

# Privater Masterstudiengang Kulturmanagement





## Privater Masterstudiengang Kulturmanagement

- » Modalität: **Online**
- » Dauer: **12 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **Online**

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/geisteswissenschaften/masterstudiengang/masterstudiengang-kulturmanagement](http://www.techtitute.com/de/geisteswissenschaften/masterstudiengang/masterstudiengang-kulturmanagement)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

---

Seite 16

05

Methodik

---

Seite 30

06

Qualifizierung

---

Seite 38

# 01

# Präsentation

Die Kultur war schon immer in der Lage, sich an komplexe wirtschaftliche Situationen anzupassen, künstlerische Veränderungen herbeizuführen und sogar einen echten sozialen Wandel zu bewirken. In diesen Prozessen kommen eine neue Generation von Visionen und die Erfahrung, den Sektor zu kennen, zusammen. Die Figur des Kulturmanagers ist in diesem Szenario von entscheidender Bedeutung, da sie eine hohe Qualifikation in den Bereichen Humanressourcen, Finanzierung, neue Technologien und natürlich Kultur voraussetzt. Aus diesem Grund bietet TECH den Studenten die fortschrittlichsten Kenntnisse über die Erhaltung des kulturellen Erbes, die Konzeption und Planung von Veranstaltungen sowie über die effektivsten Marketingstrategien, die heute angewandt werden. All dies wird in einem zu 100% akademischen Online-Format mit attraktiven Multimedia-Inhalten vermittelt, auf die jederzeit von jedem internetfähigen Gerät aus zugegriffen werden kann.





“

*Mit diesem 100%igen Online-Masterstudiengang  
werden Sie zu einem erfolgreichen Kulturmanager”*

In den letzten Jahrzehnten ist es der Kultur gelungen, sich an den Vormarsch der neuen Technologien anzupassen. So koexistieren rein digitale Veranstaltungen mit hybriden Veranstaltungen und solchen, die das Wesen von Präsenzveranstaltungen bewahren. Die Verbindung zwischen den verschiedenen künstlerischen Ausdrucksformen, der Digitalisierung und den neuen Generationen aufrechtzuerhalten, ist eine echte Herausforderung für einen Sektor, der an Kreativität, Innovation und Wandel gewöhnt ist.

In diesem Kontext bleibt die Rolle des Kulturmanagers von großer Bedeutung, der nicht nur in der Lage sein muss, jede Veranstaltung zu einem Erfolg zu machen, sondern auch die Bewahrung und die kulturellen Traditionen mit disruptiven Projekten zu verbinden. Ein Gleichgewicht, das hochqualifizierte Profile mit Kenntnissen erfordert, die über die Kultur hinausgehen. Aus diesem Grund hat diese akademische Einrichtung den privaten Master in Kulturmanagement entwickelt, der den Studenten die notwendigen Kenntnisse vermittelt, um jede Aktivität in diesem Bereich angemessen und professionell zu managen.

Ein Programm, in dem der Absolvent in 12 Monaten die Schlüsselkonzepte des Managements von Museen, Galerien und Ausstellungen, der Erhaltung des kulturellen Erbes und der kulturellen Dokumentation erlernt. Darüber hinaus lernt er im Laufe des Programms mehr über das Management verschiedener Veranstaltungen, die großen Möglichkeiten, die der Tourismus bietet, und die neuesten Technologien, die in Marketingstrategien eingesetzt werden. Unterstützt wird dies durch multimediales didaktisches Material auf der Basis von Videos, Zusammenfassungen, Detailvideos, Fachlektüre oder Fallstudien, die von einem auf Kulturmanagement spezialisierten Dozententeam erarbeitet werden.

Für den Berufstätigen ist dies eine hervorragende Möglichkeit, eine hochwertige Hochschulausbildung in einem 100%igen Online-Format zu erhalten, auf das er jederzeit und überall problemlos zugreifen kann. Sie benötigen lediglich einen Computer, ein Mobiltelefon oder einen Tablet mit Internetanschluss, um auf den virtuellen Campus zuzugreifen.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Kulturmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Erarbeitung von Fallstudien, die von Experten in Kulturmanagement vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Heben Sie Ihre Projekte im Kulturbereich dank der Marketingkenntnisse hervor, die dieses Universitätsprogramm bietet*

“

*Die Multimedia-Bibliothek ist 24 Stunden am Tag verfügbar. Sie können ganz einfach von Ihrem Computer mit Internetanschluss darauf zugreifen"*

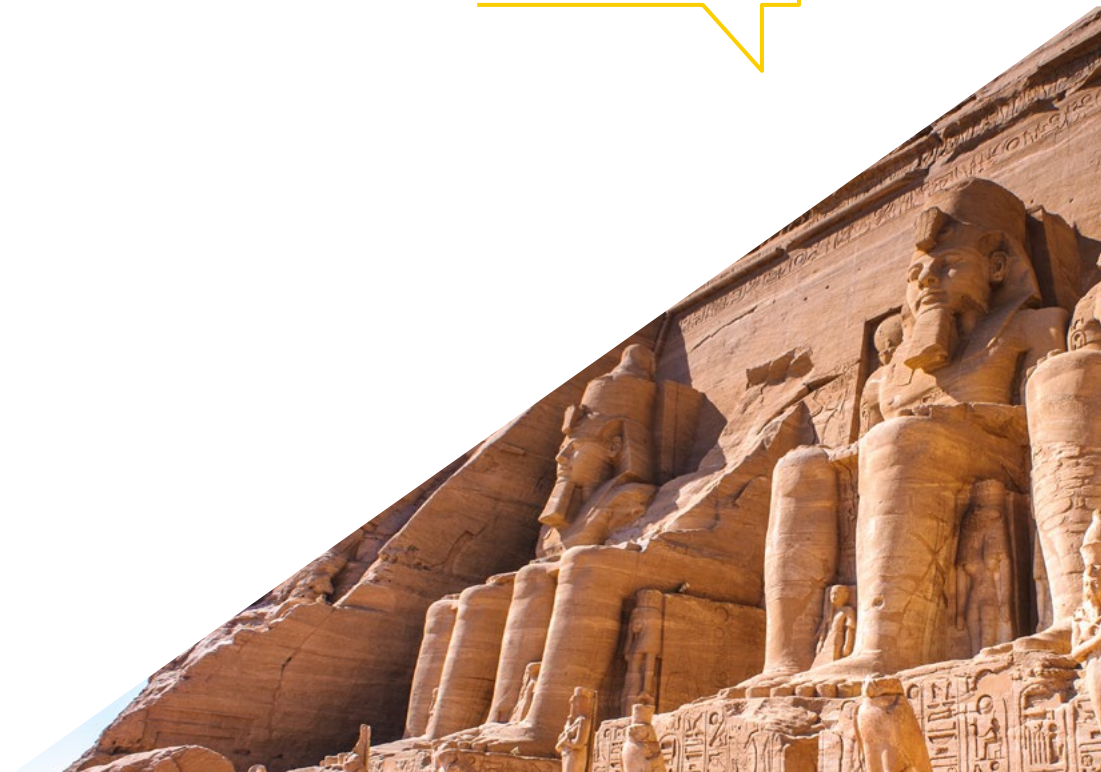
*Befassen Sie sich mit den verschiedenen öffentlichen und privaten Finanzierungsquellen für die Museumsverwaltung.*

*Erwerben Sie einen Studiengang, der Ihnen Türen im Bereich des Kulturmanagements öffnet. Schreiben Sie sich jetzt ein.*

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Fachleute aus führenden Einrichtungen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.



