

Präsenz oder Online?

Das Wintersemester 2021/22 wird voraussichtlich in einer Mischung aus Präsenz- und Online-Veranstaltungen durchgeführt.

Die aktuellen Zeit-Angaben mit Wochentagen und Uhrzeiten bzw. die Hinweise zu Online-Lehrveranstaltungen basieren auf dem derzeitigen Planungsstand und werden bei Bedarf an die Erfordernisse der Corona-Pandemie angepasst.

Bitte informieren Sie sich rechtzeitig vor Beginn Ihrer Lehrveranstaltungen, ob sich bezüglich der Durchführungsform (Präsenz/Online) oder der Zeitangaben Änderungen ergeben haben.

Aktuelle Informationen finden Sie an folgenden Stellen:

Online-Service HIO
(incl. **offiziell**em Vorlesungsverzeichnis)
hio.hsnr.de

Webseiten des Fachbereiches Sozialwesen
hs-niederrhein.de/sozialwesen/studierende

In den Moodle-Angeboten Ihrer Seminare (ab WS 2021/22)
moodle.hs-niederrhein.de

In Ihrer Hochschul-Mail
webmail.stud.hn.de

Stand
14.07.21
Alle Angaben
ohne Gewähr

Master of Arts Kulturpädagogik & Kulturmanagement

Kommentare zum Vorlesungsverzeichnis Wintersemester 2021/22

1. Semester

Modul 1: Kulturdiskurse

Modul 1.1: Gesellschaft und Kultur

Schöneck-Voß Do 10-12 (nach Absprache ggf. digital-synchron)

Die Studierenden erhalten ein vertieftes Verständnis von sozialwissenschaftlichen (v.a. soziologischen) Theorien der Verfasstheit (post-)moderner Gesellschaften und des sozialen Wandels. Dieses Kontextwissen dient der wissenschaftlichen Grundlegung des von den Studierenden zu erwerbenden Verständnisses von Individuum und (Kultur-)Gesellschaft.

Prüfung: Referat mit schriftlicher Ausarbeitung

Literatur: Wird zu Beginn des Seminars bekanntgegeben. Es wird ein Semesterapparat eingerichtet.

Modul 1.2: Interdisziplinäre Sozial- und Kulturforschung: Erinnerungskultur

Breitling / Verleysdonk-Simons Di 14-18

Modul 2: Kulturpolitik – politische Kultur

Modul 2.1: Politik, Kultur und politische Kultur

Meints-Stender Di 12-14

Einführend mit einer historisch-systematischen Erörterung von verschiedenen Verständnisweisen von Politik, Kultur und politischer Kultur beschäftigen wir uns in dieser Veranstaltung mit der Frage, welche Bedeutung das Ästhetische für die Politik, und das Politische für das Ästhetische hat. Denn spätestens seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist, wie Andreas Reckwitz es betont, das Ästhetische kein Randphänomen mehr, sondern steht im Zentrum von Sozial- und Kulturwissenschaften. Welche Bedeutung diese „Akzentverschiebung“ für die Kulturpädagogik hat, steht im Mittelpunkt der Veranstaltung.

Prüfung: Hausarbeit

Literatur: Grundlegende Literatur steht im Handapparat zur Verfügung und wird bei moodle zur Verfügung gestellt.

Besonderheiten: Eine Studienfahrt nach Berlin ist vorgesehen. Details werden in der ersten Sitzung besprochen. (Studienfahrt Termin 11.-12.11.2021)

Modul 2.2: Cultural Governance

Schwarzwälder Di 10-12

Die Veranstaltung nähert sich der Kulturpolitik aus einer institutionellen Perspektive und arbeitet den verfassungsrechtlichen Rahmen für den Kulturbetrieb und die Kulturpolitik heraus.

Darauf aufbauend werden staatliche/politische Einwirkungen auf den privaten Kulturbetrieb beleuchtet und dabei ein Fokus auf die (zunehmende) Regulierungsdebatten von neuen Medien wie Facebook etc. gelegt.

Schließlich werden die Bedeutung der kulturpolitischen Intuitionen aller Staatsebenen (EU, Bund, Länder und Kommunen) und deren Handlungsformen untersucht, wobei ein besonderes Augenmerk auf der Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die aktuelle Reformdebatte gelegt wird.

