängen mit dem Zusammenhang von Idee und Gestalt, Sinn und Form, Ethik und

Ästhetik. Aber auch Vertreter jüngerer Disziplinen wie der Kunst-, Literatur- oder Musikgeschichte haben den Ursprung, das Wesen und die Wirkung von Kunst logisch und wissenschaftlich zu ergründen versucht. Als Theorie der Kunst können alle diskursiven Abhandlungen verstanden werden, die das Wesen, die Voraussetzungen oder die immanenten Gesetzmäßigkeiten von Kunst theoretisch bestimmen.

Ziel des Seminars ist es, den Studierenden anhand ausgewählter Texte kunsttheoretische Positionen vorzustellen und sie zu diskutieren. Dabei soll es sowohl darum gehen, die Zeitgebundenheit der Positionen kennen- und einschätzen zu lernen als auch darum, ihre Bedeutung für die Hervorbringung von (neuer) Kunst zu erkennen. Das Seminar versucht, Bezugssysteme, Kontinuitäten und Brüche innerhalb der Geschichte der Kunsttheorie aufzudecken und ihre Bedeutung für die heutige Kunstphilosophie zu erhellen.

Literaturempfehlungen:

Schüller, Marco (Hrsg.) (2013): Texte zur Ästhetik: eine kommentierte Anthologie, Darmstadt.

Bertram, Georg W. (2011) Kunst. Eine philosophische Einführung, 3. Aufl., Stuttgart.

Bluhm, Roland / Reinold Schmücker (Hrsg.) (2005): Kunst und Kunstbegriff. Der Streit um die Grundlagen der Ästhetik, 2. Aufl., Paderborn.

Reicher, Maria E. (2005): Einführung in die philosophische Ästhetik, Darmstadt.

Kleimann, Bernd / Reinold Schmücker (Hrsg.) (2001): Wozu Kunst?: die Frage nach ihrer Funktion, Darmstadt.

Liessmann, Konrad Paul (1999): Philosophie der modernen Kunst: eine Einführung, Wien.

Dieses Seminar ist Pflicht die Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 7 (Wahlmodul)

Der 1. Weltkrieg als Gegenstand von Kulturwissenschaft und Kulturmanagement

Prof. Dr. Thomas Knubben / Dr. Clemens Klünemann

Seminar Di 16.15 – 17.45 Uhr Raum 5.005

Wie kaum ein historisches Ereignis zuvor ist der 1. Weltkrieg aktuell Gegenstand von Ausstellungen und Publikationen, von Hörfunk- und Fernsehsendungen, Theateradaptionen, Vorträgen wie auch von Initiativen im Internet. Dies sowohl in regionaler wie in internationaler Perspektive. Fast allen Beiträgen ist gemeinsam, dass sie den „Großen Krieg“, wie er in England und Frankreich bezeichnet wird, als die „Urkatastrophe“ (George F. Kennan) des 20. Jahrhunderts ansehen, welche die Welt innerhalb und außerhalb Europa tiefgreifend verändert hat und bis heute nachhaltige Wirkungen zeitigt. Daneben werden jedoch auch markante Unterschiede in der Bewertung der Kriegsursachen, der politischen Mechanismen und Spielräume, der regionalen Erscheinungsformen, der kulturellen Verarbeitung und der Formen der aktuellen Auseinandersetzung erkennbar.

Das Seminar greift die komplexe Beschäftigung mit dem 1. Weltkrieg auf und untersucht sie unter kulturwissenschaftlichen und kulturmanagerialen Aspekten. Es ist in drei Teile gegliedert. Zunächst wird die gegenwärtige historisch-politische Debatte über Ursachen, Hintergründe und Anlässe des Krieges untersucht, dann die Spiegelung des Kriegs im kulturellen Kontext von Literatur, Kunst und Gedenken reflektiert, um schließlich aktuelle Ansätze der Aufarbeitung im Kulturbetrieb und kulturmanageriale Fragen, die sich damit verbinden, zu behandeln. Mit dem Seminar sind kleinere Exkursionen in Ausstellungen und an Erinnerungsorte verbunden.

Literaturempfehlungen

Anz, Thomas/Joseph Vogl (Hrsg.) (2014): Die Dichter und der Krieg. Deutsche Lyrik 1914-1918, Reclam, Stuttgart.

Clark, Christopher (2013): Die Schlafwandler. Wie Europa in den Ersten Weltkrieg zog, DVA, München.

Krumeich, Gerd (2014): Die 101 wichtigsten Fragen - Der Erste Weltkrieg, Beck, München.

Münkler, Herfried (2013): Der große Krieg. Die Welt 1914-1918, Rowohlt Berlin.

Piper, Ernst (2013): Nacht über Europa. Kulturgeschichte des Ersten Weltkriegs, Propyläen, Berlin.

Seybert, Gislinde / Thomas Stauder (2014): Heroisches Elend, Misères de l'heroïsme, Heroic Misery. Der Erste Weltkrieg im intellektuellen, literarischen und bildnerischen Gedächtnis der europäischen Kulturen, Peter Lang, Frankfurt.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme an einem Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Mittwoch

Modul 10 (Pflichtmodul)

Grundlagen des Kulturmarketings

Prof. Dr. Armin Klein

Seminar Mi 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005

Hauptaufgabe eines jeden Betriebes ist es einen Kunden zu finden. Dies gilt umso mehr für jeden Kulturbetrieb: ein Buch, das nicht gelesen wird, ein Theaterstück, das keine Zuschauer findet, ein Gemälde, das nicht betrachtet wird, ein Musikstück, das keiner hört – sie mögen zwar alle vorhanden sein, „existieren“ aber nicht. Nur die entsprechende Rezeption lässt sie ihre Wirkung entfalten. Deshalb sind die Besucher so wichtig im Kulturbetrieb und von daher gewinnt ein entsprechendes Kulturmarketing seine Bedeutung.

Der durchschlagende Erfolg der seit Mitte der 70er Jahre mit viel Elan begonnenen, sog. „Neuen Kulturpolitik“ mit ihrem Ziel einer „Kultur für alle“ hat – paradoxerweise – zur Etablierung eines ständig expandierenden Kulturmarktes geführt, auf dem sich öffentliche Kulturanbieter längst der ständig zunehmenden Konkurrenz privat-kommerzieller und privat-gemeinnütziger Kulturbetriebe gegenübersehen. Der Nachfrager, der „Kultorkunde“ hat z. B. als Theater-, als Konzert-, als Ausstellungsbesucher längst die Wahl – und er wählt, zunehmend selbstbewusster und kritischer. Wer als kultureller Anbieter in der „Erlebnisgesellschaft“ (Schulze) bestehen will, ist auf entsprechende langfristige Marketingstrategien angewiesen: Er muss seine Kunden kennen und sein Angebot entsprechend positionieren. Kulturmarketing wird hier als Marketing-Management-Prozess begriffen, dessen Ziel es ist, nicht nur zu reagieren, sondern im Sinne eines strategischen Marketings eigene Potentiale zur Nutzung langfristiger Entwicklungen aufzubauen.

Das Seminar befasst sich zunächst mit den Grundlagen des Kulturmarketings und geht ausführlich auf die einzelnen Schritte des Marketing-Management-Prozesses ein; anschließend werden diese Fragen vertieft und anhand der Marketing-Konzepte ausgewählter Kultureinrichtungen untersucht.

Literaturempfehlungen:

Klein, Armin (2011): Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. akt. Aufl., München.

Klein, Armin (2011)(Hrsg.): Kompendium Kulturmarketing. Handbuch für Beruf und Praxis, München

Berkemeier-Feuerhahn, Sigrid und Nadine Ober-Heilig (2014): Kulturmarketing. Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente, Stuttgart

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea (2009): Kulturmarketing, Wiesbaden.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen Seminar und am Seminar Vertiefung I erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Neuzeit

Prof. Dr. Armin Klein

Vorlesung Mi 12.15 - 13.45 Uhr Raum 5.005

„Kultur“ ist der Schlüsselbegriff einer Disziplin „Kulturmanagement“ - doch was verstehen wir darunter? Seit Beginn der Neuzeit, als die quasi selbstverständliche Ordnung („ordo“ des Mittelalters) zerbrach, ist der Mensch gezwungen sein Verhältnis zu Gott bzw. zur Transzendenz, zur Natur aber auch zu seinen Mitmenschen neu zu definieren. Was ist seine „Natur“ (Ist er von Natur aus „gut“? Ist er von Natur aus „böse“?), wie organisiert er sein Zusammenleben mit Anderen? Durch ihre Kultur unterscheiden sich die Menschen aber nicht nur von der Natur, sondern auch untereinander, von anderen Menschen mit jeweils anderen „Kulturen“. Wir sprechen heute längst von „multikulturellen“ Gesellschaften, in denen innerhalb eines Landes ganz verschiedene Kulturen nebeneinander, miteinander, aber auch gegeneinander stehen. Gibt es Gemeinsamkeiten innerhalb der verschiedenen menschlichen Kulturen („Universalien“) oder ist jede Kultur nur aus sich heraus adäquat zu verstehen und zu beurteilen („Kulturrelativismus“)? Das, was die jeweils „eigene“ im Gegensatz zur „fremden“ Kultur ausmacht, wird immer dann besonders deutlich, wenn (scheinbar „natürliche“) kulturelle Selbstverständlichkeiten in Frage gestellt bzw. erschüttert werden, d. h. in Zeiten eines tief greifenden gesellschaftlichen Wandels, wie sie sich gegenwärtig unter dem Schlagwort der „Globalisierung“ abzeichnen. Da es solche radikalen Veränderungen und Brüche seit Beginn der Neuzeit immer wieder gegeben hat, will die Vorlesung exemplarisch aufzeigen, welche kulturellen Antworten und Haltungen die einzelnen Kulturen entwickelten. Kultur ist die Lösung: auf welche Frage aber ist sie die Antwort? Im Kern steht dabei nicht die Frage: was „ist“ Kultur, sondern wie „funktioniert“ Kultur in der Gesellschaft, d. h. welche Funktionen erfüllt sie?