# 02 Ziele

TECH hat diesen Privaten Masterstudiengang in Kulturmanagement mit dem Hauptziel entwickelt, den Studenten die notwendigen Kenntnisse zu vermitteln, um in diesem Sektor erfolgreich zu sein. Am Ende der 1.500 Unterrichtsstunden werden die Studierenden in der Lage sein, die neuesten Informationstechnologien zu nutzen, um kulturelle Veranstaltungen zu bewerben, zielgruppengerechte Programme zu erstellen oder verschiedene Strategien der Kulturvermittlung zu verbreiten. Die multimedialen Ressourcen, auf die rund um die Uhr zugegriffen werden kann, erleichtern den Erwerb dieser Kenntnisse.





“

*TECH richtet sich nach Ihnen und hat deshalb diesen Studiengang ohne Präsenzunterricht und ohne feste Unterrichtszeiten konzipiert"*



## Allgemeine Ziele

- ♦ Verstehen der Merkmale des Kulturmanagements in Bezug auf den Tourismussektor
- ♦ Verwalten des kulturellen Erbes in den verschiedenen touristischen Gebieten im Einklang mit den Grundsätzen der Nachhaltigkeit
- ♦ Identifizieren und Verwalten bestehender Pläne zum Schutz von Kunstsammlungen
- ♦ Analysieren der Nachfragecharakteristika des Kulturtourismus in jedem Tourismusgebiet
- ♦ Kennenlernen des Umgangs mit dem kulturellen Erbe in verschiedenen Räumen
- ♦ Verwalten von Quellen, Planen von Projekten und Organisieren verschiedener Methoden zur Problemlösung
- ♦ Demonstrieren von Förderungsverfahren kultureller Ideen
- ♦ Verstehen der Bedeutung und Organisation von hybriden Veranstaltungen
- ♦ Wissen über Umfassende Kenntnisse der aktuellen Trends in der Veranstaltungsorganisation

“

*Am Ende der 12 Monate dieses privaten Masterstudiengangs werden Sie in der Lage sein, eine kulturelle Veranstaltung von Anfang bis Ende erfolgreich zu gestalten"*





## Spezifische Ziele

---

### **Modul 1. Erhaltung des kulturellen Erbes**

- ♦ Kennenlernen der verschiedenen Methoden zur Diagnose des Erhaltungszustandes von Kulturgütern
- ♦ Verstehen der Methoden zur Analyse und Untersuchung von Materialien und Techniken
- ♦ Verstehen der Kriterien für Maßnahmen zur Restaurierung und Konservierung

### **Modul 2. Verwalten von Museen, Galerien und Ausstellungen**

- ♦ Kennen der Rolle des Museums in der Informationsgesellschaft
- ♦ Entdecken der Trends im internationalen Sammeln
- ♦ Erarbeiten der Grundlagen für die didaktische Museografie in Kunstmuseen

### **Modul 3. Kulturelle Dokumentation: Katalogisierung und Forschung**

- ♦ Identifizieren von Informationsmanagementprozessen
- ♦ Kennenlernen der verschiedenen Plattformen für die Verbreitung der bestehenden Sammlungen und Projekte
- ♦ Lernen von Mediation und partizipativen Erfahrungen

### **Modul 4. Kulturmanagement für Musik und Tanz**

- ♦ Wissen, wie man Finanzierungsquellen erschließen kann
- ♦ Beherrschen der öffentlichen und privaten Bereiche in Bezug auf die Preise
- ♦ Auswählen können zwischen saturierten Nischen und verlassenen Nischen

### **Modul 5. Management des Kulturtourismus**

- ♦ Identifizieren von Herausforderungen der Raumverwaltung
- ♦ Beherrschen der Strategien für und touristische Entwicklung des lokalen Erbes
- ♦ Planen und Verwalten von Kulturveranstaltungen in einer Welterbestadt

### **Modul 6. Marketing auf dem Kulturmarkt**

- ♦ Erfahren von Kultur in der digitalen Welt
- ♦ Etablieren der Forschung als zentrales Marketinginstrument
- ♦ Entdecken von kulturellen Produkten mit dem größten Marktpotenzial

### **Modul 7. Produktion und Leitung im Kulturmanagement**

- ♦ Fördern der kulturellen Entwicklung in Organisationen des dritten Sektors
- ♦ Wissen, wie man das kulturelle Erbe verbreiten kann
- ♦ Erstellen und Verwalten von Projekten

### **Modul 8. Technologie und Design zur Kulturförderung**

- ♦ Erlernen der grundlegenden Konzepte, Prinzipien und Theorien der kulturellen Kommunikation und -wirtschaft im Kontext der Kultur
- ♦ Verstehen und Interpretieren der Realität im Hinblick auf kulturelle Fähigkeiten und Verfahren
- ♦ Wissen, wie man kulturbezogene Kampagnen oder Produkte entwirft und produziert

### **Modul 9. Gestaltung von kulturellen Veranstaltungen**

- ♦ Wissen, wie man das Zielpublikum definiert
- ♦ Umsetzen von Erlebnismarketing in die Praxis
- ♦ Wählen des richtigen Veranstaltungsortes für Ihre Veranstaltung

### **Modul 10. Planung kultureller Veranstaltungen**

- ♦ Organisieren eines Kulturprogramms
- ♦ Kennen der Anforderungen an einen Evakuierungsplan und die Sicherheitsmaßnahmen, die eine Veranstaltung erfüllen muss
- ♦ Planen des Zugangs zu den Veranstaltungsorten

# 03

# Kompetenzen

Am Ende des 12-monatigen Programms werden die Teilnehmer feststellen, dass sie die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten erworben haben, um jede Art von Kulturveranstaltung erfolgreich zu konzipieren und durchzuführen. Dies ist möglich dank des fortgeschrittenen und aktuellen Wissens, das in diesem Programm vermittelt wird, des didaktischen Materials und der Fallstudien, die sie an reale Situationen heranführen und deren Methoden sie in ihre tägliche Praxis integrieren können.