Prüfung: Wird im Seminar bekannt gegeben

Literatur: Wird im Seminar bekannt gegeben

Besonderheiten: Allen TeilnehmerInnen wird empfohlen, sich zu dem begleitenden Moodle Kurs anzumelden.

Modul 3: Kulturmanagement

Modul 3.1: Verpflichtender Einstiegsblock: Marketing und Kulturförderung

Weintz Block 28. – 30.091. 10-16:30

In diesem Einführungsblock werden einige Ansätze und Instrumente des Kulturmarketings - auf der normativen, analytischen und strategischen Ebene – behandelt und teilweise auch in ihrer Anwendung erprobt.

Einige Schwerpunkte sind:

- Unternehmensphilosophie: Vision, Leitbild, Mission
- Potentialanalyse, Umwelt-Analyse, SWOT-Analyse, und Portfolio-Analyse
- Konkurrenzanalyse, Benchmarking, Wettbewerbsvorteil, USP
- Positionierung, Zielgruppen-Segmentierung und Milieumarketing
- außerdem ggf. öffentliche Kulturförderung

Literatur:

S.Bekmeier-Feuerhahn, Kulturmarketing: Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente, Stuttgart 2014

R.Gerlach-March: Kulturfinanzierung, Wiesbaden 2010

B.Günter/A.Hausmann: Kultur-Marketing, 2.Aufl., Wiesbaden 2012

A.Klein: Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. Aufl., München 2011

A.Klein: Der exzellente Kulturbetrieb, 3.Aufl., Wiesbaden 2011

A.Klein (Hg.), Kompendium Kulturmarketing, München 2011

Lorenz Pöllmann, Kulturmarketing: Grundlagen - Konzepte - Instrumente, Wiesbaden 2018

Modul 3.2: Kulturmarketing, Public Relations und Kultursponsoring

Weintz Mo 14-18

In diesem Vertiefungsseminar sind folgende Schwerpunkte geplant:

- Milieumarketing
- Kulturbranding / Markenentwicklung
- Marketingmix und branchenspezifisches Marketing
- Publikumsforschung und Audience Development
- Beziehungsmarketing und Besucherbindung
- Marketingmix (Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikations- und Servicepolitik)
- Spezifisches Branchenmarketing
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Guerilla-Marketing und Social Media Marketing
- Content- und Influencer-Marketing
- Neuromarketing im Kulturbereich?
- Fundraising, Crowdfunding und Sponsoring
- Kulturmarketing in der Praxis (ggf. Besuch von externen Kulturmarketing-Experten im Seminar)

Die oben genannten Ansätze und die dazugehörigen Instrumente sollen vorgestellt sowie einige Anwendungsmöglichkeiten erprobt werden. Darüber hinaus wird es ggf. einen Austausch mit berufserfahrenen, externen Marketing- und PR-Experten geben.

Prüfung:

1. Kurz-Referat
2. Schriftliche Ausarbeitung (bei Präsenz: Klausur)

Literatur:

