Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Museumsmanagement und Marketing	04-MusWiss-MuM-221-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	weiterführend	--

Inhalte

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.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

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.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)
Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Hausarbeit (ca. 15 S.) oder
b) Projektarbeit im Gesamtumfang von ca. 50 Std. (z.B. als Portfolio (20-25 S.) in den Bereichen Kultur-, Projekt-, und Museumsmanagement)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

Lehrturnus: jährlich SS

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (2 Hauptfächer) Museumswissenschaft / Museum Studies (2022)
Master (1 Hauptfach) Museum und alte Kulturen / Museum and Ancient Cultures (2023)