“

*Ein Programm, welches Ihre Kompetenzen im Bereich der Planung und des Ressourcenmanagements bei kulturellen Aktionen verbessern wird"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- ♦ Beherrschen der Digitalisierung von Veranstaltungen, die heute am häufigsten verwendeten Tools und neue Trends
- ♦ Anwenden verschiedener Methoden zur Erhaltung des kulturellen Erbes
- ♦ Verwalten von relevanten oder historischen Informationen auf angemessene Weise
- ♦ Aufwerten der Rolle von Museen und Galerien in der Bildung

“

*Verbessern Sie Ihre Fähigkeiten, um die Rolle der Kultur im Bereich des Tourismus oder der Bildung zu stärken“*





## Spezifische Kompetenzen

---

- ♦ Ermitteln der verschiedenen Publikumsgruppen, die verschiedene Arten von kulturellen Veranstaltungen besuchen
- ♦ Programmieren je nach Angebot und Publikum
- ♦ Festlegen von erfolgreichen Kommunikationsstrategien
- ♦ Kennenlernen der verschiedenen Kulturprodukte
- ♦ Verstehen der Rolle von Organisationen des dritten Sektors in der Gesellschaft
- ♦ Planen der materiellen und personellen Ressourcen, die für die Durchführung einer kulturellen Veranstaltung erforderlich sind.

# 04

## Struktur und Inhalt

Der Studienplan dieses privaten Masterstudiengangs wurde so konzipiert, dass er den Fachleuten die fortschrittlichsten, umfassendsten und aktuellsten Kenntnisse im Kulturmanagement vermittelt. Zu diesem Zweck verfügt er über technische Hilfsmittel, die die neuesten Technologien für die akademische Lehre nutzen. Dies ermöglicht der Fachkraft den Zugang zu viel dynamischeren und visuelleren Lerninhalten, in denen sie mehr über die Erhaltung des kulturellen Erbes, die Planung, das Design, die Produktion und die Kommunikation einer Kulturveranstaltung sowie über die verschiedenen Möglichkeiten in touristischen Räumen erfährt. Das *Relearning*-System, das die TECH in allen ihren Studiengängen einsetzt, wird auch das stundenlange Lernen und Auswendiglernen reduzieren, das bei anderen Methoden so üblich ist.





“

*Mit dem Relearning-System ersparen Sie sich lange Studienzeiten und kommen auf natürliche Weise mit den Inhalten dieses Universitätsstudiums voran”*

## Modul 1. Erhaltung des kulturellen Erbes

- 1.1. Theorie der Konservierung und Restaurierung des historischen und künstlerischen Erbes
  - 1.1.1. Wie wird das Erbe konserviert?
  - 1.1.2. Wer ist für seine Erhaltung verantwortlich?
  - 1.1.3. Maßnahmen zu seiner Erhaltung
  - 1.1.4. Historische Entwicklungen
  - 1.1.5. Aktuelle Kriterien
- 1.2. Museumskurator
  - 1.2.1. Beschreibung eines Museumskurators
  - 1.2.2. Schritte auf dem Weg zum Museumskurator
  - 1.2.3. Berufsethos
  - 1.2.4. Funktionen
- 1.3. Methodik für die Diagnose des Erhaltungszustands von Kulturgütern
  - 1.3.1. Was sind BICs?
  - 1.3.2. Kulturgut oder BIC
  - 1.3.3. Leitfaden zur Erhaltung von BICs
  - 1.3.4. Veränderung und Verfallserscheinungen
- 1.4. Analysemethoden und Untersuchung von Materialien und Techniken
  - 1.4.1. Definition von Methode und Technik
  - 1.4.2. Wissenschaftliche Analyse
  - 1.4.3. Techniken zur Untersuchung des historisch-künstlerischen Erbes
  - 1.4.4. Reinigung und Konsolidierung des BIC
- 1.5. Kriterien zum Eingriff bei der Restaurierung und Konservierung I
  - 1.5.1. Definition der Kriterien
  - 1.5.2. Notfallmaßnahmen
  - 1.5.3. Pläne zum Schutz von Kunstsammlungen
  - 1.5.4. Pläne zum Schutz von Ethnographien
- 1.6. Kriterien zum Eingriff in die Restaurierung und Konservierung II
  - 1.6.1. Pläne zum Schutz archäologischer Überreste
  - 1.6.2. Pläne zum Schutz von Kunstsammlungen
  - 1.6.3. Pläne zum Schutz anderer Elemente des immateriellen Kulturerbes
  - 1.6.4. Die Bedeutung der Restaurierung
- 1.7. Probleme bei der Erhaltung des BIC
  - 1.7.1. Was beinhaltet die Erhaltung?
  - 1.7.2. Probleme der Erhaltung
  - 1.7.3. Kriterien zur Durchführung von Restaurierungsarbeiten am kulturellen Erbe
  - 1.7.4. Rehabilitation des BIC
- 1.8. Vorbeugender Schutz des kulturellen Erbes
  - 1.8.1. Begriff
    - 1.8.1.1. Was ist präventive Konservierung?
  - 1.8.2. Methoden
  - 1.8.3. Techniken
  - 1.8.4. Wer ist für die Erhaltung zuständig?
- 1.9. Untersuchung des Kontextes von Kulturgütern und Sammlungen des Kulturerbes I
  - 1.9.1. Was ist der Wert von Kulturgütern?
  - 1.9.2. Materialien, die bei der Erhaltung von Kulturgütern und Sammlungen des Kulturerbes verwendet werden
  - 1.9.3. Lagerung
  - 1.9.4. Ausstellung
- 1.10. Untersuchung des Kontextes von Kulturgütern und Sammlungen des Kulturerbes II
  - 1.10.1. Worum geht es und wer ist für die Verpackung zuständig?
  - 1.10.2. Verpackung von Kulturgütern und Sammlungen des kulturellen Erbes
  - 1.10.3. Transport von Kulturgütern und Sammlungen des kulturellen Erbes
  - 1.10.4. Handhabung von Kulturgütern und Kulturgutsammlung

