

Institut für Kulturpolitik

Vorlesungen

1701 Mandel, B.

Einführung in das Kulturmarketing

Di 10:00(c.t.)-12:00 H 1

Arbeitsform:

Vorlesung, 2.0 SWS, Plätze:150

Anmeldung:

Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Fristen (nur

Keine Anmeldefrist

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Modul Kulturmanagement TM 1

Inhalte:

Vermittelt werden theoretische Grundlagen ebenso wie operative Strategien des Marketings für das komplexe „Produkt“ Kunst und Kultur. Von der Zielbestimmung über die Kulturmarktforschung bis zu Strategien der Markenbildung einschließlich neuer Formen viralen Marketings, vom Customer Relationship Management über Prosuming-Strategien im Web 2.0 bis zum Guerillamarketing wird die Bedeutung eines strategischen Marketings im Kultursektor reflektiert und an konkreten Beispielen analysiert.

Literatur:

Armin Klein: Kulturmarketing. München 2001/2005. Francois Colbert: Kultur- und Kunstmarketing. (Marketing Culture and the Arts). Wien/New York 1999/2007. Birgit Mandel: PR für Kunst und Kultur. Handbuch für Theorie und Praxis, 2. Auflage. Bielefeld 2009.

Proseminare

1702 Juranek, C.,
Schneider, W.

Denkmale. Entwicklung und kulturpolitische Bedeutung in Geschichte und Gegenwart

Mo 14:00(c.t.)-16:00 J 306

Arbeitsform:

Proseminar, 2.0 SWS

Anmeldung:

Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Fristen (nur

Keine Anmeldefrist

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Modul Kulturpolitik Basis TM 2

Inhalte:

Gegenwärtig läuft erneut eine große Denkmaldiskussion, die sich am Denkmal zum 20jährigen Jubiläum des Mauerfalls festmacht. Auch das Denkmal für die ermordeten Juden in Europa ist von herausragendem kulturpolitischem Interesse. Die Denkmalkultur hat jedoch weit zurückliegende Wurzeln und ist immer ein Gradmesser für die Kultur und die Politik einer bestimmten Epoche. Häufig wirken Denkmalsvorstellungen und Denkmalsentwürfe bis in die heutige Diskussion hinein. Im Seminar wird es darum gehen, dieser Funktion nachzugehen und anhand von Beispielen aus Geschichte und Gegenwart systematisch zu analysieren.

Literatur:

Helmut Scharf: Kleine Kunstgeschichte des deutschen Denkmals. Darmstadt 1989.



- 1703 Götzky, D. Finanzierung kultureller Arbeit**
 Mo 18:00(c.t.)-20:00 J 306
 Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Modul Kulturmanagement TM 2
 Inhalte: Die Finanzierung von kulturellen Einrichtungen und Projekten ist ein zentraler Arbeitsbereich im Kulturmanagement. Das Seminar erarbeitet einen Überblick über die öffentlichen Förder- und Finanzierungsstrukturen in Deutschland und analysiert deren Probleme und Zukunftsfähigkeit. Da die öffentliche Finanzierung in Deutschland schon seit längerem nicht mehr den Bedarf decken kann, werden im Seminar auch alternative Finanzierungsinstrumente wie Sponsoring, Fundraising oder Merchandising untersucht und beispielhaft angewandt.
 Literatur: Dirk Heinze, Dirk Schütz (Hg.): Erfolgreich Kultur finanzieren. Lösungsstrategien in der Praxis. Stuttgart 2005. Armin Klein (Hg.): Kompendium Kulturmanagement. München 2004.
- 1704 Schneider, W. Das Goethe-Institut als Kulturvermittler**
 Di 12:00(c.t.)-14:00 J 207
 Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Modul Kulturpolitik TM 2, Kulturvermittlung TM 2
 Inhalte: Mit fast 150 Einrichtungen in aller Welt ist das Goethe-Institut die größte Mittlerorganisation der Bundesrepublik Deutschland. Ihr Auftrag wird von der Außenpolitik definiert, sie steht für Kulturaustausch, den Dialog der Kulturen und ist auch Instrument Auswärtiger Kulturpolitik. Anspruch und Wirklichkeit wären ebenso zu überprüfen wie konzeptionelle Überlegungen und projektorientiertes Handeln einer Inter-Kultur-Vermittlung. Befragt werden die Akteure: Leiter von Goethe-Instituten, Künstler, die für das Goethe-Institut international tätig waren sowie Kommilitonen, die ihr Praktikum an einem Goethe-Institut absolviert haben.
 Literatur: Wolfgang Schneider: Auswärtige Kulturpolitik. Dialog als Auftrag - Partnerschaft als Prinzip. Essen 2008. www.goethe.de

