

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Kulturmarketing, Museumsmanagement, Standortfaktoren		04-Mus-Kult-172-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Museologie		Professur für Museologie
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Dieses Modul vermittelt Grundlagen des Marketings und Kulturmanagements sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus wird das Erlernete an einem anwendungsorientierten Beispiel erprobt.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
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.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
Ü (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (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 ca. 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		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Museologie und materielle Kultur (2017)		