

CURRICULUM

Name des Studiums	Universitätslehrgang Kulturmanagement
Programme Name	Master of Arts (Continuing Education) in Cultural Management
Abkürzung	ULG Kulturmanagement
Abbreviation	
Umfang/Dauer	120 ECTS Credits/ 4 Semester
Credits/Duration	
Unterrichtssprache	Deutsch
Language of Tuition	German

Beschluss des Universitätskollegiums vom 15. Jänner 2003, nicht untersagt vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 19. März 2003, GZ 52.308/3-VII/6/2002.

Beschluss des Universitätskollegiums vom 15. Oktober 2003, nicht untersagt mit Schreiben des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur vom 22. Dezember 2003, GZ 52.308/97-VII/6/2003.

Beschluss des entscheidungsbefugten Kollegialorganes für die Doktoratsstudien vom 10. Oktober 2005; genehmigt mit Beschluss des Senats vom 19. Oktober 2005

Beschluss des entscheidungsbefugten Kollegialorganes für den Bereich Doktoratsstudium und individuelle Diplomstudien vom 11. März 2009; genehmigt mit Beschluss des Senats vom 22. April 2009

Beschluss des entscheidungsbefugten Kollegialorganes für den Bereich Doktoratsstudium und individuelle Diplomstudien vom 6. Mai 2011; genehmigt mit Beschluss des Senats vom 19. Jänner 2012

Beschluss des entscheidungsbefugten Kollegialorganes für den Bereich Doktoratsstudium und individuelle Diplomstudien vom 1. März 2017; genehmigt mit Beschluss des Senats vom 17. März 2017

Neuerlassung mit Beschluss der Studienkommission für den Bereich Doctor of Philosophy – Doktoratsstudium vom 23. Februar 2023 auf Grund des § 56 Abs 2 Universitätsgesetz 2002 (UG), BGBl Nr 120/2002 idgF; nicht untersagt durch das Rektorat mit Beschluss vom 21. März 2023; genehmigt mit Beschluss des Senats vom 23. März 2023, mdw-Mitteilungsblatt 12. Stück vom 5. April 2023.

§ 1. Qualifikationsprofil

(1) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement, der als außerordentliches Masterstudium gemäß § 56 Abs 2 UG eingerichtet ist, versetzt die Teilnehmer_innen in die Lage, den Kunst- und Kulturbetrieb transdisziplinär zu denken und im kooperativen Handeln neu zu gestalten. Die Teilnehmer_innen erhalten neben breit ausgerichteten theoretischen Impulsen unterschiedliche Einblicke in die internationale kulturmanageriale Praxis und werden dadurch befähigt, sich als Kulturmanager_innen zu positionieren und nachdrücklich für die Relevanz von Kunst und Kultur in der Gesellschaft einzutreten.

(2) Durch die Vermittlung aktueller wissenschaftlicher und berufspraktischer Erkenntnisse, deren Reflexion und begleitete Anwendung im Rahmen von Projekten erfolgt eine Qualifizierung auf postgradualen Niveau für das Management im Kulturbereich. Diese legt die Basis für eine nachhaltig wirkungsvolle Betriebsführung in Kultur- und Kunstbetrieben, Kulturprojekten und größeren Kulturorganisationen sowie in einschlägigen Bereichen der öffentlichen Verwaltung und der Privatwirtschaft.

(3) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement verbindet eine breite Themen- und Disziplinenvielfalt mit einer heterogenen Zusammensetzung von Teilnehmer_innen, Unterrichtenden und Gästen zu einem Labor, das zum Wissens- und Ideenaustausch, Ausprobieren und Umsetzen anregt und zum Aufbau eines spartenübergreifenden Netzwerkes beiträgt. Die inter- und transdisziplinäre Arbeit im Labor schärft den Blick für (Un-)Gleichheitsaspekte und Diversität und fördert die kommunikativen Kompetenzen der Teilnehmer_innen, so dass sie den sich verändernden gesellschaftlichen Realitäten wirkungsvoll begegnen können. Darüber hinaus entwickeln die Teilnehmer_innen Kompetenzen im kritischen Methoden-Denken als Fähigkeit, wissenschaftliche Erkenntnisse lesen, nachvollziehen und nutzen zu können, sowie Kompetenzen im sinnvollen Umgang mit digitalen Medien und deren Einsatz im Kulturmanagement.

(4) Absolvent_innen sind in der Lage, komplexe Situationen im Kultursektor analytisch zu erfassen. Sie haben Einblicke in die aktuellen kulturmanagerialen Herausforderungen und Lösungsansätze in unterschiedlichen Kunstsparten sowie im interdisziplinären Arbeiten gewonnen und können innovative Konzepte für diese Bereiche entwickeln. Sie wissen um die unterschiedlichen Akteur_innen im Kulturbetrieb und können als Schnittstellenmanager_innen zwischen diesen vermitteln.