1705	Renz, T.	<p>Grundlagen der empirischen Kulturforschung</p> <p>Di 16:00(c.t.)-18:00 L 131</p> <p>Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS, Plätze:60</p> <p>Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt</p> <p>Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist</p> <p>Teilnehmerkreis: Modul Kulturvermittlung TM 2, Kulturpolitik Aufbau TM 1</p> <p>Inhalte: Kulturwissenschaften betreten bei der theoretischen und praktischen Beschäftigung mit Kunst und Kultur immer wieder thematisches Neuland. Das erfordert oftmals einen empirischen Zugang bei der Bearbeitung von Forschungsfragen z. B. in Abschlussarbeiten. Das Seminar gibt eine Einführung in die hierfür relevanten Methoden qualitativer Forschung, wovon eine Auswahl praktisch erprobt wird.</p> <p>Literatur: Uwe Flick: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek 2007.</p>
1706	Schneider, W.	<p>Das andere Theater. Alternativen zum Dramatischen Kunst-Betrieb</p> <p>Di 16:00(c.t.)-18:00 J 306</p> <p>Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS</p> <p>Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt</p> <p>Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist</p> <p>Teilnehmerkreis: Modul Kulturpolitik TM 2, Kulturvermittlung TM 2, Kulturmarketing TM 1</p> <p>Inhalte: Deutschland fördert alljährlich seine Theaterlandschaft mit rund drei Milliarden Euro. Von Flensburg bis Konstanz und von Dresden bis Aachen gibt es Hunderte von Staatstheatern, Landesbühnen, Stadttheatern, Freien Gruppen und Theaterhäusern. Repertoire und Ensemble sind die wesentlichen Strukturelemente. Zur Theaterlandschaft gehören einerseits aber auch Privattheater, Musical-AGs und kommerzielle Theaterveranstalter sowie andererseits Amateurtheater, Schultheater und ein umfangreiches Angebot an Theaterpädagogik. Auf der Basis einer Bestandsaufnahme gilt es, die Problembereiche zu identifizieren. Wieviel Verwaltung braucht das Theater? Welche Managementstrukturen ermöglichen Theater? Welche Rolle spielt das Audience Development? Gesucht werden alternative Modelle, die den Rahmen für künstlerische Innovation bilden. Diskutiert werden Beispiele, die das Theatersystem neu zu erfinden versuchen.</p> <p>Literatur: Kulturpolitische Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik: Theaterdebatte. Essen 2004. Fonds Darstellende Künste (Hg.): Freies Theater in Deutschland. Förderstrukturen und Perspektiven. Essen 2007. www.theaterpolitik.de, www.deutsche-kultur-international.de</p>