- J.Becker: Marketing.Konzeption, 11.Aufl., München 2018
- S.Bekmeier-Feuerhahn, Kulturmarketing: Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente, Stuttgart 2014
- F.R.Esch. Strategie und Technik der Markenführung, 7.Aufl., München 2014
- B.Günter/A.Hausmann: Kultur-Marketing, Wiesbaden 2009
- A.Klein, Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. Aufl., München 2011
- A.Klein, Der exzellente Kulturbetrieb, 2.Aufl.,Wiesbaden 2009
- H.Meffert u.a., Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13.Aufl., Wiesbaden 2018
- Lorenz Pöllmann, Kulturmarketing. Grundlagen - Konzepte - Instrumente, Wiesbaden 2018
- K.Siebenhaar, Audience Development. Oder die Kunst, neues Publikum zu gewinnen, Wiesbaden 2009
- Causales-Agentur (Hg.), Kulturmarken 2012 ff., Berlin 2012-2020 (www.kulturmarken.de)
- S. Höhne u.a, Kulturbranding II-IV, Leipzig 2009-2015
-
- J.Frohne u.a., Kultursponsoring – Ein Leitfaden für kreative Allianzen, Wiesbaden 2015
- R.Gerlach-March/L.Pöllmann: Kulturfinanzierung, Wiesbaden 2019
- M.Haibach: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt/M 2012
- E.Günther/T.Riethmüller, Einführung in das Crowdfunding: Formen, Anwendungsbereiche. Erfolgsfaktoren. Rechtlicher Rahmen, Wiesbaden 2019
-
- P.Glogner-Pilz, Instrumente der Besucherforschung, in: A.Klein, Kompendium Kulturmarketing München 2011, S.49-71
- P.Glogner-Pilz: Kulturpublikumsforschung: Grundlagen und Methoden, Wiesbaden 2019
- P.Glogner-Pilz/P.Föhl, Das Kulturpublikum, Bielefeld 2011
- P.Glogner-Pilz/P.Föhl, Handbuch Kulturpublikum: Forschungsfragen und -befunde, Bielefeld 2015
- Th.Renz, Nicht-Besucherforschung: Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement), Bielefeld 2015
-
- K.Bischi, Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine, Wiesbaden 2015
- R.Deg, Basiswissen Public Relation, Wiesbaden 2017
- N.Franck. Praxiswissen: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden 2016
- B.Mandel, PR für Kunst und Kultur: Handbuch für Theorie und Praxis, Bielefeld 2012
- D.Puttenat, Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden 2012
-
- A.Grabs, Follow me, Erfolgreiches Social Media Marketing, 5. Aufl.Bonn 2018
- S.Holmes, Social Media Marketing: Steigern Sie Ihren Unternehmenserfolg mit Facebook, Twitter, XING & Co., Nürnberg 2019
- J.Jelinek, Facebook-Marketing für Einsteiger, 2015
- V.Matthiesen, Facekook-Marketing - Das Grundlagen Buch zu Social Media & Online Marketing. 2020
- Miriam Löffler, Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web, 2. Aufl. 2019
-
- K.Klug/S.Hoffmann, Professionelles Guerilla-Marketing: Grundlagen - Instrumente – Controlling, 2014

Modul 7: Handlungsformen der Kulturpädagogik

Modul 7.1: Didaktik/Methodik - Die Kunst der Vermittlung: Ästhetische Bildung initiieren, beobachten und begleiten

Lowinski Mi 10-14

Auf der Grundlage ästhetischer Erfahrungen unterstützt die kulturpädagogische Praxis mit den Mitteln der Künste ihre Adressat*innen sowohl bei der Gestaltung ihrer Lebenswelt als auch bei der Teilhabe an kulturellen und gesellschaftlichen Prozessen. Um in dieser Komplexität einen eigenen Standpunkt zu gewinnen, beschäftigt sich das Seminar mit der Vielfalt bestehender Konzepte und Angebote und untersucht die zugrunde liegende Didaktik und Methodik, sowohl in allgemeiner kulturpädagogischer als auch in fachdidaktischer Hinsicht. Mit einer entsprechenden wissenschaftlichen und künstlerischen Fundierung kann es darüber hinaus gelingen, innovative Formen der Vermittlung zu entwickeln und in der Praxis exemplarisch zu erproben. Dabei soll auch die eigene Rolle als „Kulturvermittler*in“ kritisch reflektiert werden. Dies geschieht sowohl in Unterrichtsbesuchen in externen Kultureinrichtungen als auch in eigenen Unterrichtsproben innerhalb des Seminars.

Prüfung: Didaktisches Konzept entwickeln, durchführen und in einer Hausarbeit reflektieren

Literatur zur Einführung:

Baer, Ulrich: Kreativität für alle. Fantasieanregende Ideen für die pädagogische Arbeit. Seelze, 2001

BKJ (Hg.): Kultur leben lernen. Bildungswirkungen und Bildungsauftrag der Kinder- und Jugendkulturarbeit. Remscheid, 2002

Braune-Krickau, Tobias u. a. (Hg.): Handbuch Kultur-pädagogik für benachteiligte Jugendliche. Weinheim, 2013

