

Modulbezeichnung: Kulturmanagement		
Modulkürzel	w.BA.XX.2KMgmt.XX	
ECTS Credits	3	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden kennen und unterscheiden ökonomische, politischen, soziologische und kulturtheoretische Voraussetzungen und Bedingtheiten des Managements in der Kultur und Kreativwirtschaft. Sie erkennen die Besonderheiten des Managements von Kulturprojekten und Kulturinstitutionen, insbesondere im Spannungsfeld von Markt und Subventionierung. Sie vollziehen den Transfer ihres betriebswirtschaftlichen Wissens auf den kulturellen und kreativen Sektor.	
Verantwortliche OE	Zentrum für Kulturmanagement	
Modulverantwortung	Leticia Labaronne	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> Wahlpflichtmodul (Siehe Modultafel) 	
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009	
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	Grundlagen BWL	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz Selbstkompetenz 	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Problemlösung & Kritisches Denken Wissenschaftliche Methoden Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren Nutzung von Informationen Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation Mündliche Kommunikation Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Selbstmanagement & Selbstreflexion Ethische & Soziale Verantwortung Lernen & Veränderung 	

Modulbezeichnung: Kulturmanagement

Lernziele des Moduls

Die Studierenden...

- kennen die rechtlichen, institutionellen und politischen Grundlagen der Kulturpolitik sowie volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Besonderheiten des Kulturbereichs
- kennen Strategien und Instrumente staatlicher und privater Kulturförderung und können ein kulturpolitisches Argumentarium entwickeln und entsprechend vertreten
- können selbständig Kulturinstitutionen analysieren und Finanzierungskonzepte für Kulturinstitutionen und Kulturprojekte erstellen
- können Instrumente und Strategien des Kulturmarketings und der Kulturvermittlung lösungsorientiert einsetzen
- lösen eine Kulturmanagement Case Study selbständig

Inhalte des Moduls

- Kulturkonzepte und Kunstdefinitionen
- Kulturpolitik, Kulturförderung und Kulturfinanzierung
- Kulturwirtschaft und Kulturtourismus (Märkte, Wertschöpfung, Standortförderung)
- Kulturvermittlung (Marketingstrategien)
- Kulturorganisationen (Rechtsträger, Strukturen, Führung, Probleme)
- Mittelbeschaffung (Eigenerträge, Subventionen, Fundraising, Sponsoring)
- Leistungsmessung und Evaluation (KPIs in der Kultursektor)
- Nachhaltigkeit in der Kultur

Verknüpfung zu anderen Modulen

Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:

Digitale Lernressourcen

- Reader
- Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)
- Fallstudien (inkl. Lösungen)

Unterrichtsmethoden

- Fallstudien
- Anwendungsaufgaben
- Literaturstudium
- Lehrgespräch
- Lehrvortrag

Eingesetzte Sozialformen:

- Partnerarbeit
- Gruppenarbeit
- Einzelarbeit

Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Total	28 h	0 h	62 h

Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	
-				
Hilfsmittel				
Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Bearbeitung einer Case Study	Note	Partnerarbeit	0	100.00

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

Keine

Modulbezeichnung: Kulturmanagement

Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">• Labaronne, L. & Slembeck, T. (2015). Dynamic pricing in subsidized performing arts. I. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, (20:2), S. 122-136.• Keller, R. Kulturpolitik der Schweiz.• Frey, B. & Steiner, L. (2012). Pay as you go: a new proposal for museum pricing. Museum Management and Curatorship, S. 223-235.• Labaronne, L. (2017). Performance measurement and evaluation in the arts management : a meta-synthesis. Zeitschrift für Kulturmanagement, (3:1), S. 37-69.• Skripte und verschiedene Texte
Ergänzende Literatur	
Bemerkungen	