§ 2. Zielgruppe

(1) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement richtet sich an Menschen jeden Alters, die bereits im Kulturbereich tätig sind oder waren und die ihr Wissen über den Kulturbetrieb erhöhen möchten, die zusätzliche Werkzeuge kennen lernen und sich ein spartenübergreifendes Netzwerk aufbauen möchten und die darüber hinaus einen Raum für Austausch und (Selbst-)Reflexion suchen.

(2) Die Teilnehmer_innenzahl wird auf 24 Personen pro Jahrgang beschränkt.

§ 3. Dauer und Gliederung des Lehrgangs

(1) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement umfasst 36 Semesterwochenstunden und 120 ECTS Credits. Er dauert vier Semester. Bis zu vier Verlängerungssemester ohne Teilnahmeberechtigung an Lehrveranstaltungen sind zum Schreiben der Masterarbeit und zum Ablegen der Abschlussprüfung möglich.

(2) Aus pädagogischen und organisatorischen Gründen wird der Unterricht in Blockform abgehalten, wodurch die Teilnahmemöglichkeiten von Berufstätigen berücksichtigt werden können.

§ 4. Zulassungsvoraussetzungen

(1) Voraussetzung für die Zulassung ist der Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums mit mindestens 180 ECTS Credits oder eines anderen fachlich in Frage kommenden Studiums mindestens desselben hochschulischen Bildungsniveaus an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung und eine mehrjährige einschlägige Berufserfahrung.

(2) Da es sich um einen Universitätslehrgang handelt, in dem neben Praxisorientierung und interdisziplinärem Austausch die Theoriereflexion eine wesentliche Rolle spielt, werden Deutschkenntnisse im Mindestmaß des B2-Niveaus vorausgesetzt. Diese werden im Rahmen der Zulassungsprüfung überprüft.

(3) Die Teilnahme ist ferner von der Einzahlung des Lehrgangsbeitrags sowie sonstiger nach dem Bundesgesetz über die Vertretung der Studierenden (Hochschülerinnen- und Hochschülerschaftsgesetz 2014 – HSG 2014) zu entrichtender Gebühren und Beiträge abhängig.

§ 5. Zulassungsprüfung

(1) Über das Bestehen der Zulassungsprüfung entscheidet die Zulassungsprüfungskommission, die von der Studiendirektorin oder vom Studiendirektor auf Vorschlag der Lehrgangsleitung bestellt wird. Die Lehrgangsleitung ist, sofern sie nicht ohnehin Teil der Zulassungsprüfungskommission ist, vor der Zulassungsprüfung jedenfalls anzuhören.

(2) Die Zulassungsprüfung gliedert sich in

- (a) die Bewertung eines von der Bewerberin_von dem Bewerber verfassten Positionspapiers zu Fragestellungen aus dem Kulturmanagement,
- (b) ein vom Bewerber_von der Bewerberin zu präsentierendes, im Vorfeld ausgearbeitetes Fallbeispiel und
- (c) ein Aufnahmegespräch, in dem die Passgenauigkeit der Erwartungen der Bewerber_innen mit dem Angebot des Universitätslehrgangs Kulturmanagement abgeglichen werden und die Eignung der Bewerber_innen für den Lehrgangsbesuch festgestellt wird.

(3) Zu den Teilen (b) und (c) kann nur zugelassen werden, wer Teil (a) besteht.

§ 6. Lehrveranstaltungen

(1) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement beinhaltet Pflichtfächer im Ausmaß von 35 SWS / 93 ECTS Credits und ein Wahlfach im Ausmaß von 1 SWS / 3,0 ECTS Credits.

(2) Die Lehrveranstaltungen sind acht Studienbereichen zugeordnet:

- Kulturmanagement
- Management
- Kunst, Kultur und Öffentlichkeit
- Soft Skills im Management
- Rechtsfragen im Kulturmanagement
- Projekt
- Wahlpflicht
- Masterarbeit

(3) Lehrveranstaltungsinhalte sind unterrichtsorganisatorisch in themenorientierten Blöcken zusammenzufassen, deren Abfolge und Gestaltung den spezifischen Gegebenheiten des Kulturbereiches, seinen interdisziplinären Erfordernissen und aktuellen Entwicklungen Rechnung tragen. Der Form nach sind die einzelnen Studienbereiche durch ein bestimmtes Verhältnis von wissensvermittelnden (Vorlesung-VO, Vorlesung-Übung-VU, Proseminar-PS) und wissensverarbeitenden (Seminar-SE) bzw. wissensanwendenden (Übung-UE, Konversatorium-KO, Projekt-PJ) Elementen gekennzeichnet.

