

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Kulturmarketing, Museumsmanagement, Standortfaktoren		04-Mus-Kult-172-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 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		
<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 (2017)		