- 1707 Mandel, B. Metropole Ruhr.2010 - Eine Reise wert? Analyse der Konzeption und des Programms von Ruhr 2010 unter kulturtouristischer Perspektive**
 Di 18:00(c.t.)-20:00 J 306
 Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS, Plätze:30
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Modul Kulturmanagement TM 2, Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben
 Inhalte: Das Ruhrgebiet mit seinen 53 Städten ist Kulturhauptstadt Europas. Unter dem Claim „Metropole Ruhr.2010“ versucht es sich nachhaltig als Kulturmarke und als eine der führenden kulturtouristischen Destinationen in Europa zu etablieren. Mit welchen Kommunikations- und mit welchen Programm-Strategien arbeitet die Ruhr 2010 GmbH am Imagewandel der Region und wie überzeugend sind diese? Wesentlicher Bestandteil des Seminars ist eine Exkursion ins Ruhrgebiet vom 4. - 6.6., wo wir neben eigenen Feldstudien u. a. Interviews mit dem Intendanten und den Marketingleitern von Ruhr 2010 führen.
 Literatur: Tim Freytag, Andreas Kagermeier: Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz. München 2008. www.ruhr2010.de
- 1708 Reinwand, V. Kreativität durch Kulturelle Bildung?**
 Mi 08:00(c.t.)-10:00 J 306
 Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS, Plätze:60
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Diplom KuWi
 Inhalte: Im Seminar sollen zunächst die theoretischen Begriffe der *Kulturellen Bildung* und der *Kreativität* anhand von aktuellen Texten näher unter die Lupe genommen und das Verhältnis zueinander geklärt werden. Unter einer kritischen Perspektive soll beantwortet werden, warum Kreativität im 21. Jahrhundert als wichtige Schlüsselkompetenz betrachtet wird, ob eine Steigerung von Kreativität durch Kulturelle Bildung möglich ist und wie dies gelingen kann. In einem zweiten Teil des Seminars wollen wir die theoretischen Konzepte auf kulturelle Bildungsprojekte anwenden und eine Auswahl von Praxisprojekten daraufhin analysieren, inwieweit sie jeweils dazu geeignet sind, Kreativität zu fördern.
 Literatur: Birgit Althans, Kathrin Audehm, Beate Binder, Moritz Ege, Alexa Färber: Kreativität. Eine Rückrufaktion. Zeitschrift für Kulturwissenschaften. Bielefeld 2008. Ina Bielenberg: Bildungsziel Kreativität: Kulturelles Lernen zwischen Kunst und Wissenschaft. München 2006. Richard Florida: The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work Leisure and Everyday Life. New York 2002.

1709	Mandel, B., Niedernolte, M.	<p>Du sollst irritieren! Du sollst unterhalten! Du sollst anders sein! Guerrilla-Marketing-Strategien für den Kulturbetrieb</p> <p>Sa 24.04. 10:00-17:30 J 307 Sa 12.06. 10:00-17:30 J 307 Sa 12.06. 10:00-17:30 J 306 Sa 12.06. 10:00-17:30 J 204 Sa 26.06. 10:00-14:00 J 307 Fr 09.07. 10:00-14:00</p> <p>Arbeitsform: Proseminar, 2.0 SWS, Plätze:30 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist Teilnehmerkreis: Modul Kulturmanagement TM 2, Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben</p> <p>Inhalte:</p> <p>In einer werbegesättigten Medienlandschaft ziehen Guerilla-Marketeer aus, um durch originelle, überraschende, unkonventionelle Ideen ihr Zielpublikum zu erreichen. „Ideen schlagen Budget“ lautet ihr Credo, mit dem sie häufig schon bei geringem Mitteleinsatz außerhalb von klassischen Werbekanälen und Marketingtraditionen Aufmerksamkeit erzeugen und Botschaften positionieren. Welche Chancen bietet Guerrilla-Marketing als Kommunikationskultur für Kunst und Kulturprodukte? Wo liegen die Risiken? Analysiert werden die ästhetischen Mittel und strategischen Funktionsweisen von bestehenden Guerrilla-Marketingformaten. Aufbauend auf den klassischen Instrumenten des Kulturmarketings wird eine kulturspezifische Guerrilla-Marketing-Strategie zu einem Projekt des Projektsemesters entwickelt und in der kulturellen Praxis erprobt.</p> <p>Literatur:</p> <p>Thorsten Schulte: Guerrilla-Marketing für Unternehmertypen. Sternenfels 2007. Thomas Patalas: Guerrilla-Marketing: Ideen schlagen Budget. Berlin 2006. Jay Conrad Levinson: Guerrilla Marketing des 21. Jahrhunderts: Clever werben mit jedem Budget. Frankfurt 2008.</p>
-------------	--	--