Universitätslehrgang Kulturmanagement - Lehrveranstaltungsübersicht

Studienbereich Kulturmanagement

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Theorie des Kulturmanagements und der Kulturbetriebslehre	VO	24	1	1	2,75	2,75	2,75	2,75			
Kulturmanager_innen im Praxisblick 1,2	KO	24	1	2	2	4	4	2	2		
Kulturmanagement in der Darstellenden Kunst	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5			1,5	
Kulturmanagement in der Bildenden Kunst	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5			1,5	
Kulturmanagement in der Musik	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5			1,5	
Kulturmanagement in der Film- und Medienkunst	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5				1,5
Kulturmanagement in der Literatur	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5				1,5
Kulturmanagement - transdisziplinär	KO	24	1	1	1,5	1,5	1,5				1,5
Summe				9		15,75	15,75	4,75	2	4,5	4,5

Studienbereich Management

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Grundlagen der BWL	SE	24	1	1	4	4	4	4			
Projektmanagement	SE	24	1	1	2	2	2		2		
Marketing	SE	24	1	1	3	3	3		3		
Rechnungswesen & Controlling	SE	24	1	1	3	3	3		3		
Öffentlichkeitsarbeit & PR	SE	24	0,5	0,5	1,5	1,5	1,5			1,5	
Digital Marketing	SE	24	0,5	0,5	1,5	1,5	1,5			1,5	
Finanzierung	SE	24	0,5	0,5	1,5	1,5	1,5			1,5	
Summe				5,5		16,5	16,5	4	8	4,5	0

Studienbereich Kunst, Kultur und Öffentlichkeit

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Kulturökonomie	PS	24	1	1	2	2	2	2			
Kulturpolitik	PS	24	1	1	2	2	2	2			
Kulturökonomie & -politik	SE	24	0,5	0,5	2	2	2		2		
Kultursozio-logie	VO	24	1	1	2,75	2,75	2,75	2,75			
Kulturtheorie & Ästhetik	PS	24	1	1	2	2	2		2		

Kulturtheorie & Ästhetik	SE	24	1	1	3	3	3			3	
Kunst, Kultur & Publikum 1	PS	24	1	1	2	2	2	2			
Kunst, Kultur & Publikum 2	SE	24	1	1	3	3	3		3		
Kunst, Kultur & Publikum 3	SE	24	0,5	0,5	1,5	1,5	1,5			1,5	
Summe				8		20,25	20,25	8,75	7	4,5	0

Studienbereich Soft Skills im Management

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Kommunikation & Präsentation	UE	24	1,25	1,25	2	2	2	2			
Teamarbeit & Konfliktmanagement	UE	24	1	1	1,5	1,5	1,5		1,5		
Mitarbeiter_innenführung	UE	24	1	1	1,5	1,5	1,5			1,5	
Change Management	UE	24	1	1	1,5	1,5	1,5				1,5
Summe				4,25		6,5	6,5	2	1,5	1,5	1,5

Studienbereich Rechtsfragen im Kulturmanagement

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Rechtsfragen im Kulturmanagement 1-3	VU	24	1	3	2,5	7,5	7,5	2,5	2,5	2,5	
Summe				3		7,5	7,5	2,5	2,5	2,5	0

Projektbereich

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Praxis-Projekte 1-3	PJ	24	1	3	5	15	15		5	5	5
Summe				3		15	15	0	5	5	5

Wahlpflichtbereich

LV-Titel	Art	Grup- pen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Lehrveranstaltungen zur Wahl im Ausmaß von 3 ECTS laut Auflistung							3				3
Arts Entrepreneurship	SE	24	1	1	3	3					
Internationale Kulturpolitik	SE	24	1	1	3	3					
Methodenkompetenz in Praxis und Forschung	SE	24	1	1	3	3					
Summe				1		3	3	0	0	0	3

Masterarbeitsbereich

LV-Titel	Art	Gruppen- größe	SWS	SWS ge- samt	ECTS	ECTS ge- samt	ECTS Pflicht	Semesterempfehlung in ECTS Credits			
								I	II	III	IV
Schreibwerkstatt 1-3	UE	24	0,5	1,5	2	6	6	2	2	2	
Schreibwerkstatt 4	UE	24	0,75	0,75	2,5	2,5	2,5				2,5
Masterarbeit						23	23	6	2	5,5	9,5
Kommissionelle Abschlussprüfung						4	4				4
Summe				2,25		35,5	35,5	8	4	7,5	16

Gesamtsumme Studium	SWS	ECTS	Pflicht	I	II	III	IV
	36	120	120	30	30	30	30

§ 7. Didaktische Prinzipien

(1) Die Lehrenden wissen die Expertise der bereits berufserfahrenen Teilnehmer_innen zu schätzen und nutzen sie für den Unterricht. Das Lernen beruht auf Wechselseitigkeit. Es ist geprägt von Fairness und geschieht auf Augenhöhe.