Literaturempfehlungen:

Moebius, Stephan und Dirk Quadflieg (Hrsg.) (2006): Kultur. Theorien der Gegenwart. Wiesbaden

Hansen, Klaus P. (1995): Kultur und Kulturwissenschaft, Tübingen u. Basel.

Marschall, Wolfgang (Hrsg.) (1993): Klassiker der Kulturanthropologie. Von Montaigne bis Margaret Mead, München.

Munch, Richard (1993): Die Kultur der Moderne (2 Bde), Frankfurt/M.

Scharfe, Martin (2002): Menschenwerk. Erkundungen über Kultur, Köln, Weimar u. Wien

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einem Seminar in Kulturtheorie und an zwei Seminaren in Kulturgeschichte erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturgeschichte der Anfänge

Claus Hattler M.A.

Seminar Mi 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.006
im Wechsel mit Wissenschaftstheorie
Beginn am 29.10.2014

Wann begann der Mensch zu sprechen, zu erzählen, Erzählungen in Bild und Schrift festzuhalten?

Den Teilnehmern der Lehrveranstaltung soll die Entstehung menschheitsgeschichtlich grundlegender Kulturerscheinungen und -techniken auseinander gesetzt werden, insbesondere die Anfänge und wichtigsten Entwicklungsstufen von Sprache, bildender und darstellender Kunst, Schrift und Literatur. Vor dem Hintergrund der jeweiligen menschlichen Gesellschaften und ihrer Bedürfnisse - sei es der Eiszeit in Mitteleuropa, der frühen Hochkulturen des Alten Orients oder des klassischen Athen - sollen Ursache und Entwicklung der genannten Phänomene verstanden und ihre Funktionen deutlich werden. Insgesamt geht es um die Kulturgeschichte der Kommunikation und ihrer Medien, die in ihrer formativen Phase oft genug auch „das Übernatürliche“ mit einbezog. Zudem sollen die Methoden der Archäologie zur Befragung und Deutung der materiellen Quellen zum Thema vorgestellt werden.

U. a. betrachten und besprechen wir

- Hypothesen zur Entstehung der menschlichen Sprache
- Die älteste bekannte Bildkunst und ihre Funktionen in der jüngeren Altsteinzeit
- Entwicklung und Kennzeichen „primitiver“, „archaischer“ und „klassischer“ Kunst (von der Schwäbischen Alb bis nach Hellas)
- Göttermythen und Heldensagen - der Ursprung von Dichtung und Literatur (Gilgamesch, Krieg um Troja)
- Bild - Zeichen - Schrift: Von der Hieroglyphe zum Alphabet (am Anfang war die Bürokratie)
- Die Geburt des Theaters aus dem Geist der Religion
- Entdeckung und Rezeption der Anfänge von Kunst und Literatur in Neuzeit und Gegenwart

Literaturempfehlungen zum Einstieg:

Archäologisches Landesmuseum Baden-Württemberg - Eberhard-Karls-Universität Tübingen (Hrsg.) (2009): Eiszeit - Kunst und Kultur. Begleitband zur Großen Landesausstellung Eiszeit - Kunst und Kultur im Kunstgebäude Stuttgart, 18. Sept. 2009 bis 10. Jan. 2010), Ostfildern, bes. S. 228 ff.

Eggert, Manfred K.H. / Stefanie Samida (2013): Ur- und Frühgeschichtliche Archäologie, 2. Aufl., Tübingen.

Fagan, Brian M. (Hrsg.) (2004): Die siebzig großen Erfindungen des Altertums, München, bes. S. 213 ff.

Jürgens, Ekkehard (2008): Sage und Schreibe. Zur Medien (früh)geschichte von Literatur. In: Gans, Michael / Roland Jost / Ingo Kammerer (Hrsg.) (2008): Mediale Sichtweisen auf Literatur, Baltmannsweiler, S. 2-14.

Kuckenburg, Martin (2004): Wer sprach das erste Wort? Die Entstehung von Sprache und Schrift, Stuttgart.

Moraw, Susanne / Eckehart Nölle (Hrsg.) (2002): Die Geburt des Theaters in der griechischen Antike Mainz.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einem Seminar in Kulturtheorie und an zwei Seminaren in Kulturgeschichte erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 6 (Pflichtmodul)

Wissenschaftstheorie

Dr. Christiane Dätsch

Seminar Mi 14.15 - 17.45 Uhr, 14-täglich Raum 5.006
 im Wechsel mit Kulturgeschichte der Anfänge
 Beginn am 22.10.2014

Die Wissenschaftstheorie ist ein Teilgebiet der modernen Philosophie. Sie beschäftigt sich mit der Funktionsweise und der Zielsetzung wissenschaftlicher Erkenntnis, mit deren Methoden, Leistungen und Grenzen. Sie beschreibt wissenschaftliche Theorien und deren Entwicklung mit Hilfe von Metatheorien, die sie rational rekonstruiert. Dabei verfährt sie normativ, indem sie die Wissenschaftspraxis mit Mitteln der Logik beurteilt.

Das Seminar behandelt die wichtigen Grundbegriffe moderner Wissenschaftstheorie und befasst sich mit verschiedenen Ansätzen der Theoriebildung. Ziel ist es, einen Überblick über wichtige moderne Wissenschaftstheorien (Positivismus, Hermeneutik, analytische Philosophie, kritischer Rationalismus, Konstruktivismus) zu erhalten. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Auseinandersetzung mit Methoden der Geistes- und Kulturwissenschaften, die für die eigene Arbeit wichtig sind (den Methoden der empirischen Forschung widmen sich im Curriculum eigene Seminare). Darüber hinaus wiederholt das Seminar Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens (von der Themenfindung bis zur Niederschrift) und beantwortet Fragen zu den institutsinternen „Regeln“.

Literaturempfehlungen:

Balzer, Wolfgang (2009): Die Wissenschaft und ihre Methoden: Grundsätze der Wissenschaftstheorie. Ein Lehrbuch, Freiburg, München.

Kuhn Thomas (1976): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, 2. rev. Aufl. vom Postskriptum 1969, Frankfurt/M.

Schülein, Johann August / Simon Reitze (2012): Wissenschaftstheorie für Einsteiger, 2. Aufl., Stuttgart.

Schulz, Gerhard (2006): Einführung in die Wissenschaftstheorie, Darmstadt.

Eco, Umberto (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt: Doktor- Diplom- und Masterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften, 13. Aufl., Heidelberg.

May, Yomb (2010): Wissenschaftliches Arbeiten. Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform, Stuttgart.

Dieses Seminar ist Pflicht für die Studierenden des ersten Semesters.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an allen Seminaren erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulhausarbeit beantragt werden.