Hanke, Ulrike / Krokowski, Robert: Ästhetische Projekte 1. Uckerland, 2006

Langmaack, Barbara/Braune-Krickau, Michael: Wie die Gruppe laufen lernt. Weinheim, 7. Aufl., 2000

Liebau, Eckart / Zirfas, Jörg (Hg.): Die Sinne und die Künste. Perspektiven ästhetischer Bildung. Bielefeld, 2008

Mandel, Birgit (Hg.): Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung. München, 2008

Schilling, Johannes: Didaktik/Methodik Sozialer Arbeit. München, 5. Aufl., 2008

Taube, Gerd u. a. (Hg.): Handbuch Das starke Subjekt. Schlüsselbegriffe in Theorie und Praxis. München, 2017

Vorst, Claudia u. a. (Hg.): Ästhetisches Lernen. Frankfurt a. M., 2008

Besonderheiten:

Bereitschaft zum ästhetischen Experiment, Projekt und Diskurs in externen Unterrichtsbesuchen und einer Erprobung der persönlichen Vermittlungskompetenzen

Anwesenheitspflicht

Zusatzangebot: Fachtutorium zur Kulturpädagogik

Modul 7.2: Ästhetische Praxis – Musik

Einbrodt Mi 14-16

Wie werden eigene Songs erstellt? Wie kann dies vermittelt werden? Braucht man Noten dazu? Wie lerne ich ein Instrument? Was ist denn das „Ästhetische“ an einem Song?

Kenntnisse im Arrangieren und Songwriting sowie Texterstellung werden vermittelt, ebenso Basics für Gitarre, Bass, Schlagzeug, Keyboard, Gesang, Perkussionsinstrumente, zusätzlich Ukulele, Geige, Saxophon u.a.

Wie kann dies kulturell mit versch. Zielgruppen eingesetzt werden? Welche Formen sind möglich (Band, Singer-SongwriterIn, Ensemble, Chor...)

Prüfung: Portfolio

Literatur: Wird im Seminar bekannt gegeben

Besonderheiten:

Es werden keine Kenntnisse in Notenschrift und Instrumentalspiel erwartet - Freude und Interesse an Musik sollte jedoch vorhanden sein.

3. Semester

Modul 4.2 (Modul 3.2): Qualitätsentwicklung und Evaluation

Qualitätsentwicklung und Evaluation

Plaumann 4 Termine: Fr 10-16 05.-26.11.2021
Online / Synchron mit zoom

Sie lernen Ansätze und Werkzeuge der Qualitätsentwicklung und der Qualitätssicherung in Betrieben kennen und übertragen diese auf Kulturbetriebe. Sie beantworten die Frage, ob ein prozessorientiertes Qualitätsmanagement als einrichtungsspezifischer, qualitätssichernder und -fördernder Weg in die Zukunft Qualität garantiert. Am Beispiel mindestens zweier Qualitätsmanagementsysteme im Feld der Kultur erkennen sie die Bedeutung der Systeme für die Kulturbetriebe.

Sie definieren Evaluation als Instrument im kontinuierlichen Verbesserungsprozess und beschreiben diesen Prozess. Interne wie auch externe Evaluationsformen (Audits) unterscheiden Sie und setzen diese in Beziehung zueinander.

Prüfung: Beantwortung von Leitfragen (max. 3 Seiten) bis 10.12.21

Literatur:

<https://qualitaets-portal.de/kqb-arbeitshilfen-qualitaetswerkzeuge/>

Holger Brüggemann/Peik Bremer (2020): Grundlagen Qualitätsmanagement - Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM. 3. Auflage. Springer Vieweg. Wiesbaden.

Manfred Bruhn (2020): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Handbuch für erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen, Konzepte, Methoden. 12. Auflage. Springer Gabler. Wiesbaden.