(2) Der Universitätslehrgang Kulturmanagement bietet Raum für die kreative Gestaltung der Eigenbeiträge der Teilnehmer_innen. Künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten werden daher als gleichwertig mit wissenschaftlichen Arbeiten gesehen. Die Teilnehmer_innen werden ermutigt, bei den in den Lehrveranstaltungen zu erbringenden Eigenleistungen neue Formate der mündlichen, schriftlichen und künstlerischen Präsentation auszuprobieren.

(3) Die Teilnehmer_innen werden bei ihren visionären Aktivitäten unterstützt und zum Handeln ermutigt. Sie werden darin bestärkt, den Kulturbereich und ihr eigenes Tun darin kritisch zu hinterfragen.

§ 8. Prüfungsordnung

Es wird folgende Prüfungsordnung festgelegt:

§ 8a. Lehrveranstaltungsprüfungen

Lehrveranstaltungs- art	Kriterien für Erfolgsbeurteilung	Art der Erfolgs- beurteilung
a.) Vorlesung (VO)	Beurteilung des Erfolgs mittels einer mündlichen oder schriftlichen Überprüfung	Benotung
b.) Vorlesung-Übung (VU)	Beurteilung des Erfolgs mittels der eigenen Anwendungsbeiträge der Teilnehmer_innen sowie einer mündlichen oder schriftlichen Überprüfung	Benotung
c.) Proseminar (PS)	Beurteilung des Erfolgs auf Basis der Anwesenheit von mind. zwei Dritteln und eigenen Anwendungsbeiträgen der Teilnehmer_innen	Bestätigung der erfolgreichen Teilnahme
d.) Seminar (SE)	Beurteilung des Erfolgs auf Basis der Anwesenheit von mind. zwei Dritteln und wissensverarbeitenden mündlichen und schriftlichen Aufgaben (Seminararbeiten)	Benotung
e.) Übung (UE)	Beurteilung des Erfolgs auf Basis der Anwesenheit von mind. zwei Dritteln und eigenen mündlichen und schriftlichen Beiträgen der Teilnehmer_innen	Bestätigung der erfolgreichen Teilnahme

f.) Projekt (PJ)	Beurteilung des Erfolgs auf Basis der Anwesenheit von mind. zwei Dritteln und wissensverarbeitenden, mündlichen und schriftlichen Aufgaben (Konzept, Dokumentation, Analyse)	Benotung
g.) Konversatorium (KO)	Beurteilung des Erfolgs auf Basis der Anwesenheit von mind. zwei Dritteln und eigenen mündlichen und schriftlichen Beiträgen der Teilnehmer_innen	Bestätigung der erfolgreichen Teilnahme

Die erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen bzw. deren positive Beurteilung wird individuell von den jeweiligen Leiter_innen dieser Lehrveranstaltungen festgestellt.

§ 8b. Masterarbeit

(1) Für den Abschluss des Universitätslehrgangs Kulturmanagement ist eine wissenschaftliche Masterarbeit zu verfassen.

(2) Das Thema der Masterarbeit ist aus einem oder mehreren Studienbereichen des Lehrgangs zu wählen und ebenso wie die Betreuerin_der Betreuer von der Studiendekanin_vom Studiendekan für wissenschaftliche Studien zu genehmigen. Die Studierenden können hierzu eine Betreuerin_einen Betreuer vorschlagen.

(3) Die im mdw-Satzungsteil Studienrecht festgelegten Regelungen zur Betreuung und Beurteilung von Diplom- und Masterarbeiten sind zu beachten. Nähere Erläuterungen zur Gestaltung der Abschlussarbeit erlässt das Institut für Kulturmanagement und Gender Studies (IKM).

(4) Thema und Beurteilung der Masterarbeit sowie die Durchschnittsnote der Lehrveranstaltungen sind auf dem Abschlusszeugnis auszuweisen.

§ 8c. Abschlussprüfung

(1) Voraussetzungen für den Antritt zur Abschlussprüfung sind

- a) die erfolgreiche Teilnahme an allen Lehrveranstaltungen bzw. deren positive Beurteilung sowie
- b) die positive Beurteilung der schriftlichen Masterarbeit durch die jeweilige Betreuerin_den jeweiligen Betreuer.

(2) Die kommissionelle Abschlussprüfung umfasst die Verteidigung der Masterarbeit und einen allgemeinen Teil, in welchem die Kandidatin_der Kandidat Fachkenntnisse in den drei Themenbereichen „Kulturmanagement“, „Kunst, Kultur und Öffentlichkeit“ sowie „Management“ nachzuweisen hat.

