

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Museumsmanagement und Marketing		o4-MusWiss-MuM-161-mo1
<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	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
Dieses Modul vermittelt einen vertieften Einblick in das Management und Marketing von Museen. Dies geschieht anhand konkreter Praxisbeispiele, die vorgestellt, theoretisch kontextualisiert, kritisch diskutiert, im Rahmen von eigenen Planspielen exemplifiziert und mit anderen Fallbeispielen verglichen werden.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden kennen avancierte Arbeitsweisen des Managements und Marketings von Museen und verstehen, diese anzuwenden. Sie können diese Arbeitsweisen 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)		
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch Lehrturnus: jährlich SS		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Referat (ca. 30 Min.) mit Thesenpapier (4 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (2 Hauptfächer) Museumswissenschaft / Museum Studies (2016) Master (1 Hauptfach) Museum und alte Kulturen / Museum and Ancient Cultures (2016)		