## Modul 2. Verwalten von Museen, Galerien und Ausstellungen

- 2.1. Museen und Galerien
  - 2.1.1. Entwicklung des Museumskonzepts
  - 2.1.2. Geschichte der Museen
  - 2.1.3. Inhaltsbezogene Typologien
  - 2.1.4. Inhalt
- 2.2. Organisation von Museen
  - 2.2.1. Was sind die Funktionen eines Museums?
  - 2.2.2. Der Kern des Museums: die Sammlungen
  - 2.2.3. Das unsichtbare Museum: die Lagerräume
  - 2.2.4. Das DOMUS-Programm: integriertes Dokumentations- und Museumsverwaltungssystem
- 2.3. Verbreitung und Kommunikation des Museums
  - 2.3.1. Planung von Ausstellungen
  - 2.3.2. Formen und Arten von Ausstellungen
  - 2.3.3. Verbreitungs- und Kommunikationsbereiche
  - 2.3.4. Museen und Kulturtourismus
  - 2.3.5. Unternehmensimage
- 2.4. Museumsverwaltung
  - 2.4.1. Leitung und Verwaltung
  - 2.4.2. Finanzierungsquellen: öffentlich und privat
  - 2.4.3. Vereinigungen der Museumsfreunde
  - 2.4.4. Das Geschäft
- 2.5. Die Rolle des Museums in der Informationsgesellschaft
  - 2.5.1. Die Unterschiede zwischen Museologie und Museographie
  - 2.5.2. Die Rolle des Museums in der heutigen Gesellschaft
  - 2.5.3. Die Informations- und Kommunikationstechnologien im Dienste des Museums
  - 2.5.4. Anwendungen für mobile Geräte
- 2.6. Der Kunstmarkt und die Sammler
  - 2.6.1. Was ist der Kunstmarkt?
  - 2.6.2. Der Kunsthandel
    - 2.6.2.1. Kreisläufe
    - 2.6.2.2. Märkte
    - 2.6.2.3. Internationalisierung
  - 2.6.3. Die wichtigsten Kunstmessen der Welt
    - 2.6.3.1. Struktur
    - 2.6.3.2. Organisation
  - 2.6.4. Trends im internationalen Sammeln
- 2.7. Kunstgalerien
  - 2.7.1. Wie plant man eine Kunstgalerie?
  - 2.7.2. Funktionen und Aufbau von Kunstgalerien
  - 2.7.3. Auf dem Weg zu einer neuen Typologie von Galerien
  - 2.7.4. Wie werden Galerien verwaltet?
    - 2.7.4.1. Künstler
    - 2.7.4.2. Marketing
    - 2.7.4.3. Märkte
  - 2.7.5. Unterschiede zwischen Museen, Ausstellungshallen und Galerien
- 2.8. Künstler und ihre Ausstellungen
  - 2.8.1. Die Anerkennung des Künstlers
  - 2.8.2. Der Künstler und sein Werk
  - 2.8.3. Urheberrecht und geistiges Eigentum
  - 2.8.4. Auszeichnungen und Chancen
    - 2.8.4.1. Wettbewerbe
    - 2.8.4.2. Zuschüsse
    - 2.8.4.3. Preise
  - 2.8.5. Fachzeitschriften
    - 2.8.5.1. Kunstkritiker
    - 2.8.5.2. Kulturjournalisten

- 2.9. Die Motive der Kultur
  - 2.9.1. Was Kultur darstellt
  - 2.9.2. Was die Kultur bietet
  - 2.9.3. Was die Kultur braucht
  - 2.9.4. Kulturförderung
- 2.10. Grundlagen der didaktischen Museografie in Kunstmuseen
  - 2.10.1. Kunstausstellungen und Kunstmuseen: die differenzierende Tatsache
  - 2.10.2. Einige Belege und Meinungen zu all dem: von Boadella bis Gombrich
  - 2.10.3. Kunst als eine Reihe von Konventionen
  - 2.10.4. Kunst in ganz bestimmten kulturellen Traditionen eingeschrieben
  - 2.10.5. Kunst in Museen und Räumen für die Präsentation des kulturellen Erbe
  - 2.10.6. Kunst und Didaktik
  - 2.10.7. Interaktivität als didaktisches Mittel in Kunstmuseen

### Modul 3. Kulturelle Dokumentation: Katalogisierung und Forschung

- 3.1. Dokumentation eines Museums
  - 3.1.1. Was ist eine Museumsdokumentation?
  - 3.1.2. Welche ist eine Museumsdokumentation?
  - 3.1.3. Museen als Dokumentations-Sammelstellen
  - 3.1.4. Dokumentation im Zusammenhang mit Museumsobjekten
- 3.2. Informationsmanagement und seine praktische Anwendung
  - 3.2.1. Beschreibung des Informationsmanagements
  - 3.2.2. Entstehung und Entwicklung des Informationsmanagements
    - 3.2.2.1. 20. Jahrhundert
    - 3.2.2.2. Aktualität
  - 3.2.3. Instrumente zur Umsetzung des Informationsmanagements
  - 3.2.4. Wer kann für das Informationsmanagement zuständig sein
- 3.3. Dokumentarisches System I
  - 3.3.1. Dokumentarischer Inhalt der Archive
    - 3.3.1.1. Archivierung in der Schriftgutverwaltung
    - 3.3.1.2. Die Bedeutung der dokumentarischen Archive
  - 3.3.2. Die Rolle des Archivpersonals





- 3.3.3. Dokumentarische Hilfsmittel
  - 3.3.3.1. Anmeldung
  - 3.3.3.2. Bestandsaufnahme
  - 3.3.3.3. Der Katalog
- 3.4. Dokumentarisches System I
  - 3.4.1. Dokumentation
    - 3.4.1.1. Diagramme
    - 3.4.1.2. Technik
    - 3.4.1.3. Restaurierung
  - 3.4.2. Dokumentarische Bewegungen und Bestände
  - 3.4.3. Verwaltungsdokumentation und Archivierung
- 3.5. Dokumentarische Standardisierung
  - 3.5.1. Instrumente zur Terminologiekontrolle
    - 3.5.1.1. Hierarchische Listen
    - 3.5.1.2. Wörterbücher
    - 3.5.1.3. Thesauri
  - 3.5.2. Qualitätsstandards
  - 3.5.3. Anwendung von IKT
- 3.6. Forschung in Museen
  - 3.6.1. Theoretischer Rahmen
  - 3.6.2. Dokumentation vs. Forschung
  - 3.6.3. Prozesse des Informationsmanagements
- 3.7. Verbreitungsplattformen für Sammlungen und Projekte
  - 3.7.1. Wissenstransfer
  - 3.7.2. Soziale Netzwerke
  - 3.7.3. Die Medien
- 3.8. Bildung im Kontext von Kulturerbe und Museen
  - 3.8.1. Didaktik der Museen
  - 3.8.2. Die Rolle von Museen und Galerien in der Bildung
  - 3.8.3. Theoretischer Rahmen des Lernens
    - 3.8.3.1. Formale
    - 3.8.3.2. Nicht formal
    - 3.8.3.3. Informell

- 3.9. Mediation und partizipative Erfahrungen
  - 3.9.1. Erziehung zu Gleichheit und Integrität
  - 3.9.2. Vorschläge zur Sensibilisierung und zum Schutz der Umwelt
  - 3.9.3. Soziomuseologie
- 3.10. Abteilungen für Bildung und kulturelle Maßnahmen
  - 3.10.1. Geschichte
  - 3.10.2. Struktur
  - 3.10.3. Funktionen

#### Modul 4. Kulturmanagement für Musik und Tanz

- 4.1. Konzeptualisierungen und Quellen
  - 4.1.1. Beziehungen im Kulturmanagement
    - 4.1.1.1. Wirtschaft
    - 4.1.1.2. Soziologie
    - 4.1.1.3. Kunst
  - 4.1.2. Der Mangel an *Databases* und zuverlässige Umfragen
  - 4.1.3. Quellen
    - 4.1.3.1. Webseiten
    - 4.1.3.2. Kritik
    - 4.1.3.3. Presse (alle Arten)
- 4.2. Musik und Tanz
  - 4.2.1. Kunst
    - 4.2.1.1. Im Takt der Zeit
    - 4.2.1.2. Im Raum
  - 4.2.3. Menschliche Ressourcen für die Entwicklung von Musik und Tanz
  - 4.2.4. Schallplatte und Video
  - 4.2.5. Überblick über die Genres weltweit
- 4.3. Finanzierungsquellen
  - 4.3.1. Historischer Abriss
  - 4.3.2. Zuschüsse für die Künste des klassischen Kanons in den letzten 70 Jahren
  - 4.3.3. Überlegungen zu Modellen
  - 4.3.4. Nichtklassische Kanonmusik und Tanz