§ 9. Verleihung des akademischen Grades „Master of Arts (Continuing Education)“

(1) Nach positivem Abschluss des Universitätslehrgangs Kulturmanagement ist der Absolventin_dem Absolventen durch die Studiendirektorin_den Studiendirektor der akademische Grad „Master of Arts (Continuing Education)“, abgekürzt „MA (CE)“, zu verleihen.

§ 10. Übergangsbestimmungen

(1) Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Curriculums dem vor Erlassung dieses Curriculums gültigen Curriculum 17W (MBL vom 5. April 2017, 13. Stück) unterstellt waren, sind berechtigt, ihr Studium bis zum 30.9.2029 abzuschließen.

§ 11. In-Kraft-Treten

- (1) Dieses Curriculum ist mit 1.5.2003 in Kraft getreten.
- (2) Die Neuerlassung des Curriculums tritt mit 1.10.2023 in Kraft.

Anhang

Lehrveranstaltungen im Detail

(1) Soweit möglich und thematisch sinnvoll werden in allen Lehrveranstaltungen des Universitätslehrgangs Kulturmanagement internationale good practice Beispiele und aktuelle Forschungsergebnisse einbezogen und Aspekte von Gender & Diversität aufgezeigt und diskutiert. Digitale Medien werden zum einen direkt in die Lehre eingebunden und zum anderen in ihrem Einsatz im Kulturbetrieb veranschaulicht.

Bei der Konzeption und Vorbereitung der Lehrveranstaltungen sind diese vier Querschnittsthemen jeweils mitzudenken und, soweit möglich, in der Lehrveranstaltungsbeschreibung auszuweisen.

(2) Studienbereich Kulturmanagement:

Die Teilnehmer_innen

- kennen die Geschichte und die Theorien des Kulturmanagements und der Kulturbetriebslehre;
- kennen die Entwicklung des Berufsbildes Kulturmanager_in sowie seine Praxis-Breite und Komplexität;
- haben Kulturmanager_innen in unterschiedlichen Kulturbetrieben, Positionen und Sparten sowie deren Selbstverortung erlebt und reflektiert und sind in der Lage, sich selber als Kulturmanager_innen im Kunst- und Kulturbereich zu positionieren;
- kennen Kulturbetriebe unterschiedlicher Größe und Struktur sowie das System des Kulturbetriebs;
- sind in der Lage, komplexe Situationen im Kultursektor analytisch zu erfassen, haben Einblicke in die aktuellen kulturmanagerialen Herausforderungen und Lösungsansätze in unterschiedlichen Kunstsparten sowie im interdisziplinären Arbeiten gewonnen und können innovative Konzepte für diese Bereiche entwickeln;
- wissen um die unterschiedlichen Akteur_innen im Kulturbetrieb und können als Schnittstellenmanager_innen zwischen diesen vermitteln;
- haben bei der Realisierung und Reflexion eines praktischen Projekts im Kulturbereich theoretisches Wissen angewendet und ihre Erfahrungen im Kulturbetrieb vertieft.
- sind sich der gesellschaftspolitischen Verantwortung des Kulturmanagements bewusst, erkennen Erscheinungsformen und Dynamiken von Diskriminierung, haben Gender- und Diversitätskompetenz für die aktive Gestaltung des Kulturbetriebs erworben.

Lehrveranstaltungsinhalte

- Theorie des Kulturmanagements und der Kulturbetriebslehre:
Entwicklung des Faches Kulturmanagement als Arbeitsfeld und akademische Disziplin; Theorie und Methodengebäude der Kulturbetriebslehre (Mikro-, Makro-, Kulturgüterebene); Erfolgsmessung im Kulturbetrieb; Entwicklung einer gender- und diversitätskritischen Perspektive auf den Kulturbetrieb
- Kulturmanager_innen im Praxisblick:
Arbeitsfelder von Kulturmanager_innen im öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Kulturbetrieb sowie als Mikrounternehmer_innen; Exkursionen in Kulturbetriebe unterschiedlicher Größenordnung und Diskussionen mit Gästen; Entwicklung einer gender- und diversitätskritischen Perspektive auf den Kulturbetrieb
- Kulturmanagement in der Darstellenden Kunst:
Spezifika des Bereichs: Akteur_innen, Prozesse, Institutionen, Themen, die verhandelt werden; aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze; Handlungsfelder von Kulturmanager_innen
- Kulturmanagement in der Bildenden Kunst:
Spezifika des Bereichs: Akteur_innen, Prozesse, Institutionen, Themen, die verhandelt werden; aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze; Handlungsfelder von Kulturmanager_innen
- Kulturmanagement in der Musik:
Spezifika des Bereichs: Akteur_innen, Prozesse, Institutionen, Themen, die verhandelt werden; aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze; Handlungsfelder von Kulturmanager_innen
- Kulturmanagement in der Film- und Medienkunst:

Spezifika des Bereichs: Akteur_innen, Prozesse, Institutionen, Themen, die verhandelt werden; aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze; Handlungsfelder von Kulturmanager_innen

- Kulturmanagement in der Literatur:
Spezifika des Bereichs: Akteur_innen, Prozesse, Institutionen, Themen, die verhandelt werden; aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze; Handlungsfelder von Kulturmanager_innen
- Kulturmanagement - transdisziplinär:
inter- und transdisziplinäre Projekte und Initiativen; Kunst, Kultur & Tourismus

(3) Studienbereich Management:

Die Teilnehmer_innen

- besitzen ein begriffliches Grundgerüst betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge und sind in der Lage, allgemeine betriebswirtschaftliche Begriffe und Denkweisen auf den Kunst- und Kulturbereich zu übertragen bzw. für diesen zu adaptieren;
- wissen, was unter Management zu verstehen ist, kennen die Herausforderungen und Instrumente des strategischen Managements und können diese in ihrem Arbeitsbereich anwenden;
- haben ein Grundverständnis für Marketing, Marketingziele und Marketingstrategien sowie einen Überblick über Marketinginstrumente und sind in der Lage, die allgemeinen Begriffe und Denkweisen des Marketings auf den Kunst- und Kulturbereich zu übertragen bzw. für diesen zu adaptieren;
- verstehen die Grundzüge und Basis-Werkzeuge des Projektmanagements und können diese bei der Durchführung eigener Projekte anwenden;
- haben ein Grundverständnis für die Anwendung des betrieblichen Rechnungswesens entwickelt, können einfache Bilanzen lesen, kennen verschiedene Instrumente des Controllings und können diese in ihrem Arbeitsbereich anwenden;
- sind in der Lage, der Öffentlichkeit den Kern ihrer Projekte, Einrichtungen oder Kulturbetriebe sowie deren Anliegen durch unterschiedliche Kanäle zu vermitteln, für diese zu begeistern und Geld für die Umsetzung zu lukrieren.

Lehrveranstaltungsinhalte

- Grundlagen der BWL:
Basiskonzepte der BWL; normatives, strategisches und operatives Management; Businesspläne; Innovation
- Projektmanagement:
Grundzüge des Projektmanagements; Instrumente des Projektmanagements
- Marketing:
Grundbegriffe des Marketings; Ziele strategischen Marketings; Instrumente; Marketing-Mix; Marktforschung
- Rechnungswesen & Controlling:
Grundzüge und Systematik des betrieblichen Rechnungswesens; Grundzüge des Controllings; Instrumente des strategischen und operativen Controllings
- Öffentlichkeitsarbeit & PR:
Presse- und Medienarbeit; Unternehmenskommunikation
- Digital Marketing:
Begriffe des Digital Marketing, Formen und Einsatzmöglichkeiten von Digital Marketing im Kulturbetrieb
- Finanzierung:
Instrumente der Kulturfinanzierung

(4) Studienbereich Kunst, Kultur und Öffentlichkeit:

Die Teilnehmer_innen

- kennen die relevanten Definitionen in Zusammenhang mit Kulturpolitik sowie die Entwicklung von Kulturpolitiken in Österreich und der EU, verstehen den Zusammenhang zwischen Kulturpolitik und Herrschaft, insbesondere in demokratischen Systemen, und wissen um die Bedeutung der kulturpolitischen Rahmenbedingungen für die Arbeit von Kulturmanager_innen;

- kennen die wirtschaftlichen, politischen sowie geschlechterpolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Kunstfeldes und der Cultural and Creative Industries (CCI);
- kennen die historische Entwicklung des Feldes des Kulturschaffens sowie historische und zeitgenössische kunst- und kultursoziologische Ansätze und Diskussionen samt ihren konkreten Anwendungsperspektiven im kulturmanagerialen Tun;
- wissen um die Bedeutung von Kulturtheorien für die Kulturanalyse, die Verortung von Kunst und Kultur in Vergangenheit und Gegenwart sowie für die eigene Wahrnehmung von Kultur und Kunst in der Gegenwart und sind in der Lage, kulturtheoretisches Denken an konkreten Beispielen der Kulturproduktion und des Kulturmanagements anzuwenden;
- haben Grundkenntnisse über ausgewählte Kulturtheorien und Analyseinstrumente ebenso erworben wie Analyse- und Reflexionskompetenz und die Fähigkeit, die Entwicklungen im Kultursektor systematisch in den Kontext soziokultureller Dynamiken zu stellen;
- kennen zentrale Begriffe, Theorien und Frontstellungen der Ästhetikgeschichte und Wissen um das Verhältnis von Ästhetik und aktueller künstlerischer Praxis
- haben Einblick in gegenwärtige Debatten um die gesellschaftliche Rolle von Kunst und Kultur und sind in der Lage, an diesen teilzuhaben und sich in ihnen zu positionieren;
- kennen theoretische Auseinandersetzungen im Kulturfeld, etwa in Bezug auf klassische Theorien und ihre feministische und post-koloniale Kritik;
- wissen um demographische Veränderungen und neue Zielgruppen kulturmanagerialen Tuns und sind in der Lage, mit und für diese Gruppen passende Angebote zu entwickeln, sie zu vermitteln und mit ihrem Tun die Einrichtung/das Projekt/die Initiative in das jeweilige soziale Umfeld einzubetten;
- sind in der Lage, Fragen von Gender & Diversität in allen Bereichen als Querschnittsmaterie mitzudenken.