Modul 2 (Pflichtmodul)

Kunst- und Bildwissenschaft

Ein Bild ist ein Bild. Einführung in die Bildwissenschaft

Prof. Dr. Hans Dieter Huber

Seminar Mi 18.00 - 19.30 Uhr Raum 5.005

Mitte der neunziger Jahre entstand ein starkes, interdisziplinäres Interesse an Bildern. Dies mag mit der Bilderflut in Werbung, Fernsehen und Computerspielen zusammengehängen haben. Man hat in diesem Zusammenhang auch vom „pictorial turn“ (W.I.T. Mitchell) oder vom „iconic turn“ (Gottfried Boehm) gesprochen. Der Philosoph Klaus Sachs-Hombach hat in diesem Zusammenhang 1997 den Begriff der Bildwissenschaft geprägt. Im angelsächsischen Raum hat sich für eine ähnliche Richtung der Begriff der *visual culture* entwickelt. Das Interessante an Bildwissenschaft liegt darin, dass von vielen verschiedenen Fächern und Disziplinen ein starkes Interesse an Fragen der Bildlichkeit, der Visualität und der Visualisierung von grundlegenden Lebenszusammenhängen zu bemerken ist. So befasst sich die Politologie mit der Sichtbarkeit von Machtbeziehungen, die Psychologie mit dem besseren Verständnis von Texten durch Bilder, die Soziologie mit dem symbolischen Kapital, das durch Bilder repräsentiert werden kann, usw. Einer der wichtigsten bisherigen Diskussionsschwerpunkte war in der Vergangenheit die Bildtheorie. Fragen wie „Was ist ein Bild?“ oder „Wie funktionieren Bilder?“ stellten einen wichtigen Schwerpunkt in dieser interdisziplinären Debatte dar. In dem Lektüreseminar soll an ausgewählten Texten aus unterschiedlichen Fachdisziplinen ein erster Überblick über die verschiedenen Gesichtspunkte und Aspekte der Bildwissenschaft gewonnen werden.

Die im Seminar behandelten Texte sollten von allen Teilnehmern des Seminars vorab gelesen worden sein. Auch für TeilnehmerInnen, die keine Modulhausarbeit schreiben müssen, ist die Übernahme eines mündlichen, zusammenfassenden Referates zu einem Text aus dem Seminar Pflicht. Dies kann auch in Gruppenarbeit erfolgen, wenn mehr Teilnehmer als Texte vorhanden sind. Sollten weniger Studierende, als Texte vorhanden sind, an dem Seminar teilnehmen, werden die Referate auf die Teilnehmer aufgeteilt. Die wichtigsten Thesen und Argumente eines Textes sollten in einem mündlichen Referat von etwa 30 Minuten Länge vorzustellen. Im Anschluss haben wir dann genug Zeit, um zum einen über das Referat als auch über den Text und die daraus sich ergebenden Fragen, zu diskutieren. Alle Texte, die im Seminar behandelt werden, werden in Form einer PDF-Datei den Teilnehmern zur Verfügung gestellt. Die ersten drei Referate können jetzt schon vergeben werden, damit genug Vorbereitungszeit für die Referentinnen bleibt. Bitte bei Interesse direkt per Email bei hansdieter.huber@abk-stuttgart.de anmelden.

Einführungsliteratur:

Belting, Hans (Hrsg.) (2007): Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch. München.

Boehm, Gottfried (2007): Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens. Berlin.

Huber, Hans Dieter (2004): Bild Beobachter Milieu. Entwurf einer allgemeinen Bildwissenschaft. Ostfildern-Ruit.

Huber, Hans Dieter / Bettina Lockemann / Michael Scheibel (Hrsg.) (2002): Bild Medien Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München.

Sachs-Hombach, Klaus (2004): Wege zur Bildwissenschaft. Interviews. Köln.

Scholz, Oliver (2000): Bild, in: Barck, Karlheinz/Fontius, Martin/ Schlenstedt, Dieter [u.a.] (Hg.): Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden. Bd.1, Stuttgart, Weimar, S.619-669.

Schulz, Martin (2005): Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft. München.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Seminar Kunsttheorie und an zwei Seminaren einer Fachrichtung erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Kompaktveranstaltungen

Einführung in das Studium des Kulturmanagements

Kompaktseminar 14. bis 16. Oktober 2014 Schloss Kapfenburg

Das Einführungsseminar findet als Kompaktveranstaltung in der ersten Semesterwoche statt. Am Dienstag, 14. Oktober, fahren wir mit PKWs zur Kapfenburg (oberhalb von Lauchheim bei Aalen), wo wir bis Donnerstag, den 16. Oktober in der Internationalen Musikakademie zu Gast sind.

Ausgehend von der Fächersystematik und dem Themenspektrum des Studiums werden zunächst die Lehr- und Arbeitsformen des Masterstudiums erläutert. Den Schwerpunkt bildet dann die Vorstellung und Konzeption des Teamlabors Kulturbetrieb, das den Studierenden die Möglichkeit eröffnen soll, theoretische Kenntnisse des Kulturmanagements an einem konkreten Kulturbetrieb zu überprüfen und einzuüben. Dafür müssen Ideen entwickelt und Teams gebildet werden. Ein detaillierter Themen- und Zeitplan wird zu Semesterbeginn ausgegeben.

Am Rande dieses Kompaktseminars besteht in der einladenden Atmosphäre der Kapfenburg für alle Studienanfänger Gelegenheit, sich unter einander kennen zu lernen und auch mit den Lehrenden ins Gespräch zu kommen.

Die Kosten für Übernachtung und Verpflegung werden größtenteils vom Institut getragen, doch ist von Seiten der Studierenden ein Eigenanteil von 80 € erforderlich.

Literaturempfehlungen:

Heinrichs, Werner (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 3. Aufl., Darmstadt.

Klein, Armin (Hrsg.) (2011): Kompendium Kulturmanagement, 3. Aufl., München.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 12 (Wahlmodul)

Kulturbetrieb I - Museumsbetrieb

Prof. Dr. Ludger Hünnekens

Kompaktseminar

Do 30.10.2014	10.00 – 18.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 31.10.2014	10.00 – 18.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 21.11.2014	ganztags	Darmstadt

Öffentliche und private Museen stehen in einer langen Tradition des Kulturbetriebs in Deutschland, in vielen Städten sind sie ein Kristallisationspunkt des öffentlichen Interesses. Spektakuläre Neugründungen ebenso wie große „Blockbuster“-Ausstellungen ziehen mehr denn je Millionen von Menschen an. Doch trotz dieses Erfolges haben sich die Rahmenbedingungen für die Museen im letzten Jahrzehnt drastisch verändert: Neben den „klassischen“ Aufgaben des Museums, das Sammeln, Bewahren, Forschen, Präsentieren und Vermitteln, treten zunehmend neue Herausforderungen: der Aufbau und die Pflege neuer Zielgruppen angesichts eines verstärkten kulturellen Wettbewerbs, die Selbstbestimmung angesichts sich auflösender Traditionen und neuer Entwicklungen („Edutainment“) sowie verstärkte Anstrengungen zur Erschließung neuer Finanzierungsformen.

Der amerikanische Museumswissenschaftler Michael Spock gab schon vor Jahren die Parole aus: „A museum is rather for somebody than about something“, mit der er in Amerika die Abkehr von der Sammlungsorientierung hin zur Besucherorientierung markierte, die heute gleichermaßen auch die Neupositionierung der europäischen Museen kennzeichnet. Das Seminar will nach Darstellung und Diskussion der traditionellen Aufgaben u. a. der Frage nach dem Bedeutungszuwachs der Publikumsorientierung und der damit zusammenhängenden Publikumsforschung nachgehen. Dem Publikum wird, nicht zuletzt durch politische Erwartungen, zunehmend mehr Stimme und Präsenz in der Museumsarbeit verliehen; doch welche Auswirkungen kann dies auf die tägliche Arbeit im Museum haben? Geht damit schon ein Bedeutungswandel der Museen und ihrer Ausstellungsprogramme einher?

Literaturempfehlungen:

Das deutsche Museumsportal: www.magazin.museum.de.

Flügel, Katharina (2005): Einführung in die Museologie, Darmstadt.

Grasskamp, Walter (2014): André Malraux und das imaginäre Museum.

Hausmann, Andrea (2001): Besucherorientierung von Museen unter Einsatz des Benchmarking, Bielefeld.

Jodidio, Philip (2010): Architecture Now! Museums (Köln).

John, Hartmut / Anna Dauschek (Hrsg.) (2008): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld.

Koch, Anne (2002): Museumsmarketing. Ziele, Strategien, Maßnahmen, Bielefeld.

Kotler, Neil / Philip Kotler (1998): Museum strategy and Marketing. Designing missions. Building audiences. Generating revenue and resources, San Francisco.

Maier-Solck, Frank (2002): Die neuen Museen, Köln.

Ridler, Gerda (2012): Privat gesammelt - öffentlich präsentiert, Bielefeld.

Sheehan, James J. (2002): Geschichte der deutschen Kunstmuseen, München.

Staatliche Museen zu Berlin: Materialien, Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumsforschung (Jahreshefte). www.smb.spk-berlin.de/ifm.

Waidacher, Friedrich (1999): Handbuch der Allgemeinen Museologie, Wien, Köln u. Weimar.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme an einem Seminar und das Erbringen einer benoteten Einzelleistung erforderlich.