- 4.4. Organisationsformen und Humanressourcen
  - 4.4.1. Grundsätzliche Fragen
    - 4.4.1.1. Produzent-Einrichtungen
    - 4.4.1.2. Programm-Einrichtungen
    - 4.4.1.3. Misch-Einrichtungen
  - 4.4.2. Symphonie-Orchester
    - 4.4.2.1. Die Figur des Managers
    - 4.4.2.2. Die Figur des musikalischen Direktors
  - 4.4.3. Kammerorchester
  - 4.4.4. Opernhäuser
  - 4.4.5. Ballett-Ensembles
  - 4.4.6. Hörsäle
  - 4.4.7. Festspiele
  - 4.4.8. Die bedeutendsten Musikgruppen der Welt
- 4.5. Infrastrukturen
  - 4.5.1. Typologien
    - 4.5.1.1. Theater
    - 4.5.1.2. Museen
    - 4.5.1.3. Stadien
    - 4.5.1.4. Säulenhallen
    - 4.5.1.5. Andere
  - 4.5.2. Größe und Sitzplatzkapazität
  - 4.5.3. Standort und Transport
- 4.6. Das Publikum
  - 4.6.1. Welche Art von Publikum gibt es bei Musik und Tanz?
  - 4.6.2. Die Beziehung zwischen Angebot und Publikum
  - 4.6.3. Die Variable der Art des Konsums
  - 4.6.4. Die Altersvariable
  - 4.6.5. Die bildungsmäßig-kulturelle Variable
  - 4.6.6. Die sozioökonomische Variable

- 4.7. Die Preise und ihre Hauptprobleme
  - 4.7.1. Organisation des Angebots
    - 4.7.1.1. Zyklen
    - 4.7.1.2. Jahreszeiten
    - 4.7.1.3. Abos
    - 4.7.1.4. Programme
    - 4.7.1.5. Funktionen
  - 4.7.2. Öffentliche und private Bereiche in Bezug auf die Preise
  - 4.7.3. Von der Madonna zum gregorianischen Gesang
- 4.8. Die Wahl des Repertoires saturierte Nischen versus verlassene Nischen
  - 4.8.1. Problematik
  - 4.8.2. Der Künstler vor seiner Kunst
  - 4.8.3. Gibt es ein Übermaß an Formaten und Repertoires?
  - 4.8.4. Haben Meinungsagenten einen negativen Einfluss?
  - 4.8.5. Das Profil der Programmmacher
  - 4.8.6. Der persönliche Geschmack und die Musikkultur der Programmierer
  - 4.8.7. Gibt es Lösungen?
- 4.9. Erforderliche Elemente
  - 4.9.1. Management von Musik und Tanz
  - 4.9.2. Politiker
  - 4.9.3. Konzertagenturen und Agenten
  - 4.9.4. Musikkritiker
  - 4.9.5. Rundfunk und Fernsehen
  - 4.9.6. Platten- und Videolabels
- 4.10. Verwaltung des musikalischen Erbes und des Urheberrechts
  - 4.10.1. Schriftliches Material und Urheberrecht
    - 4.10.1.1. Musicals
    - 4.10.1.2. Choreografien
    - 4.10.1.3. Urheberrecht
  - 4.10.2. Historische Repertoires
    - 4.10.2.1. Editionsprobleme
    - 4.10.2.2. Möglichkeiten des Selbstverlags

- 4.10.3. Klassische Repertoires
  - 4.10.3.1. Kostenprobleme
  - 4.10.3.2. Probleme mit geringen Einnahmen
- 4.10.4. Premierenrepertoires im populären urbanen und Jazz-Kanon
- 4.10.5. Musikarchive mit unveröffentlichtem Repertoire, ob handschriftlich oder schriftlich
- 4.10.6. Sound-Bibliotheken
- 4.10.7. Der besondere Fall der Tänze

## Modul 5. Management des Kulturtourismus

- 5.1. Einführung in das kulturelle Erbe
  - 5.1.1. Kulturtourismus
  - 5.1.2. Das kulturelle Erbe
  - 5.1.3. Ressourcen des Kulturtourismus
- 5.2. Nachhaltigkeit als Bezugspunkt für Tourismus und Kulturerbe
  - 5.2.1. Das Konzept der städtischen Nachhaltigkeit
  - 5.2.2. Nachhaltigkeit im Tourismus
  - 5.2.3. Kulturelle Nachhaltigkeit
- 5.3. Tragfähigkeit und ihre Anwendung in Reisezielen
  - 5.3.1. Konzeptualisierung
  - 5.3.2. Dimensionen der touristischen Tragfähigkeit
  - 5.3.3. Fallstudien
  - 5.3.4. Ansätze und Vorschläge für die Untersuchung der touristischen Tragfähigkeit
- 5.4. Touristische Nutzung des Raumes
  - 5.4.1. Die Besucherströme und die Stätten des Kulturtourismus
  - 5.4.2. Allgemeine Muster der touristischen Mobilität und Raumnutzung
  - 5.4.3. Tourismus und Kulturerbestätten: Auswirkungen und Probleme der Touristenströme
- 5.5. Die Herausforderungen des Raummanagements
  - 5.5.1. Strategien zur Diversifizierung der touristischen Nutzung des Raums
  - 5.5.2. Maßnahmen zur Steuerung der touristischen Nachfrage
  - 5.5.3. Aufwertung des Kulturerbes und Kontrolle der Zugänglichkeit
  - 5.5.4. Besuchermanagement in Kulturerbestätten mit komplexen Besuchsmodellen. Fallstudien

- 5.6. Kulturtouristisches Produkt
  - 5.6.1. Stadt- und Kulturtourismus
  - 5.6.2. Kultur und Tourismus
  - 5.6.3. Veränderungen auf dem Kulturreisemarkt
- 5.7. Politik zur Erhaltung des kulturellen Erbes
  - 5.7.1. Bewahrung vs. Ausbeutung des Kulturerbes
  - 5.7.2. Internationale Normen
  - 5.7.3. Erhaltungspolitik
- 5.8. Verwaltung der kulturellen Ressourcen im Tourismusgebiet
  - 5.8.1. Förderung und Verwaltung des Städtetourismus
  - 5.8.2. Verwaltung des touristischen Erbes
  - 5.8.3. Öffentliches und privates Management
- 5.9. Beschäftigungsfähigkeit im Kulturtourismus
  - 5.9.1. Merkmale zur Beschäftigungsfähigkeit im Kulturtourismus
  - 5.9.2. Forschung und Profile im Kulturtourismus
  - 5.9.3. Der Fremdenführer und die Interpretation des kulturellen Erbes
- 5.10. Fallstudien zu Erfolgsgeschichten bei der Verwaltung des kulturellen Erbes im Bereich des Tourismus
  - 5.10.1. Strategien für die kulturelle und touristische Entwicklung des lokalen Erbes
  - 5.10.2. Das assoziative Management eines öffentlichen Projekts
  - 5.10.3. Die Besucheranalyse als Instrument des Kulturmanagements
  - 5.10.4. Lokale Tourismusförderungspolitik und große kulturelle Attraktionen
  - 5.10.5. Lokale Tourismusplanung und -management in einer Welterbestadt