Lehrveranstaltungsinhalte

- Kulturökonomie:
Kunstfeld und Cultural and Creative Industries (CCI) aus ökonomischer Perspektive; Grundlagen der Ökonomie; Grundlagen staatlicher Interventionen; Förderungen
- Kulturpolitik:
Definitionen und Entwicklung von Kulturpolitiken in Österreich und in der EU; Gründe und Legitimationen für staatliches kulturpolitisches Engagement; Konzepte von Kulturpolitik in verschiedenen Gesellschaftsformen, insbesondere in demokratischen Migrationsgesellschaften
- Kulturökonomie & -politik:
Diskussionsveranstaltung zu aktuellem Thema mit Kulturpolitiker_innen und kulturpolitisch aktiven Menschen zu politischen Programmen und deren Umsetzungen
- Kultursoziologie:
historische Entwicklung des Feldes des Kulturschaffens; historische und zeitgenössische kunst- und kultursoziologische Ansätze und Diskussionen
- Kulturtheorie & Ästhetik:
ausgewählte Kulturtheorien und Positionen der philosophischen Ästhetikgeschichte und ihre Vertreter_innen; Entwicklungslinien sich verändernder Zugänge zum Thema Kultur und Gesellschaft; das Verhältnis von Ästhetik und aktueller künstlerischer Praxis
- Kunst, Kultur & Publikum:
das Zusammenspiel von Kunst und Kultur und dem jeweiligen Publikum; Auswirkungen demografischen Wandels, Methoden der empirischen Sozialforschung; Theorie und Praxis von kultureller Bildung, Kulturvermittlung, Audience Development, Community Engagement und Community Building

(5) Studienbereich Soft Skills im Management:

Die Teilnehmer_innen

- kennen unterschiedliche Kommunikationsmodelle und -techniken, wissen um die Bedeutung subjektiver Wahrnehmung, haben ihre eigenen Kommunikationsmuster reflektiert und neue erworben;
- kennen grundlegende Präsentationstechniken und können Inhalte und Ideen adäquat vor unterschiedlichen Publika präsentieren.

- (er-)kennen die einzelnen Phasen eines Teambildungsprozesses und sind in der Lage, Konfliktsituationen in Gruppen oder Teams zu analysieren und auf Basis von Kommunikations- und Konflikttheorien Strategien für erfolgreiche Zusammenarbeit zu entwerfen und umzusetzen;
- kennen gängige Führungstheorien, -konzepte und -stile, sind sich der Komplexität des Führens von Mitarbeiter_innen bewusst, haben erlebte Führungssituationen sowie ihre eigenen unterschiedlichen Rollen analysiert und Handlungsalternativen für die eigene Praxis erarbeitet;
- haben Einblick in gelebte Führungspraxis und in die Unternehmenskultur unterschiedlicher Kulturbetriebe im Hinblick auf Mitarbeiter_innenführung bekommen;
- kennen die Grundbegriffe des Change Managements, wissen um die Bedeutung von Kommunikation in Veränderungsprozessen und können diese sinnvoll gestalten;

Lehrveranstaltungsinhalte

- Kommunikation und Präsentation
Kulturmanager_innen als Kommunikator_innen, Kommunikationstheorien, -modelle und -techniken; Feedbackmethoden; Techniken und Übungen zum themen-, personen- und situationsadäquaten mündlichen Präsentieren vor Publikum
- Teamarbeit und Konfliktmanagement
Kulturmanager_innen als Kooperationspartner_innen, Merkmale von Gruppen und Teams; Phasen von Teambildungsprozessen; Konflikteskalationsstufen; Interventionsmöglichkeiten bei Konflikten
- Mitarbeiter_innenführung
Kulturmanager_innen als Führungskräfte, Führungstheorien, -konzepte und -stile; Motivationstheorien; Delegation & Kontrolle; Gastgespräche mit Führungskräften aus dem Kulturbetrieb
- Change Management
Kulturmanager_innen als Agent_innen der Veränderung, Grundbegriffe und -prozesse des Change Managements, Kommunikation als Erfolgsfaktor in Veränderungsprozessen, Gastgespräche mit Führungskräften aus dem Kulturbetrieb