Modul 13 (Pflichtmodul)

Existenzgründung

Dr. Yvonne Pröbstle / Dr. Petra Schneidewind

Seminar	Raum 5.005
Do 06.11.2014	9.30 - 17.30 Uhr
Fr 07.11.2014	9.30 - 17.30 Uhr
Do 13.11.2014	9.30 - 17.30 Uhr

Die Zahl der Selbständigen und Freiberufler in der Kultur- und Kreativwirtschaft wächst kontinuierlich. Der Staat offeriert und unterstützt zahlreiche Fördermöglichkeiten, um diese Entwicklung aufrechtzuerhalten und voranzutreiben. Sie reichen von Beratungsdienstleistungen für Existenzgründer bis hin zur finanziellen Unterstützung und der (vergünstigten) Bereitstellung von Büroräumen. Die Rahmenbedingungen für das Wagnis Existenzgründung scheinen also günstiger denn je. Nach wie vor aber stellt die Existenzgründung in der Kreativ- und Kulturwirtschaft eine große Herausforderung dar, die nach einer zentrale Qualifikation verlangt: unternehmerisches Denken. Unternehmer agieren am Markt. Sie haben gleichzeitig (potenzielle) Kunden und Konkurrenten im Blick. Ihr Erfolg misst sich daran, ob sie sich von der Konkurrenz abgrenzen und Kundenbedürfnisse befriedigen.

Im Seminar sollen die Teilnehmer mit Methoden und Instrumenten vertraut gemacht werden, die eine marktorientierte Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten unterstützen. Ziel ist es, den TeilnehmerInnen Grundsätze zur systematischen Entwicklung von Geschäftsideen bis hin zum Markteintritt im Kulturbereich zu vermitteln. Tipps zur Erstellung von Businessplänen und praktische Hinweise zur Selbständigkeit ergänzen dieses Seminar.

Literaturempfehlungen

Langholz, Jens (2011): Existenzgründung im Kulturbetrieb, Wiesbaden.

Rohrberg, Andrea / Andreas Schug (2010): Die Ideenmacher. Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ein Praxis-Guide, Bielefeld.

Schwarz, Erich / Rita Dummer / Ines Krajger (2007): Von der Geschäftsidee zum Markterfolg - Markt-orientierte Produktentwicklung für innovative Gründer und Jungunternehmer, Wien.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Projektmanagement

Prof. Dr. Armin Klein / N.N..

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 04.12.2014 9.30 - 17.30 Uhr

Do 11.12.2014 9.30 - 17.30 Uhr

Do 18.12.2014 9.30 - 17.30 Uhr

Projektmanagement hat zentrale Bedeutung im Kulturmanagement. Ursache hierfür sind nicht nur die geringer werdende Bereitschaft und Fähigkeit insbesondere der öffentlichen Hand, Ressourcen in kulturellen Einrichtungen langfristig zu binden (institutionelle Förderung), sondern auch die mit Projekten verbundenen Möglichkeiten und Erwartungen innovativer Impulse.

Professionelles Projektmanagement ermöglicht die zielgerichtete und Ressourcen schonende Bewältigung komplexer Fragestellungen und Aufgabenbereiche und kann darüber hinaus positiv auf die Motivation und Kooperation der beteiligten Planer und Organisationen rückwirken. Voraussetzung dafür ist allerdings die Bereitschaft der Projektbeteiligten zu einer flexiblen Arbeitsorganisation und zu einem intensiven kommunikativen Austausch.

Das Seminar vermittelt die notwendigen Techniken und Instrumente des Projektmanagements. Es macht mit Fragen der Teambildung, des Projektstrukturplanes, der Ablauforganisation, des Informationsflusses und des Projektcontrollings vertraut und thematisiert nicht zuletzt die Risikofaktoren für ein mögliches Scheitern eines Projektes und führt in die Grundlagen softwaregestützten Projektmanagements ein.

Literaturempfehlungen:

Klein, Armin (2010): Projektmanagement für Kulturmanager, 4. Aufl., Wiesbaden.

Bemmé, Sven Oliver (2010): Kultur-Projektmanagement: Kultur- und Organisationsprojekte erfolgreich managen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 13 (Pflichtmodul)

Gesellschaftsrecht

Prof. Dr. Simone Grimm

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 09.01.2015 9.00 - 15.30 Uhr

Do 16.01.2015 9.00 - 14.45 Uhr

In dem Seminar werden die verschiedenen gesellschaftsrechtlichen Rechtsformen, wie der Verein, die BGB-Gesellschaft, die Partnerschaftsgesellschaft, die GmbH, die Aktiengesellschaft und die eingetragene Genossenschaft vorgestellt. Ziel des Seminars ist es, den Entscheidern im Kulturbereich Grundlagen für die Organisation und Rechtsformenwahl zu vermitteln.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 14 (Pflichtmodul)

Kultur vor Ort: Mannheim

Dr. Petra Schneidewind

Tagesexkursion am Mittwoch, den 11. Februar 2015

Die diesjährige Tagesexkursion führt uns nach Mannheim.

Das detaillierte Programm wird zu Beginn des Wintersemesters vorliegen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 1. Semesters Pflicht.

Modul 5 (Wahlmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb I

Koordination: Prof. Dr. Thomas Knubben

Ring-Seminar Raum 5.005

Das Seminar behandelt aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses. Um verschiedene Positionen auszuleuchten, laden die Lehrenden zu ausgewählten Themen jeweils Vertreter aus dem Kulturbetrieb ein. Den Studierenden obliegt es, die Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten sind die Teilnahme am Seminar und die Vorbereitung einer Veranstaltung erforderlich.

Veranstaltungsangebot für Studierende im 3. Semester

Montag

Modul 15 (Wahlpflicht)

Vertragsrecht im Kulturbetrieb

Isabella König-Dreher

Seminar Mo 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.005

Hallenmiete, Bilderleihe, Kartenverkauf, Werbeauftrag: Im Kulturbereich werden ständig eine Vielzahl unterschiedlicher Verträge abgeschlossen. Die Kenntnis der Grundlagen des Vertragsrechts ist deshalb unerlässlich. Diese Kenntnisse werden in der Veranstaltung systematisch erarbeitet und anhand praktischer Fälle aus dem Kulturbereich vertieft, ohne dass juristische Vorkenntnisse erforderlich sind.

Die Studierenden werden mit den Anforderungen an einen wirksamen Vertragsabschluss und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen vertraut gemacht. Sie sollen die Folgen von Vertragsstörungen abschätzen können und erfahren, wie bei der Vertragsgestaltung hiergegen Vorsorge getroffen werden kann. Daneben werden der Persönlichkeitsrechtsschutz und Verkehrssicherungspflichten erörtert.

Die Studierenden werden gebeten eine Textausgabe des BGB mitzubringen.

Literaturempfehlungen:

Pfander, Heinz (2008): Vertragsrecht im Kulturbetrieb. In: Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement, 2. Aufl., München.

Poser, Ulrich (2007): Konzert- und Veranstaltungsverträge, München.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einer Klausur am Ende des Seminars erforderlich.

Modul 6 (Pflichtmodul)

Musikwissenschaft I

Ina Henning

Seminar Mo 16.45 – 18.15 Uhr Raum 5.005

Ausschnitte aus der Musikgeschichte sollen innerhalb ihres geistes- und sozialgeschichtlichen Kontextes betrachtet werden: Neu gewonnene Einsichten und eigene Vorkenntnisse aus verschiedenen Gattungen wirken wechselseitig aufeinander ein und ergänzen sich.

Literaturempfehlungen:

Ehrmann-Herfort, Sabine u. a. (Hrsg.) (2002): Europäische Musikgeschichte, 2 Bde., Kassel u. Stuttgart.

Brzoska, Matthias / Michael Heinemann (Hrsg.) (2004): Die Geschichte der Musik, 3 Bde., 2. Aufl., Laaber.

de la Motte-Haber, Helga (Hrsg.) (2004): Musikästhetik (= Handbuch der Systematischen Musikwissenschaft, Bd. 1), Laaber.

Sachs, Curt (1974): Vergleichende Musikwissenschaft. 3. Aufl., Wilhelmshaven, Heinrichshofen.

Meischein, Burkhard (2011): Einführung in die historische Musikwissenschaft, Köln.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an zwei Seminaren aus je zwei Fachrichtungen erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Dienstag

Modul 12 (Wahlpflichtmodul)

Grundlagen des Personalmanagements

Prof. Dr. Helmut Hopp

Vorlesung Di 16.00 - 17.30 Uhr Raum 5.005

In Kulturbetrieben müssen formale Organisationsstrukturen und ästhetisch-kreative Prozesse aufeinander abgestimmt werden. Damit dies gelingen kann, benötigen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechende Qualifikationen und Motivationen. Zudem muss die Organisation Handlungsspielräume für die Akteure vorsehen, damit diese ihre Potenziale auch tatsächlich einbringen können. Insoweit gehören Organisationsgestaltung und Personalentwicklung unmittelbar zusammen. Sowohl die Führungskräfte als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Kulturbetrieben werden in diesem Zusammenhang mit komplexen Anforderungen konfrontiert. Die Personalmanagementlehre stellt Wissen, Methoden und Techniken zur Verfügung, die die Akteure bei der Bewältigung von Management- und Koordinationsproblemen unterstützen können. Im Einzelnen geht es um die folgenden Themenbereiche:

- Grundlagen des Personalmanagements,
- Personalführung,
- Personalplanung und Personalbedarfsermittlung,
- Personalmarketing und Personalbeschaffung,
- Personalentwicklung.