Modul 9 (Modul 6): Durchführung von Kulturprojekten

Durchführung von Kulturprojekten

Jebe Mi 10-14

Modul 10.1 (Modul 7.2): Analyse kultureller Praktiken

Analyse kultureller Praktiken

Jebe Mo 10-14

Modul 7.3: Zielgruppenarbeit/ -forschung – Kultur und Schule

Kultur und Schule

Delußen Mo 16-18

In diesem Vertiefungsseminar werden die Verhältnisse von Kultur und Schule als zunächst ganz unterschiedliche Systeme betrachtet, um dann Zusammenhänge auch anhand von konkreten Kulturförderprogrammen in Schule herzustellen. Neben Kultur im engeren und weiteren Sinne kommen die aktuelle Situation an Schulen, das Schulsystem in NRW und die Frage nach gutem Unterricht im Hinblick auf kulturelle Bildung zum Tragen. Die speziellen Programme im Modellland für kulturelle Bildung NRW, wie Kulturschule, Kulturagenten, Kulturforscher u.a.m., werden auf der Basis kulturbezogener Professionalität analysiert und bewertet. Darüber hinaus wird die durchaus kontrovers betrachtete Rolle von Künstlerinnen und Künstlern sowie Kulturpädagoginnen und Kulturpädagogen im Kontext kultureller Bildung in Schule diskutiert. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vorstellung von verschiedenen Berufsfeldern in Schule. Weitere Themen zur Vertiefung ergeben sich aus den Fragen der Teilnehmenden.

Prüfung: Testat durch engagierte Teilnahme und eine Präsentation.

Besonderheiten: Das Seminar findet ggf. aufgrund der Corona-Schutzverordnung in Kleingruppen statt. Es wird nicht als Online-Seminar durchgeführt.

Zum Seminar gehören zwei verbindliche Hospitationstermine an der Realschule Florastraße in Düsseldorf am 20.11. und 27.11.

Modul 11 (Modul 8): Prozesse in der Migrationsgesellschaft: Gesellschaftliche Teilhabe und Partizipation

Postmigrantische Momente in der Kulturarbeit

Amirpur Di 14-18

In dem Seminar stellen wir uns die Frage, wie Menschen unterschieden und so positioniert werden, dass ihnen unterschiedliche Formen der Anerkennung und Möglichkeiten des Handelns zuteilwerden. Welchen Beitrag leisten Bildungsinstitutionen zur Reproduktion dieser Ordnungen und welche Möglichkeiten bietet die Kulturpädagogik/Kulturarbeit, diese zu schwächen oder zu verändern.

Dafür setzen wir uns im Seminar auseinander mit

- 1) historischen Entwicklungen und gesellschaftlichen Zusammenhängen im Kontext von Migration.
- 2) einschlägigen Bezugstheorien der erziehungswissenschaftlichen Migrationsforschung
- 3) mit postkolonialen, dekolonialen und intersektionalen Ansätzen und befassen uns mit dem Begriff der Rassismuskritik.
- 4) mit empirischen Studien zu sozialer Ungleichheit im Bildungssystem und diskutieren diese vor dem Hintergrund der Konsequenzen für Kulturpädagogik und Kulturarbeit.
- 5) mit der Idee der postmigrantischen Perspektive, durch die lang eingeübte Lesarten sozialer Sortierungen, die auf kategorialer Klassifikation basieren, in Frage gestellt werden sollen. Die zentrale Frage lautet dabei: Wie kann eine widerständige Haltung in der Kulturpädagogik entwickelt werden und was macht diese aus?

Vor diesem theoretischen Hintergrund werden Sie

- 6) schließlich eigene Felderkundungen durchführen und im Feld nach „postmigrantischen Momenten in der Kulturarbeit“ suchen.

Prüfung: Präsentation und schriftliche Ausarbeitung

Literatur: Wird im Seminar bekannt gegeben.

Besonderheiten: Das Seminar beginnt mit einem Einführungstag per Zoom am 13.9., von 9-17 Uhr.

Gemeinsamer Besuch der Generaldebatte des Migrants Music Manifesto 17.-19.9. in Köln (Präsenz).

Blocktag im Rahmen der Blockwoche: 27.9., 9-17 Uhr (Zoom).

Forum Postmigrantische Perspektiven: 20.10.; 3.11. (jeweils 17-19 Uhr) und 14.1. Bitte beachten Sie auch den Seminarplan auf moodle.

Modul 12.2 (Modul 9.3): Veranstaltungs- und Eventrecht

Veranstaltungs- und Eventrecht

Croon Mo 14-16