(6) Studienbereich Rechtsfragen im Kulturmanagement:

Die Teilnehmer_innen

- kennen die Grundlagen des Kunst- und Kulturrechts in Österreich und wissen um die Kompetenzverteilung im Kunst- und Kulturbereich in Österreich;
- kennen die relevanten Normen sowie grundsätzliche Organisationsformen von Kulturbetrieben;
- kennen die für das kulturmanageriale Tun wesentlichen Teile des Urheberrechts und haben ein Sensorium für mögliche Streitigkeiten und Rechtsprobleme in diesem Bereich entwickelt;
- kennen die Grundzüge des Veranstaltungsrechts in Österreich und wissen um die Rechtssituation aus der Perspektive aller beteiligten Akteur_innen einer Veranstaltung;
- haben Grundkenntnisse des österreichischen Arbeits- und Sozialversicherungsrechts;
- kennen die Grundzüge des allgemeinen Vertragsrechts sowie ausgewählte Vertragsgestaltungen im Kunst- und Kulturbereich und wissen um die wesentlichen Kriterien der entsprechenden Verträge
- haben rechtliche Problemfälle in unterschiedlichen Bereichen exemplarisch analysiert und gemeinsam durchdacht;
- sind sensibilisiert für den Bereich der Compliance-Richtlinien in Kulturbetrieben;
- wissen, welche rechtlichen Entscheidungen sie im kulturmanagerialen Alltag eigenständig treffen können und bei welchen sie Expert_innen hinzuziehen sollten.

Lehrveranstaltungsinhalte

- Rechtsfragen im Kulturmanagement 01:
Kunst- und Kulturrecht, Rechtsformen von Kulturbetrieben
- Rechtsfragen im Kulturmanagement 02:
Urheber_innen- und Veranstaltungsrecht
- Rechtsfragen im Kulturmanagement 03:
Arbeits- und Sozialrecht, Vertragsrecht, Compliance-Richtlinien

(7) Projektbereich:

Die Teilnehmer_innen

- sind in der Lage, komplexe Situationen im Kultursektor analytisch zu erfassen, haben Einblicke in die aktuellen kulturmanagerialen Herausforderungen und Lösungsansätze in unterschiedlichen Kunstsparten sowie im interdisziplinären Arbeiten gewonnen und können innovative Konzepte für diese Bereiche entwickeln;
- haben bei der Realisierung und Reflexion eines praktischen Projekts im Kulturbereich theoretisches Wissen angewendet und ihre Erfahrungen im Kulturbetrieb vertieft.

Lehrveranstaltungsinhalte

- Praxis-Projekt:
Ideenfindung, Projektplanung, Budgetierung, Finanzierung, Realisierung und Evaluierung eines eigenen Projektes oder einer Kooperation mit einem Kulturbetrieb

(8) Wahlpflichtbereich:

Die Teilnehmer_innen

- haben ihr Wissen und ihre Fähigkeiten durch ein frei gewähltes Fach ergänzt und erweitert.
- Arts Entrepreneurship
von der Idee zur Gründung – persönliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen für Kulturunternehmertum
- Internationale Kulturpolitik
Kulturpolitiken und kulturpolitische Rahmenbedingungen für Kulturmanagement im außereuropäischen Raum
- Methodenkompetenz in Praxis und Forschung
Recherchearten; qualitative und quantitative Datenerhebung; Darstellung und Interpretation qualitativer und statistischer Daten; Präsentationsformen von Forschungsergebnissen

(9) Masterarbeitsbereich:

- Schreibwerkstatt 1-4

Die Teilnehmer_innen

- verstehen die gute wissenschaftliche Praxis und wenden diese beim Verfassen ihrer Seminar- und Abschlussarbeiten an;
- können forschungsleitende Fragen formulieren und zu ihrer Beantwortung geeignete Methoden anwenden sowie entsprechende Theorien heranziehen;
- können wissenschaftliche Fragestellungen selbständig bearbeiten und dabei Aspekte von Diversität berücksichtigen.
- sind in der Lage, Texte für ihren Arbeitsalltag zu schreiben

Lehrveranstaltungsinhalte

- Techniken und Übungen zum Verfassen von wissenschaftlichen Texten, insbesondere von Seminar- und Abschlussarbeiten, sowie zum Schreiben von Texten für den beruflichen Alltag;
angeleitetes Peer-Feedback zur Konzeption der Abschlussarbeit und während des Schreibprozesses