Im Rahmen der Veranstaltung werden zudem Konzepte wie *Interpreneurship (Mitunternehmertum)* und *Employability (Beschäftigungsfähigkeit)* erörtert, um deren Anwendbarkeit auf Kulturbetriebe zu diskutieren.

Literaturempfehlungen:

Berthel, Jürgen / Fred G. Becker (2013): Personalmanagement, Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 10. Aufl., Stuttgart.

Heinrichs, Werner (1999): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 2., grundlegend überarbeitete Aufl. des Bandes „Einführung in das Kulturmanagement“, Darmstadt.

Hopp, Helmut / Astrid Göbel u. a. (2013): Management in der öffentlichen Verwaltung: Organisations- und Personalarbeit in modernen Kommunalverwaltungen, 4. Aufl., Stuttgart.

Klein, Armin (2008): Der exzellente Kulturbetrieb, Wiesbaden.

Kolb, Meinulf (2010): Personalmanagement. Grundlagen und Praxis des Human Resources Managements, 2. Aufl., Wiesbaden

Röper, Henning (2006): Handbuch Theatermanagement: Betriebsführung, Finanzen, Legitimation und Alternativmodelle, 2. unveränderte Aufl., Köln, Weimar u. Wien.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und am Seminar „Ehrenamtliche im Kulturbereich“ erforderlich. Nachdem die Seminarbesuche nachgewiesen wurden, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 19 (Pflichtmodul)

Projekt: Eigenpublikationen

AR Dr. Christiane Dätsch Di 18.00 - 19.30 Uhr und n. V. Raum 5.005

Nach der Analyse von Eigenpublikationen verschiedener Kultureinrichtungen (kulturhistorische Museen, Kleinkunst, Musiktheater und bildende Kunst) und der schriftlichen Zusammenfassung dieser Ergebnisse im Sommersemester 2014 soll es im Wintersemester darum gehen, die eigenen Beobachtungen und daraus gezogenen Folgerungen anhand von Interviews mit Verantwortlichen ausgewählter Kultureinrichtungen zu überprüfen. Gibt es, so eine zentrale Frage, in Kultureinrichtungen andere ästhetische und sonstige Entscheidungskriterien bei der Gestaltung von Werbe- und Kommunikationsmitteln, als wie sie etwa in der freien Wirtschaft finden? Worin besteht die Absicht? Handelt es sich vor allem um Informations- (und PR-) Absichten, die mit Eigenpublikationen verfolgt werden, oder haben Kultureinrichtungen das Ziel, mit (Nicht-) Besuchern durch Botschaften und Appelle zu kommunizieren, wie dies viele Kampagnen im sozialen oder ökologischen Non profit-Bereich, aber auch bei Werbestrecken der kommerziellen Wirtschaft nahe legen? Wir fragen nach den Absichten, die Kultureinrichtungen mit ihren Eigenpublikationen verfolgen, und versuchen ein Fazit.

Voraussetzung ist eine aktive Teilnahme, die Bereitschaft, eigenständig Recherchen zu übernehmen, Analysen durchzuführen und sie schriftlich auszuformulieren.

Literaturempfehlung:

Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. Unter Mitarbeit von Jürgen Cromm, 13. Neu bearb. und erw. Aufl., Berlin

Bogner, Alexander (Hrsg.) (2002): Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung, Opladen.

Spanier, Jutta (2000): Werbewirkungsforschung und Mediaentscheidung; Förderung des Informationstransfers zwischen Wissenschaft und Praxis, München.

Die Teilnahme wird als Projekt im Sinne des Moduls 19 angerechnet.

Mittwoch

Modul 6 (Wahlpflichtmodul)

Literaturwissenschaft I:
Die ästhetische Erfindung der Moderne

Dr. Christiane Dätsch

Vorlesung/Seminar Di 10.15 - 11.45 Uhr Raum 5.006

Mit dem 19. Jahrhundert entfaltet sich in Europa die Epoche der Moderne gesellschaftlich zu voller Blüte: Merkmale des ‚langen 19. Jahrhunderts‘ sind die Verbreitung der Ideale der Französischen Revolution ebenso wie die Ausdifferenzierung der Gesellschaft durch Demokratisierungs- und Industrialisierungsprozesse. Die Suche nach Land und Rohstoffen führt die Europäer zudem weit über den eigenen Kontinent hinaus: Kolonien werden zum Politik- und Wirtschaftsfaktor. Doch die fremden Länder sind nicht nur reale Besitztümer, sondern oft auch Projektionsflächen für (ethnische) Selbstermächtigungen im Namen von Kultur und Zivilisation oder für unterdrückte Träume und Wünsche, die nicht selten in stereotype Phantasmen und Exotismen münden.

Während die Literatur im französisch- und englischsprachigen Raum viele Zeugnisse der kolonialen Wirklichkeit kennt, sind deutschsprachige Texte des Sujets zu Beginn des 19. Jahrhunderts noch eher spärlich. Sie vermehren sich jedoch im Laufe des Jahrhunderts: Es entsteht eine Literatur, die Geschlechts-, Landschafts- und Kolonialdiskurse sichtbar macht, Selbstbilder spiegelt und auf Schief lagen dieser Projektionen hinweist. Das Seminar behandelt diese Themen anhand exemplarischer Texte von Montesquieu, Goethe, Kleist (Die Verlobung in St. Domingo, 1811); Hoffmann (Haimatochare, 1819); Stifter (Abdias, 1842); Raabe (Abu Telfan, 1867) und Fontane (Effi Briest, 1894/95).

Literaturempfehlungen:

Dunker, Axel (2008): Kontrapunktische Lektüren: Koloniale Strukturen in der deutschsprachigen Literatur des 19. Jahrhunderts, München.

Günzel, Stephan (Hrsg.) (2013): Texte zur Theorie des Raumes, Stuttgart.

Ders. (Hrsg.) (2010): Raum: ein interdisziplinäres Handbuch, Stuttgart.

Neumann, Gerhard / Sigrid Weigel (Hrsg.) (2000): Lesbarkeit der Kultur. Literaturwissenschaften zwischen Kulturtechnik und Ethnographie, München.

Said, Edward (1994): Kultur und Imperialismus, Frankfurt /M.

Wells, Byron R. (2004): Interpreting colonialism, Oxford.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an zwei Seminaren aus je zwei Fachrichtungen erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 1 (Pflichtmodul)

Kulturtheorie der Neuzeit

Prof. Dr. Armin Klein

Vorlesung Di 12.15 – 13.45 Uhr Raum 5.005

„Kultur“ ist der Schlüsselbegriff einer Disziplin „Kulturmanagement“ – doch was verstehen wir darunter? Seit Beginn der Neuzeit, als die quasi selbstverständliche Ordnung („ordo“ des Mittelalters) zerbrach, ist der Mensch gezwungen sein Verhältnis zu Gott bzw. zur Transzendenz, zur Natur aber auch zu seinen Mitmenschen neu zu definieren. Was ist seine „Natur“ (Ist er von Natur aus „gut“? Ist er von Natur aus „böse“?), wie organisiert er sein Zusammenleben mit Anderen? Durch ihre Kultur unterscheiden sich die Menschen aber nicht nur von der Natur, sondern auch untereinander, von anderen Menschen mit jeweils anderen „Kulturen“. Wir sprechen heute längst von „multikulturellen“ Gesellschaften, in denen innerhalb eines Landes ganz verschiedene Kulturen nebeneinander, miteinander, aber auch gegeneinander stehen. Gibt es Gemeinsamkeiten innerhalb der verschiedenen menschlichen Kulturen („Universalien“) oder ist jede Kultur nur aus sich heraus adäquat zu verstehen und zu beurteilen („Kulturrelativismus“)? Das, was die jeweils „eigene“ im Gegensatz zur „fremden“ Kultur ausmacht, wird immer dann besonders deutlich, wenn (scheinbar „natürliche“) kulturelle Selbstverständlichkeiten in Frage gestellt bzw. erschüttert werden, d. h. in Zeiten eines tief greifenden gesellschaftlichen Wandels, wie sie sich gegenwärtig unter dem Schlagwort der „Globalisierung“ abzeichnen. Da es solche radikalen Veränderungen und Brüche seit Beginn der Neuzeit immer wieder gegeben hat, will die Vorlesung exemplarisch aufzeigen, welche kulturellen Antworten und Haltungen die einzelnen Kulturen entwickelten. Kultur ist die Lösung: auf welche Frage aber ist sie die Antwort? Im Kern steht dabei nicht die Frage: was „ist“ Kultur, sondern wie „funktioniert“ Kultur in der Gesellschaft, d. h. welche Funktionen erfüllt sie?

