

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Kulturmarketing, Public Relations und Museumsmanagement		04-Mus-Kult-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Museologie		Professur für Museologie
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
Dieses Modul vermittelt Grundlagen des Marketings und Kulturmanagements sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus wird das Erlernete an einem anwendungsorientierten Beispiel erprobt.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Marketing- und Managementmethoden reflektiert anzuwenden. Sie können diese berufspraktisch und ergebnisorientiert im Hinblick auf organisatorische, konzeptionelle sowie inhaltliche Anforderungen einordnen und den jeweiligen Arbeitsaufwand abschätzen. Darüber hinaus beherrschen sie praxisrelevante Arbeitskompetenzen.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
Ü (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Referat (ca. 30 Min.) mit Thesenpapier (2 S.) und schriftliche Ausarbeitung (ca. 10 S.) oder b) Projektarbeit (Gesamtumfang 50 Std., Materialien, z.B. zu einer Begleitveranstaltung oder zu einer Medieneinheit oder zur PR-Arbeit oder zu Marketing/Werbung) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Museologie und materielle Kultur (2015)		