

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 Lehrturnus: jährlich SS		
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		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
Master (2 Hauptfächer) Museumswissenschaft / Museum Studies (2022)		