Literaturempfehlungen:

Moebius, Stephan und Dirk Quadflieg (Hrsg.) (2006): Kultur. Theorien der Gegenwart. Wiesbaden

Hansen, Klaus P. (1995): Kultur und Kulturwissenschaft, Tübingen u. Basel.

Marschall, Wolfgang (Hrsg.) (1993): Klassiker der Kulturanthropologie. Von Montaigne bis Margaret Mead, München.

Munch, Richard (1993): Die Kultur der Moderne (2 Bde), Frankfurt/M.

Scharfe, Martin (2002): Menschenwerk. Erkundungen über Kultur, Köln, Weimar u. Wien

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an zwei Seminaren erforderlich. Nachdem die erforderliche Anzahl von Seminarbesuchen nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden.

Modul 4 (Pflichtmodul)

Grundlagen der Kulturpolitik

Prof. Dr. Armin Klein

Seminar Mi 14.15 - 15.45 Uhr Raum 5.005

Spätestens nach Erscheinen der Polemik „Der Kulturinfarkt“ wird neu über Kulturpolitik und -förderung diskutiert. Auch wenn sich das öffentliche und wissenschaftliche Interesse in den letzten Jahren zunehmend vom bis dahin dominanten öffentlichen hin zum privaten Kulturbetrieb (sei er gemeinnützig oder kommerziell orientiert) verlagert, so bestimmt nach wie vor Kulturpolitik ganz wesentlich die Rahmen- und Handlungsbedingungen von Kulturmanagement: Sei es als direktes Handlungsfeld für die öffentlichen Kulturbetriebe, sei es als die Setzung von Rahmenbedingungen für in privaten Kulturbetrieben Tätigen.

Wer also im kulturellen Umfeld arbeiten will, wird nicht umhin können, sich auch mit Zielen, Möglichkeiten und Mechanismen von Kulturpolitik auseinander zu setzen. Die Vorlesung klärt zunächst die unterschiedlichen Aspekte der Begriffsfelder von „Politik“ und „Kultur“: Was heißt „politisch denken und handeln?“ Mit welchen Kulturbegriffen arbeitet Kulturpolitik? Wie können sich Kultur und Politik zueinander verhalten? Im Anschluss an diese eher grundsätzlichen Erörterungen werden die konkreten Rahmenbedingungen (historische, juristische, finanzielle) geklärt, wobei dem kulturtheoretischen Diskurs eine besondere Bedeutung zukommt, da der Bereich Kultur juristisch nur schwach normiert ist und somit immer wieder neu konkretisiert werden muss. Die kulturpolitischen Diskussionen und Positionen der letzten Jahrzehnte werden in einem Rückblick dargestellt, wobei das besondere Interesse möglichen Konsequenzen für die momentan aktuellen Fragen gilt. Abschließend werden die Wirkungsfelder der Kulturpolitik (sei es in den unterschiedlichen Gebietskörperschaften, sei es im sonstigen öffentlich-rechtlichen bzw. privatrechtlichen Bereich) und die Instrumente der Kulturpolitik analysiert.

Literaturempfehlungen:

Klein, Armin (2009): Kulturpolitik. Eine Einführung, 2. Aufl., Opladen.

Fuchs, Max (2007): Kulturpolitik, Wiesbaden.

Haselbach, Dieter u.a. (2012): Der Kulturinfarkt. Von allem zu viel und überall das Gleiche, München.

Scheytt, Oliver (2008): Kulturstaat Deutschland, Bielefeld.

Dieses Seminar ist Pflicht für alle Studierenden.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und an einem weiteren Seminare erforderlich. Nachdem die erforderliche Anzahl von Seminarbesuchen nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 6 (Wahlpflichtmodul)

**Kunst- und Bildwissenschaft III:
Ein Bild ist ein Bild. Einführung in die Bildwissenschaft**

Prof. Dr. Hans Dieter Huber

Vorlesung/Seminar Mi 18.00 - 19.30 Uhr Raum 5.005

Mitte der neunziger Jahre entstand ein starkes, interdisziplinäres Interesse an Bildern. Dies mag mit der Bilderflut in Werbung, Fernsehen und Computerspielen zusammengehängen haben. Man hat in diesem Zusammenhang auch vom „pictorial turn“ (W.I.T. Mitchell) oder vom „iconic turn“ (Gottfried Boehm) gesprochen. Der Philosoph Klaus Sachs-Hombach hat in diesem Zusammenhang 1997 den Begriff der Bildwissenschaft geprägt. Im angelsächsischen Raum hat sich für eine ähnliche Richtung der Begriff der *visual culture* entwickelt. Das Interessante an Bildwissenschaft liegt darin, dass von vielen verschiedenen Fächern und Disziplinen ein starkes Interesse an Fragen der Bildlichkeit, der Visualität und der Visualisierung von grundlegenden Lebenszusammenhängen zu bemerken ist. So befasst sich die Politologie mit der Sichtbarkeit von Machtbeziehungen, die Psychologie mit dem besseren Verständnis von Texten durch Bilder, die Soziologie mit dem symbolischen Kapital, das durch Bilder repräsentiert werden kann, usw. Einer der wichtigsten bisherigen Diskussionsschwerpunkte war in der Vergangenheit die Bildtheorie. Fragen wie „Was ist ein Bild?“ oder „Wie funktionieren Bilder?“ stellten einen wichtigen Schwerpunkt in dieser interdisziplinären Debatte dar. In dem Lektüreseminar soll an ausgewählten Texten aus unterschiedlichen Fachdisziplinen ein erster Überblick über die verschiedenen Gesichtspunkte und Aspekte der Bildwissenschaft gewonnen werden.

Die im Seminar behandelten Texte sollten von allen Teilnehmern des Seminars vorab gelesen worden sein. Auch für TeilnehmerInnen, die keine Modulhausarbeit schreiben müssen, ist die Übernahme eines mündlichen, zusammenfassenden Referates zu einem Text aus dem Seminar Pflicht. Dies kann auch in Gruppenarbeit erfolgen, wenn mehr Teilnehmer als Texte vorhanden sind. Sollten weniger Studierende, als Texte vorhanden sind, an dem Seminar teilnehmen, werden die Referate auf die Teilnehmer aufgeteilt. Die wichtigsten Thesen und Argumente eines Textes sollten in einem mündlichen Referat von etwa 30 Minuten Länge vorzustellen. Im Anschluss haben wir dann genug Zeit, um zum einen über das Referat als auch über den Text und die daraus sich ergebenden Fragen, zu diskutieren. Alle Texte, die im Seminar behandelt werden, werden in Form einer PDF-Datei den Teilnehmern zur Verfügung gestellt. Die ersten drei Referate können jetzt schon vergeben werden, damit genug Vorbereitungszeit für die Referentinnen bleibt. Bitte bei Interesse direkt per Email bei hansdieter.huber@abk-stuttgart.de anmelden.

Einführungsliteratur:

Belting, Hans (Hrsg.) (2007): Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch. München.

Boehm, Gottfried (2007): Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens. Berlin.

Huber, Hans Dieter (2004): Bild Beobachter Milieu. Entwurf einer allgemeinen Bildwissenschaft. Ostfildern-Ruit.

Huber, Hans Dieter / Bettina Lockemann / Michael Scheibel (Hrsg.) (2002): Bild Medien Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München.

Sachs-Hombach, Klaus (2004): Wege zur Bildwissenschaft. Interviews. Köln.

Scholz, Oliver (2000): Bild, in: Barck, Karlheinz/Fontius, Martin/Schlenstedt, Dieter [u.a.] (Hg.): Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden. Bd. 1, Stuttgart, Weimar, S.619-669.

Schulz, Martin (2005): Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft. München.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an zwei Seminaren aus je zwei Fachrichtungen erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Kompaktveranstaltungen

Modul 19 (Pflichtmodul)

Teamlabor Kulturbetrieb - Teamlaborwoche für Drittsemester

Koordination: Dr. Petra Schneidewind / Yvonne Pröbstle M.A.

Übung Di 14.10. - Do 16.10.2014 jeweils 10.15 - 17.15 Uhr Raum 5.005 und 5.006

Mit der Kompaktwoche beginnen die abschließenden Arbeiten der studentischen Gruppen an ihren Geschäftsideen. Nach der Konkretisierung des Finanzierungsbedarfs im Sommersemester werden auf der Grundlage von Impulsen und eigenen Recherchen geeignete Finanzierungsmöglichkeiten ermittelt und im Gespräch mit Experten geprüft. Schließlich werden die einzelnen Bausteine der einjährigen Arbeit zusammengesetzt, die am Ende den Businessplan ergeben sollen.

Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse öffentlich am Montag, 3. November 2014 ab 18.00 Uhr im Raum 5.005 der Pädagogischen Hochschule.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für alle Studierenden des 3. Semesters Pflicht.

Modul 17 (Wahlpflichtmodul)

Museumsbetrieb

Prof. Dr. Ludger Hünnekens

Kompaktseminar

Do 30.10.2014	10.00 – 18.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 31.10.2014	10.00 – 18.00 Uhr	Raum 5.005
Fr 21.11.2014	ganztags	Darmstadt

Öffentliche und private Museen stehen in einer langen Tradition des Kulturbetriebs in Deutschland, in vielen Städten sind sie ein Kristallisationspunkt des öffentlichen Interesses. Spektakuläre Neugründungen ebenso wie große „Blockbuster“-Ausstellungen ziehen mehr denn je Millionen von Menschen an. Doch trotz dieses Erfolges haben sich die Rahmenbedingungen für die Museen im letzten Jahrzehnt drastisch verändert: Neben den „klassischen“ Aufgaben des Museums, das Sammeln, Bewahren, Forschen, Präsentieren und Vermitteln, treten zunehmend neue Herausforderungen: der Aufbau und die Pflege neuer Zielgruppen angesichts eines verstärkten kulturellen Wettbewerbs, die Selbstbestimmung angesichts sich auflösender Traditionen und neuer Entwicklungen („Edutainment“) sowie verstärkte Anstrengungen zur Erschließung neuer Finanzierungsformen.

Der amerikanische Museumswissenschaftler Michael Spock gab schon vor Jahren die Parole aus: „A museum is rather for somebody than about something“, mit der er in Amerika die Abkehr von der Sammlungsorientierung hin zur Besucherorientierung markierte, die heute gleichermaßen auch die Neupositionierung der europäischen Museen kennzeichnet. Das Seminar will nach Darstellung und Diskussion der traditionellen Aufgaben u. a. der Frage nach dem Bedeutungszuwachs der Publikumsorientierung und der damit zusammenhängenden Publikumsforschung nachgehen. Dem Publikum wird, nicht zuletzt durch politische Erwartungen, zunehmend mehr Stimme und Präsenz in der Museumsarbeit verliehen; doch welche Auswirkungen kann dies auf die tägliche Arbeit im Museum haben? Geht damit schon ein Bedeutungswandel der Museen und ihrer Ausstellungsprogramme einher?

Literaturempfehlungen:

Das deutsche Museumsportal: www.magazin.museum.de.

Flügel, Katharina (2005): Einführung in die Museologie, Darmstadt.

Grasskamp, Walter (2014): André Malraux und das imaginäre Museum.

Hausmann, Andrea (2001): Besucherorientierung von Museen unter Einsatz des Benchmarking, Bielefeld.

Jodidio, Philip (2010): Architecture Now! Museums (Köln).

John, Hartmut / Anna Dauschek (Hrsg.) (2008): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld.

Koch, Anne (2002): Museumsmarketing. Ziele, Strategien, Maßnahmen, Bielefeld.

Kotler, Neil / Philip Kotler (1998): Museum strategy and Marketing. Designing missions. Building audiences. Generating revenue and resources, San Francisco.

Maier-Solgg, Frank (2002): Die neuen Museen, Köln.

Ridler, Gerda (2012): Privat gesammelt - öffentlich präsentiert, Bielefeld.

Sheehan, James J. (2002): Geschichte der deutschen Kunstmuseen, München.

Staatliche Museen zu Berlin: Materialien, Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumsforschung (Jahreshefte). www.smb.spk-berlin.de/ifm.

Waidacher, Friedrich (1999): Handbuch der Allgemeinen Museologie, Wien, Köln u. Weimar.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an vier Seminaren erforderlich. Nachdem die Teilnahme an zwei Seminaren nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung und die Ausgabe eines Themas für die Modulhausarbeit beantragt werden. Die ECTS-Punkte werden jedoch erst nach der Teilnahme an allen Seminaren und der bestandenen Modulhausarbeit vergeben.

Modul 18 (Wahlmodul, unbenotet)

Moderation und Präsentation

Jan-Thorsten Kohrs

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 06.11.2014 10.00 – 18.00 Uhr

Fr 07.11.2014 10.00 – 18.00 Uhr

Do 13.11.2014 10.00 – 18.00 Uhr

Wer wirkungsvoll Informationen präsentieren oder Gruppenprozesse moderieren kann, agiert erfolgreicher.

Das trifft gerade im Kulturbetrieb zu. So hängt die notwendige Unterstützung für Vorhaben und Projekte meist unmittelbar von einer gelungenen Präsentation ab, und Herausforderungen lassen sich meist nur durch und gemeinsam mit dem Team meistern. Für den Erfolg ist dabei maßgeblich, wie die Rolle als Moderator oder Vortragender ausgefüllt wird.

Im Seminar werden wir uns mit den Erfolgsfaktoren von Meetings und Präsentationen beschäftigen. Gemeinsam füllen wir Ihren Methodenkoffer mit all dem, was erforderlich ist, um Workshops und Besprechungen zielorientiert zu planen und durchzuführen. Auch für die Vorbereitung von Präsentationen werden wir die erforderlichen Checklisten erarbeiten und direkt im Seminar erproben.

Natürlich gehören zu den Inhalten methodische Handwerkszeuge - von zentraler Bedeutung wird aber Ihre persönliche und authentische Wirkung sein! Sie bekommen neben vielen Anregungen die Möglichkeit zu üben und auszuprobieren. Dabei erhalten Sie wertvolles Feedback, das Ihnen hilft, sich selber besser einzuschätzen und weiterentwickeln zu können.

Inhalte des Seminars:

- Präsentationen planen: Zielgruppenanalyse, Aufbau, Medienauswahl
- Präsentationen durchführen: Phasen einer Präsentation, Umgang mit Störungen und schwierigen Situationen, Medieneinsatz
- Authentizität und Glaubwürdigkeit – den eigenen Stil weiterentwickeln
- Besonderheiten verschiedener Kommunikationssituationen: Informieren - Überzeugen - Moderieren - Beraten - Erarbeiten
- Persönliche Kompetenz als Moderator
- Gezielter Einsatz unterschiedlicher Moderationsmethoden
- Visualisierungs- und Fragetechnik optimieren
- Gezielte Übungen zur Moderationspraxis

Literaturempfehlungen:

Seifert, Josef W. (2007): Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Offenbach.

Gehm, Theo (1994): Kommunikation im Beruf: Hintergründe, Hilfen, Strategien, Weinheim u. Basel.

Schulz von Thun, Friedmann / Johannes Ruppel / Roswitha Stratmann (2003): Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek bei Hamburg.

Das Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist der Seminarbesuch ausreichend.

Modul 11 (Pflichtmodul)

Europäische Kulturförderung

Sabine Bornemann

Kompaktseminar Raum 5.005

Fr. 28.11.2014 10.15 – 18.15 Uhr

Sa. 29.11.2014 09.15 – 13.45 Uhr

2014 startet unter dem Namen „Kreatives Europa“ ein neues Rahmenprogramm für die Kulturförderung der Europäischen Union, das die bisherigen Programme KULTUR und MEDIA / MEDIA Mundus unter einem gemeinsamen Dach bündelt. Der Vortrag befasst sich mit dem Teilprogramm KULTUR, das vor allem darauf ausgerichtet ist, die Professionalisierung der Kulturschaffenden und deren Mobilität in Europa und darüber hinaus zu fördern, sowie neue Publikumsschichten zu erschließen. Die kompakte Einführung gibt Einblick in den kulturpolitischen Hintergrund und die daraus abgeleiteten Prioritäten des Programms KREATIVES EUROPA.

Grenzüberschreitende Kooperationsprojekte bilden das Kernstück des Teilprogramms KULTUR und stehen dementsprechend hinsichtlich der Ziele, Förderkriterien und Antragsverfahren im Fokus des Seminars. Praxisnahe Hinweise aus der langjährigen Beratungsarbeit der nationalen Kontaktstelle für die EU-Kulturförderung sowie Förderbeispiele veranschaulichen den Theorieteil. Desweiteren gibt es Tipps für die Projektpartnersuche und Hinweise auf alternative bzw. ergänzende Fördertöpfe, sowie ausreichend Zeit für die Beantwortung individueller Fragen.