## Modul 6. Marketing auf dem Kulturmarkt

- 6.1. Kultur außerhalb der Industrie
  - 6.1.1. Marketing auf dem Kulturmarkt
    - 6.1.1.1. Das Umfeld der Kultur- und Kreativwirtschaft: Der Platz der kulturellen Organisationen in der Gesellschaft
    - 6.1.1.2. Die globalen wirtschaftlichen Auswirkungen der Kultur- und Kreativwirtschaft
  - 6.1.2. Kulturelles Erbe und darstellende Künste
    - 6.1.2.1. Kulturelles Erbe und die darstellenden Künste in der Gesellschaft
    - 6.1.2.2. Kulturelles Erbe und darstellende Künste in den Medien

- 6.2. Kulturindustrie
  - 6.2.1. Das Konzept der Kulturindustrie
    - 6.2.1.1. Die Verlagsbranche
    - 6.2.1.2. Die Musikindustrie
    - 6.2.1.3. Die Filmindustrie
- 6.3. Journalismus und Kunst
  - 6.3.1. Neue und alte Formen der Kommunikation
    - 6.3.1.1. Anfänge und Entwicklung der Kunst in den Medien
    - 6.3.1.2. Neue Formen der Kommunikation und des Schreibens
- 6.4. Kultur in der digitalen Welt
  - 6.4.1. Kultur in der digitalen Welt
  - 6.4.2. Die Omnipräsenz des Visuellen. Kontroversen im digitalen Zeitalter
  - 6.4.3. Die Übertragung von Informationen durch Videospiele
  - 6.4.4. Kollaborative Kunst
- 6.5. Die Medienstruktur
  - 6.5.1. Der audiovisuelle Sektor und die Presse
    - 6.5.1.1. Der Einfluss der großen Medienkonzerne auf die Kultur
    - 6.5.1.2. Live-Plattformen, eine Herausforderung für die herkömmlichen Medien
  - 6.5.2. Der Sektor Kulturjournalismus
    - 6.5.2.1. Der Kulturmarkt in einer globalen Welt. Auf dem Weg zur Homogenisierung oder Diversifizierung?
- 6.6. Einführung in das Marketing
  - 6.6.1. Die 4 P's
    - 6.6.1.1. Marketing-Grundlagen
    - 6.6.1.2. Der Marketing-Mix
    - 6.6.1.3. Die Notwendigkeit (oder Nichtnotwendigkeit) von Marketing auf dem Kulturmarkt
  - 6.6.2. Marketing und Konsumverhalten
    - 6.6.2.1. Der Konsum von Kultur
    - 6.6.2.2. Qualität als übergreifender Faktor bei Informationsprodukten



- 6.7. Marketing und Wert: Kunst um der Kunst willen, Kunst innerhalb ideologischer Agenden und Kunst als Marktprodukt
  - 6.7.1. Kunst um der Kunst willen
    - 6.7.1.1. Die Kunst der Massen. Die Homogenität der Kunst und ihr Wert
    - 6.7.1.2. Wird Kunst für die Medien geschaffen, oder vermitteln die Medien Kunst?
  - 6.7.2. Kunst im Rahmen ideologischer Programme
    - 6.7.2.1. Kunst, Politik und Aktivismus
    - 6.7.2.2. Grundlegende Symbolik in der Kunst
  - 6.7.3. Kunst als Marktprodukt
    - 6.7.3.1. Kunst in der Werbung
    - 6.7.3.2. Kulturmanagement für eine erfolgreiche Entwicklung des Werkes
- 6.8. Marketing der wichtigsten Kulturindustrien
  - 6.8.1. Aktuelle Trends in den wichtigsten Kulturindustrien
    - 6.8.1.1. Die in den Unternehmen vertretenen Bedürfnisse der Verbraucher
    - 6.8.1.2. Erfolgreiche Kulturprodukte in den Medien
- 6.9. Forschung als zentrales Marketinginstrument
  - 6.9.1. Erhebung von Markt- und Verbraucherdaten
    - 6.9.1.1. Differenzierung gegenüber der Konkurrenz
    - 6.9.1.2. Andere Forschungsstrategien
- 6.10. Die Zukunft des Kulturmarketings
  - 6.10.1. Die Zukunft des Kulturmarketings
    - 6.10.1.1. Trends im Kulturmarketing
    - 6.10.1.2. Die Kulturprodukte mit dem größten Marktpotenzial

## Modul 7. Produktion und Leitung im Kulturmanagement

- 7.1. Instrumente zur Verwaltung von Kulturorganisationen I
  - 7.1.1. Kulturmanagement
  - 7.1.2. Klassifizierung von Kulturprodukten
  - 7.1.3. Ziele des Kulturmanagements
- 7.2. Instrumente zur Verwaltung von Kulturorganisationen II
  - 7.2.1. Kulturelle Organisationen
  - 7.2.2. Typologie
  - 7.2.3. UNESCO

- 7.3. Sammeln und Mäzenatentum
  - 7.3.1. Die Kunst des Sammelns
  - 7.3.2. Die Entwicklung der Sammelleidenschaft im Laufe der Geschichte
  - 7.3.3. Arten von Sammlungen
- 7.4. Die Rolle der Stiftungen
  - 7.4.1. Was sind Stiftungen?
  - 7.4.2. Vereinigungen und Stiftungen
    - 7.4.2.1. Unterschiede
    - 7.4.2.2. Gemeinsamkeiten
  - 7.4.3. Beispiele für Kulturstiftungen weltweit
- 7.5. Kulturelle Entwicklung in Organisationen des dritten Sektors
  - 7.5.1. Was sind Organisationen des dritten Sektors?
  - 7.5.2. Die Rolle der Organisationen des dritten Sektors in der Gesellschaft
  - 7.5.3. Netzwerke
- 7.6. Öffentliche Institutionen und Einrichtungen
  - 7.6.1. Organisationsmodell der Kulturpolitik in Europa
  - 7.6.2. Die wichtigsten öffentlichen Einrichtungen in Europa
  - 7.6.3. Kulturelles Handeln der europäischen internationalen Organisationen
- 7.7. Das kulturelle Erbe
  - 7.7.1. Kultur als Markenzeichen eines Landes
  - 7.7.2. Kulturpolitische Maßnahmen
    - 7.7.2.1. Institutionen
    - 7.7.2.2. Zahlen
  - 7.7.3. Die Kultur als Erbe der Menschheit
- 7.8. Verbreitung des kulturellen Erbes
  - 7.8.1. Was ist kulturelles Erbe?
  - 7.8.2. Öffentliche Verwaltung
  - 7.8.3. Private Verwaltung
  - 7.8.4. Koordinierte Verwaltung

