

Präsenz oder Online?

Das Wintersemester 2022/23 wird 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. offiziellem Vorlesungsverzeichnis

hio.hsnr.de

Webseiten des Fachbereiches Sozialwesen

hs-niederrhein.de/sozialwesen/studierende

Moodle-Angebote Ihrer Seminare

moodle.hs-niederrhein.de

Hochschul-Mail

webmail.stud.hn.de

Stand
28.06.22

Alle Angaben
ohne Gewähr

Master of Arts Kulturpädagogik & Kulturmanagement

Kommentare zum Vorlesungsverzeichnis Wintersemester 2022/23

Einführungswochen für den Masterstudiengang

Begrüßung und Einführung: Kulturpädagogik in Theorie und Praxis

Lowinski Block 19.09. – 21.09.22 10-17

Dieser Brückenkurs will erziehungswissenschaftliche und ästhetische Grundlagen verbinden und vertiefen, um damit für die Vermittlungsformen der Kulturpädagogik, besonders in Gruppenkontexten, vorzubereiten. Neben der theoretischen Beschäftigung mit aktuellen Ansätzen kultureller Vermittlung soll auch eine eigene ästhetische Auseinandersetzung zu einem spezifischen kulturellen Thema unter Einsatz verschiedener Medien zum Tragen kommen.

Prüfung: Testat

Literatur zur Einführung:

Fuchs, Max: Kultur lernen. Eine Einführung in die allgemeine Kulturpädagogik. Remscheid, 1994

Lowinski, Felicitas: Bewegung im Dazwischen. Ein körperorientierter Ansatz für kulturpädagogische Projekte mit benachteiligten Jugendlichen. Bielefeld, 2007

Mandel, Birgit (Hg.): Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft. Bielefeld, 2005

Rittelmeyer, Christian: Über die ästhetische Erziehung des Menschen. Eine Einführung in Friedrich Schillers Anthropologie. Weinheim, 2005

Zacharias, Wolfgang: Kulturpädagogik. Kulturelle Jugendbildung. Eine Einführung. Opladen, 2001

Besonderheiten: Anwesenheitspflicht

Wissenschaftlichen Denkens im MA KPKM

Breitling Block 23. - 24.09. 10-16

1. Semester

Modul 1: Kulturdiskurse

Modul 1.1: Gesellschaft und Kultur

Schöneck-Voß Di 08-10

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: Erinnerungskultur: Straßennamen

Breitling / Meints-Stender Di 14-18

Modul 2: Kulturpolitik – politische Kultur

Modul 2.1: Politik, Kultur und politische Kultur – Kultur und Kritik

Meints-Stender Di 12-14

Einführend mit einer historisch-systematischen Erörterung von verschiedenen Verständnisweisen von Politik, Kultur und politischer Kultur und deren innerer Zusammengehörigkeit, beschäftigen wir uns in dieser Veranstaltung mit der Frage, in welcher Weise Kultur und Kritik miteinander verbunden sind. Dabei gehen wir verschiedenen Kulturbegriffen in ihrem jeweiligen Kontext ebenso nach, wie auch verschiedenen Verständnisweisen von Kritik, um deren Korrespondenzen zu untersuchen.

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 17.-18.11.2022)

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 27. – 29.09. 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: Vertiefung Kulturmarketing

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, Facebook-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: 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 der Entwicklung und Durchführung eigener ästhetischer Bildungswerkstätten innerhalb des Seminars.

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

Literatur zur Einführung:

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 Kulturpädagogik 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

Und 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: Präsentation und 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 online
18.11., 25.11., 01.12., 09.12.2022

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

Postmigrantische Momente in der Kulturarbeit

Amirpur Di 14-18

Modul 12.2 (Modul 9.3): Veranstaltungs- und Eventrecht

Veranstaltungs- und Eventrecht

Croon	Mo	14-16
-------	----	-------

Modul 13.1 (Modul 9.2): Kultureinrichtungen und ihre Rechtsformen

Modul 9.2 / 13.1: Kultureinrichtungen und ihre Rechtsformen

Schäfer	Di	10-12
---------	----	-------

Modul 13.2: Arbeits- und Dienstvertragsrecht

Modul 9.3 / 12.2: Arbeits- und Dienstvertragsrecht

Ludwig / Mujan	Fr	21./28.10.2022	14-18	online
	Sa	22./ 29.10.2022	08:30-15	online

Zusätzliches Angebot

Training Masterthesis

Küpper

ONLINE

Mi 16-18

05.10.22, 19.10.22, 02.11.22, 16.11.22, 30.11.22, 14.12.22, 28.12.22, 11.01.23
+ 1 Termin im Februar (2 Puffertermine; der Februartermin wird noch mit der
Mediationsausbildung abgestimmt)

Das Zusatzangebot richtet sich an alle, die demnächst ihre Masterarbeit schreiben. Sie können und sollen das Seminar als Vorbereitung für Ihre Arbeit nutzen. Das Seminar dient dazu, Sie bei der Themenfindung und Planung Ihrer eigenen Arbeit zu unterstützen. Neben allgemeinen Informationen bietet das Seminar Ihnen die Gelegenheit, den „roten Faden“ Ihrer Arbeit zu entwickeln, Ihre Planung und das Exposé zu besprechen und vorzubereiten. Die Termine liegen daher so, dass sie hoffentlich möglichst gut mit der Planung der Masterarbeit passend zum Studienverlauf einhergehen.

Thematisiert und in Ansätzen geübt werden: Zeitplan, Themenfindung für die Masterarbeit, Ableitung einer eigenen Fragestellung, Methodische Umsetzung, Literaturauswahl, Aufbau der Arbeit, Schreiben eines Exposés, Formalia
Das Seminar wird als kollegialer Austausch gestaltet. Die Idee ist auch, sich gegenseitig zu unterstützen, Ideen auszutauschen, Tipps zu erhalten und zu geben usw.

Literatur zum Erstellen von Abschlussarbeiten, u.a. im Semesterapp. Wissenschaftlichen Denken & Arbeiten, z.B. Bieker, Rudolf (2011): Soziale Arbeit studieren. Leitfaden für wissenschaftliches Arbeiten und Studienorganisation. Stuttgart: W. Kohlhammer

Das Angebot ist optional und offen für jeden (kein Pflichtmodul, keine Anwesenheitspflicht). Es empfiehlt sich, an allen Terminen teilzunehmen, weil inhaltlich jeweils anderer Themen angesprochen werden. Sie können aber auch nur an einzelnen Terminen teilnehmen (ohne An/Abmeldung).

Bitte melden Sie sich bis 4.10. per e-mail einmal an, damit Sie den Zugangslink erhalten. Anmeldung bei:
Kim.Wittenberg@hs-niederrhein.de