In einführenden Informationsteil geht es vorrangig um folgende Fragen:

Nach welchen Kriterien sollte ein Kooperationsprojekt geplant werden, was steigert die Aussicht auf Bewilligung und was sollte man besser unterlassen? Wer kann sich bewerben – und unter welchen Voraussetzungen? Wo findet man die erforderlichen Kooperationspartner, wer hilft bei der Antragstellung? Was sind die rechtlichen Grundlagen und in welchem kulturpolitischen Kontext steht die Förderung der EU? Wie sollten Projekte präsentiert werden – bei der Antragstellung, im Verwendungsnachweis und hinsichtlich einer wirkungsvollen Öffentlichkeitsarbeit? Welche Möglichkeiten haben Kulturprojekte, die (noch) nicht diesen relativ hohen Anforderungen genügen, aber durchaus transnational arbeiten wollen? Wo finden sich weitere Informationen und welchen Service leistet der Cultural Contact Point Germany als Nationale Kontaktstelle „Creative Europe Desk KULTUR“?

Im anschließenden Trainingsteil werden modellhaft Projektkonzepte erarbeitet, die anschließend im Plenum vorgestellt und gemeinsam bewertet werden. Heraus kommen erste Ansätze antragsfähiger Projekte oder zumindest ein tieferes Verständnis davon, wie solche mit Aussicht auf Erfolg konzipiert werden können. Diese Übung ist vom Ansatz her auch für andere EU-Programme wichtig und für die eigene Öffentlichkeitsarbeit eine sinnvolle Hilfestellung.

Literaturempfehlungen:

Zur Vorbereitung wird die Website des Creative Europe Desk KULTUR (Cultural Contact Point Germany) empfohlen: www.ccp-deutschland.de

Inhalte

- KREATIVES EUROPA - Teilprogramm KULTUR: Prioritäten, Ziele, Förderbereiche, Bewilligungskriterien, Antragstellung
- Kulturpolitischer Hintergrund
- Tipps zur Projektpartnersuche
- Alternative bzw. ergänzende Fördermöglichkeiten
- Service des Creative Europe Desk KULTUR / CCP Germany
- Praktischer Workshop in Arbeitsgruppen: Entwicklung von Projektkonzepten, Präsentation und Diskussion der Ergebnisse im Plenum

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und an zwei weiteren Seminaren erforderlich. Nachdem die erforderliche Anzahl von Seminarbesuchen nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulprüfung (eine Fallanalyse) beantragt werden.

Modul 12 (Wahlpflichtmodul)

Ehrenamtliche im Kulturbereich

Dr. des. Yvonne Pröbstle

Seminar Raum 5.005

Do 04.12.2014 10.00 - 17.00 Uhr

Do 11.12.2014 9.00 - 13.30 Uhr

„Wer an den Dingen der Stadt keinen Anteil nimmt, ist kein stiller, sondern ein schlechter Bürger“. Seit dieser Ermahnung des antiken Staatsmannes Perikles (ca. 500 v. Chr.) haben sich die Formen gesellschaftlichen Engagements über die Jahrhunderte hinweg verändert, doch liegt ihnen bis heute im Kern die Überzeugung zugrunde, dass das Wohlergehen einer Gemeinschaft einem verantwortungsvollen und gemeinwohlorientierten Handeln ihrer Mitglieder bedarf.

Kunst und Kultur zählen neben Sport und Sozialem zu den einschlägigen Bereichen ehrenamtlicher Arbeit in Deutschland. Vielerorts ist die kulturelle Grundversorgung dem Engagement Ehrenamtlicher zu verdanken. Andernorts unterstützten sie Hauptamtliche in ihrer Arbeit und tragen damit ebenfalls zum kulturellen Leben bei. Diese Tatsachen gewinnen vor allem in der Diskussion über eine aktivierende Kulturpolitik an Bedeutung, deren Erfolg nämlich maßgeblich auf der Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürger zum Engagement aufbaut.

Im ersten Teil des Seminars werden sowohl die historische Entwicklung ehrenamtlicher Arbeit als auch die gegenwärtige Diskussion in der (Kultur-)Politik in ihren Bezugsfeldern aufgezeigt werden. Anschließend wird der Kulturbereich als Betätigungsfeld von Ehrenamtlichen in den Mittelpunkt rücken und nach möglichen Einsatzfeldern gefragt werden. Im zweiten Seminarteil werden praktische Fragen rund um ein erfolgreiches Freiwilligenmanagement im Mittelpunkt stehen.

Literaturempfehlungen:

Hentschel, Toby (2008): Freiwillige Mitarbeit in Museen. Gesellschafts- und museumspolitische Potenziale sowie Praxisempfehlungen anhand einer empirischen Untersuchung in den USA (Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Bd. 58), Ehestorf.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2000): Jahrbuch für Kulturpolitik 2000. Thema: Bürgerschaftliches Engagement (Jahrbuch für Kulturpolitik, Bd. 1), Essen.

Scheytt, Oliver (2008): Kulturstaat Deutschland. Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik, Bielefeld.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme am Grundlagen-Seminar und an einem weiteren Seminar erforderlich. Nachdem die erforderliche Anzahl von Seminarbesuchen nachgewiesen wurde, kann die Zulassung zur Modulklausur beantragt werden.

Modul 16 (Wahlpflichtmodul)

IT und Datenmanagement

N.N.

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 08.01.2015 9.30 - 17.30 Uhr

Do 15.01.2015 9.30 - 17.30 Uhr

Do 22.01.2015 9.30 - 17.30 Uhr

Unter Informations- und Datenmanagement versteht man alle organisatorischen, konzeptionellen und technischen Maßnahmen, die eine optimale Nutzung von Daten und Informationen gewährleisten. Für Kultureinrichtungen besitzt dieser Themenkomplex vor allem hinsichtlich zielgerichteter Marketingmaßnahmen und effektivem Einsatz von Instrumenten der Besucherbindung Relevanz. Darüber hinaus ist die ausführliche und anschauliche Dokumentation aller internen Prozesse eines Unternehmens (Arbeitsvorgänge, Richtlinien, Projekte etc.), bspw. mittels eines „Wikis“, grundsätzlich entscheidend für die Effektivität und schließlich den Erfolg der Unternehmung.

So werden in diesem Seminar zunächst praxisnahe Datenmanagement-Grundlagen vermittelt, die befähigen sollen, einfache Database-Anwendungen (wie bspw. eine Access-Kundendatenbank für Serienbriefe und E-Mail-Newsletter) selbst zu erstellen und zu verwalten. Darauf aufbauend wird gezeigt, wie sich bereits einfachste Anwendungen effektiv für das Kulturmarketing einsetzen lassen (bspw. im Bereich Electronic Customer Care, Database-Marketing). Der zweite Teil des Seminars widmet sich dem Bereich Business Intelligence - der systematischen Analyse eines (Kultur-)betriebes und dessen Umfeldes durch IT-Systeme. Vorgestellt werden für den Kulturbetrieb wesentliche Bereiche, insbesondere Customer-Relationship-Management (CRM) und Wikis sowie Analysemethoden wie Data-Mining, Web-Mining und Data-Warehousing.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist das Erbringen einer benoteten Portfolio-Leistung in jedem Seminar erforderlich.

Modul 15 (Wahlpflichtmodul)

Gesellschaftsrecht

Prof. Dr. Simone Grimm

Kompaktseminar Raum 5.005

Do 09.01.2015 9.00 - 15.30 Uhr

Do 16.01.2015 9.00 - 14.45 Uhr

In dem Seminar werden die verschiedenen gesellschaftsrechtlichen Rechtsformen, wie der Verein, die BGB-Gesellschaft, die Partnerschaftsgesellschaft, die GmbH, die Aktiengesellschaft und die eingetragene Genossenschaft vorgestellt. Ziel des Seminars ist es, den Entscheidern im Kulturbereich Grundlagen für die Organisation und Rechtsformenwahl zu vermitteln.

Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul ist die Teilnahme an einer Klausur am Ende des Seminars erforderlich.

Modul 19 (Pflichtmodul)

Kultur vor Ort: Mannheim

Dr. Petra Schneidewind

Tagesexkursion am Mittwoch, den 11. Februar 2015

Die diesjährige Tagesexkursion führt uns nach Mannheim.

Das detaillierte Programm wird zu Beginn des Wintersemesters vorliegen.

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist für Studierende des dritten Semesters freiwillig.

Modul 7 (Wahlpflichtmodul)

Diskurs im Kulturbetrieb I

Koordination: Prof. Dr. Thomas Knubben

Ring-Seminar Raum 5.005

Das Seminar behandelt aktuelle Fragestellungen und Debatten des Kunst- und Kulturdiskurses. Um verschiedene Positionen auszuleuchten, laden die Lehrenden zu ausgewählten Themen jeweils Vertreter aus dem Kulturbetrieb ein. Den Studierenden obliegt es, die Fragestellung im Vorfeld zu analysieren, eigene Positionen zu entwickeln, den Abend zu moderieren und zu dokumentieren.

Die einzelnen Themen und Termine werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Dieses Seminar ist ohne Benotung. Für den Erwerb von ECTS-Punkten in diesem Modul müssen beide Seminare besucht werden und in einem Seminar eine Moderation und Präsentation erfolgen.