- 7.9. Erstellung und Verwaltung von Projekten
  - 7.9.1. Was ist die Schaffung und Verwaltung von Projekten?
  - 7.9.2. Produktionen
    - 7.9.2.1. Öffentliches
    - 7.9.2.2. Privat
    - 7.9.2.3. Koproduktionen
    - 7.9.2.4. Sonstiges
  - 7.9.3. Planung des Kulturmanagements
- 7.10. Kunst, Wirtschaft und Gesellschaft
  - 7.10.1. Der dritte Sektor als gesellschaftliche Chance
  - 7.10.2. Soziales Engagement von Unternehmen durch verschiedene Kunstarten
    - 7.10.2.1. Investition
    - 7.10.2.2. Rentabilität
    - 7.10.2.3. Promotion
    - 7.10.2.4. Gewinn
  - 7.10.3. Kunst als Integration und Transformation der Gesellschaft
  - 7.10.4. Theater als soziale Chance
  - 7.10.5. Festivals mit Bürgerbeteiligung

## Modul 8. Technologie und Design zur Kulturförderung

- 8.1. Die Bedeutung des Images heute
  - 8.1.1. MTV
    - 8.1.1.1. Das Aufkommen von MTV
    - 8.1.1.2. Videoclip
  - 8.1.2. Von MTV zu YouTube
  - 8.1.3. Altes Marketing vs. Digitales Zeitalter
- 8.2. Erstellung Inhalten
  - 8.2.1. Dramatische Kernüberzeugung
    - 8.2.1.1. Ziel der Inszenierung
    - 8.2.1.2. Ästhetisch-stilistische Strategie
    - 8.2.1.3. Der Übergang vom Theater zu den übrigen Künsten
  - 8.2.2. *Target* weltweiten Konsumverhaltens
  - 8.2.3. Erstellung von Inhalten
    - 8.2.3.1. *Flyer*
    - 8.2.3.2. *Teaser*
    - 8.2.3.3. Soziale Netzwerke
  - 8.2.4. Verbreitungsmedien
- 8.3. Grafikdesigner und *Community Manager*
  - 8.3.1. Meeting-Phasen
  - 8.3.2. Warum ist ein Grafikdesigner notwendig?
  - 8.3.3. Die Rolle des *Community Manager*
- 8.4. Einbindung von Urhebern in konventionelle Anzeigemedien
  - 8.4.1. Einbindung von IKT
    - 8.4.1.1. Persönlicher Bereich
    - 8.4.1.2. Beruflicher Bereich
  - 8.4.2. Hinzufügung von DJ und VJ
    - 8.4.2.1. Einsatz von DJ und VJ bei Aufführungen
    - 8.4.2.2. Einsatz von DJ und VJ im Theater
    - 8.4.2.3. Einsatz von DJ und VJ im Tanz
    - 8.4.2.4. Einsatz von DJ und VJ bei Events
    - 8.4.2.5. Einsatz von DJ und VJ bei Sportveranstaltungen
  - 8.4.3. Illustratoren in Echtzeit
    - 8.4.3.1. Arena
    - 8.4.3.2. Zeichnung
    - 8.4.3.3. Transparenz
    - 8.4.3.4. Visuelles Geschichtenerzählen
- 8.5. IKT für die Bühne und Kreation I
  - 8.5.1. Videoprojektion, *Videowall*, *Videosplitting*
    - 8.5.1.1. Unterschiede
    - 8.5.1.2. Entwicklung
    - 8.5.1.3. Von der Glühbirne zum Laserleuchtstoff
  - 8.5.2. Die Verwendung von Software in Shows
    - 8.5.2.1. Was wird verwendet?
    - 8.5.2.2. Warum werden sie verwendet?
    - 8.5.2.3. Wie unterstützen sie Kreativität und Darstellung?

- 8.5.3. Technisches und künstlerisches Personal
  - 8.5.3.1. Rollen
  - 8.5.3.2. Verwaltung
- 8.6. IKT für die Bühne und Kreation II
  - 8.6.1. Interaktive Technologien
    - 8.6.1.1. Warum werden sie verwendet?
    - 8.6.1.2. Vorteile
    - 8.6.1.3. Nachteile
  - 8.6.2. AR
  - 8.6.3. VR
  - 8.6.4. 360°
- 8.7. IKT für die Bühne und Kreation III
  - 8.7.1. Möglichkeiten des Informationsaustauschs
    - 8.7.1.1. Drop Box
    - 8.7.1.2. Drive
    - 8.7.1.3. iCloud
    - 8.7.1.4. WeTransfer
  - 8.7.2. Soziale Medien und deren Verbreitung
  - 8.7.3. Einsatz von IKT bei Live-Auftritten
- 8.8. Musterstütze
  - 8.8.1. Konventionelle Stützen
    - 8.8.1.1. Was sind sie?
    - 8.8.1.2. Welche sind bekannt?
    - 8.8.1.3. Kleines Format
    - 8.8.1.4. Großes Format
  - 8.8.2. Nichtkonventionelle Stützen
    - 8.8.2.1. Was sind sie?
    - 8.8.2.2. Welche sind sie?
    - 8.8.2.3. Wo und wie können sie eingesetzt werden?
  - 8.8.3. Beispiele

- 8.9. Unternehmensveranstaltungen
  - 8.9.1. Unternehmensveranstaltungen
    - 8.9.1.1. Was sind sie?
    - 8.9.1.2. Wonach sucht man?
  - 8.9.2. Die konkrete Überprüfung von 5W+1H für Unternehmen
  - 8.9.3. Die am häufigsten verwendeten Stützen
- 8.10. Audiovisuelle Produktion
  - 8.10.1. Audiovisuelle Ressourcen
    - 8.10.1.1. Ressourcen in Museen
    - 8.10.1.2. Ressourcen auf der Bühne
    - 8.10.1.3. Ressourcen bei Veranstaltungen
  - 8.10.2. Typen von Plänen
  - 8.10.3. Entstehung von Projekten
  - 8.10.4. Die Phasen des Prozesses

## Modul 9. Gestaltung von kulturellen Veranstaltungen

- 9.1. Projektmanagement
  - 9.1.1. Sammeln von Informationen, Starten eines Projekts: Was sollen wir tun?
  - 9.1.2. Untersuchung möglicher Standorte
  - 9.1.3. Vor- und Nachteile der gewählten Optionen
- 9.2. Forschungstechniken. *Design Thinking*
  - 9.2.1. Gruppen von Interessenvertretern
  - 9.2.2. *Focus Group*
  - 9.2.3. *Benchmarking*
- 9.3. Erlebnisorientierte *Design Thinking*
  - 9.3.1. Kognitive Vertiefung
  - 9.3.2. Verdeckte Beobachtung
  - 9.3.3. *World Café*
- 9.4. Definition des Zielpublikums
  - 9.4.1. An wen richtet sich die Veranstaltung?
  - 9.4.2. Warum machen wir diese Veranstaltung?
  - 9.4.3. Was ist der Zweck der Veranstaltung?

- 9.5. Tendenzen
  - 9.5.1. Neue Trends in der Inszenierung
  - 9.5.2. Digitale Inputs
  - 9.5.3. Immersive und erlebnisorientierte Veranstaltungen
- 9.6. Personalisierung und Raumgestaltung
  - 9.6.1. Anpassung des Raums an die Marke
  - 9.6.2. *Branding*
  - 9.6.3. Markenhandbuch
- 9.7. Erlebnisorientiertes Marketing
  - 9.7.1. Die Erfahrung leben
  - 9.7.2. Immersives Ereignis
  - 9.7.3. Die Erinnerung fördern
- 9.8. Beschilderung
  - 9.8.1. Beschilderungstechniken
  - 9.8.2. Die Vision des Begleiters
  - 9.8.3. Kohärenz der Geschichte. Veranstaltung mit Beschilderung
- 9.9. Die Veranstaltungsorte
  - 9.9.1. Studien über mögliche Veranstaltungsorte. Die 5 Warum?
  - 9.9.2. Wahl des Veranstaltungsortes je nach Veranstaltung
  - 9.9.3. Kriterien für die Auswahl
- 9.10. Vorgeschlagene Inszenierung. Arten von Veranstaltungsorten
  - 9.10.1. Vorschläge für neue Aufführungsorte
  - 9.10.2. Priorisierung der Nähe zum Redner
  - 9.10.3. Szenarien im Zusammenhang mit Interaktion

## Modul 10. Planung kultureller Veranstaltungen

- 10.1. *Timing* und Programmorganisation
  - 10.1.1. Verfügbare Zeit für die Veranstaltungsorganisation
  - 10.1.2. Dauer der Veranstaltung
  - 10.1.3. Aktivitäten der Veranstaltung
- 10.2. Organisation der Räume
  - 10.2.1. Voraussichtliche Anzahl der Teilnehmer
  - 10.2.2. Anzahl der gleichzeitig genutzten Räume
  - 10.2.3. Saalformate
- 10.3. Redner und Gäste
  - 10.3.1. Auswahl der Sprecher
  - 10.3.2. Kontakt und Bestätigung der Redner
  - 10.3.3. Verwaltung der Anwesenheit der Redner
- 10.4. Protokoll
  - 10.4.1. Bandbreite der eingeladenen Persönlichkeiten
  - 10.4.2. Bestimmung des Vorsitzes
  - 10.4.3. Organisation der Parlamente
- 10.5. Sicherheit
  - 10.5.1. Zugangskontrolle: Standpunkt der Sicherheit
  - 10.5.2. Koordinierung mit dem FCSE
  - 10.5.3. Interne Kontrolle der Räumlichkeiten
- 10.6. Notfälle
  - 10.6.1. Evakuierungsplan
  - 10.6.2. Bedarfsanalyse für Notfälle
  - 10.6.3. Einrichtung einer medizinischen Beratungsstelle
- 10.7. Fähigkeiten
  - 10.7.1. Bewertung der Kapazität
  - 10.7.2. Verteilung der Teilnehmer am Veranstaltungsort
  - 10.7.3. Maximale Kapazitäten und zu treffende Entscheidungen



- 10.8. Zugänge
  - 10.8.1. Studie über die Anzahl der Zugänge
  - 10.8.2. Kapazität der einzelnen Zugänge
  - 10.8.3. Berechnung des *Timing* für Ein- und Ausgang an jedem Zugangspunkt
- 10.9. Transport
  - 10.9.1. Bewertung der Transportmöglichkeiten
  - 10.9.2. Verkehrsanbindung
  - 10.9.3. Eigene oder öffentliche Verkehrsmittel. Pro und Kontra
- 10.10. Standorte
  - 10.10.1. Wie viele Standorte hat die Veranstaltung?
  - 10.10.2. Wo befinden sie sich?
  - 10.10.3. Einfacher Zugang zu den Veranstaltungsorten

“*Ein konzipiertes Progam, das Sie mit den neuesten interaktiven Technologien vertraut macht, die derzeit bei kulturellen Veranstaltungen eingesetzt werden*”

05

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"*



*Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.*





*Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.*

### Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

**“** *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Fakultäten für Geisteswissenschaften der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



#### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



#### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



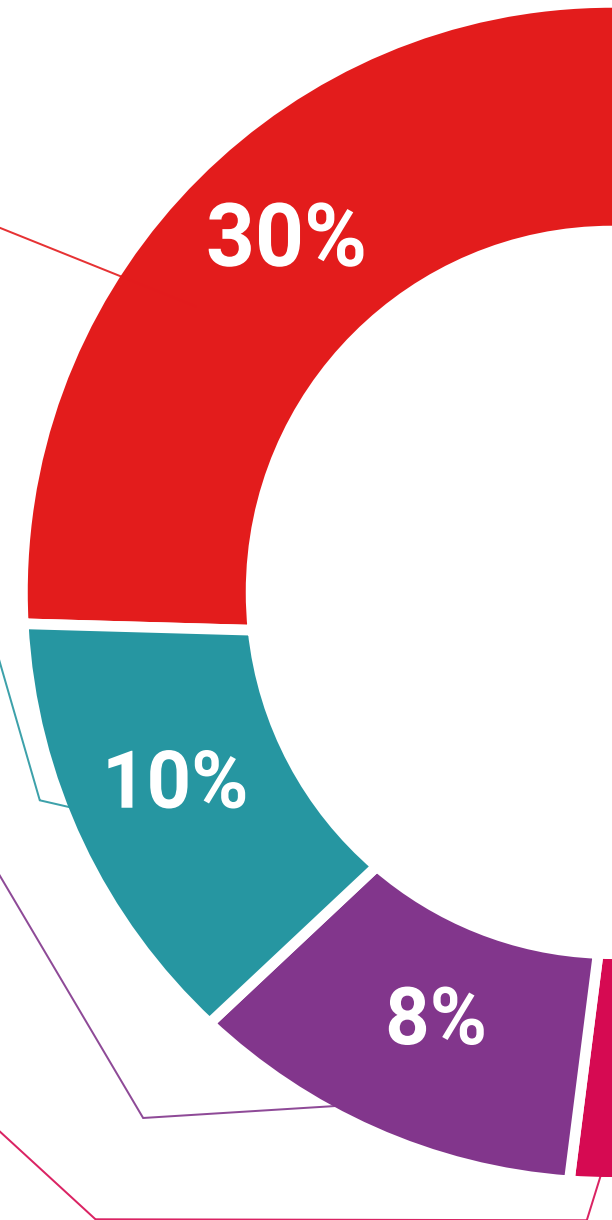
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





#### Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



#### Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



#### Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



06

# Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Kulturmanagement garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Privater Masterstudiengang in Kulturmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Privater Masterstudiengang in Kulturmanagement**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung inno  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

## Privater Masterstudiengang Kulturmanagement

- » Modalität: Online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: Online

# Privater Masterstudiengang Kulturmanagement