Hauptseminare**1710 Götzky, D.****"Willkommen in Hildesheim - der jungen Großstadt mit alter Geschichte", Stadt- und Regionalmarketing im Kontext von Regionalentwicklung**

Mo 16:00(c.t.)-18:00 J 306

Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS

Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Fristen (nur Keine Anmeldefrist

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Modul Kulturmanagement TM 2, Aufbaumodul Kulturpolitik TM 1, Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben

Inhalte:

Im Rahmen von Stadt- und Entwicklungsprozessen wird das Thema Standortmarketing nicht nur für Metropolen zunehmend bedeutsamer. Immer mehr Städte und Gemeinden haben die Notwendigkeit erkannt, sich im innerkommunalen Wettbewerb auch mit Hilfe von Marketingkampagnen zu positionieren, so z. B. mit Hilfe von Branding-Strategien. Das Seminar wird anhand von Beispielen Ziele und Methoden von Stadt- und Regionalmarketing analysieren, bewerten und u. a. nach der Rolle von Kunst und Kulturangeboten im Rahmen dieser Prozesse fragen.

Literatur:

Timo Koch: Stadtmarketing. Praxishandbuch für kommunales Management. Saarbrücken 2006. Armin Klein: Kulturmarketing. München 2001.

1711 Geier, T.**jugendliche.machen.glauben. Audience Development und Jugend**

Di 06.04. 12:00(c.t.)-14:00 J 307

Di 13.04. 12:00(c.t.)-14:00 J 307

Sa 05.06. 13:00(c.t.)-19:00 J 307

So 06.06. 10:00(c.t.)-16:00 J 307

Sa 26.06. 13:00(c.t.)-19:00 J 306

So 27.06. 10:00(c.t.)-16:00 J 306

Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:60

Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Fristen (nur Keine Anmeldefrist

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Modul Kulturvermittlung TM 2, Kulturpolitik Basis TM 1, Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben

Inhalte:

Jugendliche inszenieren sich und ihre Lebenswelt und erzeugen so Bilder. Im Seminar werden diese Bilder systematisch analysiert, um sie verstehen zu lernen. Dieses Verständnis dient für die Entwicklung von Konzepten eines auf die Zielgruppe Jugendliche ausgerichteten Audience Developments unter der Perspektive kultureller Teilhabe.

Literatur:

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

Bemerkung:

Die Veranstaltung wird von Thomas Geier (Universität Duisburg-Essen) in Abstimmung mit Vera Timmerberg durchgeführt. Erster Termin Dienstag, 06.04. 12 - 14; weitere Termine werden dann dort bekannt gegeben.



- 1712 Mandel, B. Kulturvermittlungsformate im Tourismus**
 Di 16:00(c.t.)-18:00 G 407
 Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:60
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Modul Kulturmanagement TM 2, Kulturvermittlung TM 1, Diplom KuWi
 Inhalte: Kulturorientierte Reisen sind der größte Wachstumsmotor der Tourismusbranche. Von der „neuen“ Studien-Reise über den Städtekurztrip und die Kultur-Event-Reise bis zum Erlebnispark und Cluburlaub reicht das Angebotsspektrum. Welche Chancen können sich daraus für die Vermittlung von Kunst und Kultur ergeben? Fällt der Zugang zu Kunst und Kultur in der Touristenrolle leichter als im Alltag, wie finden touristische Aneignungsprozesse statt? Mit welchem Kulturbegriff und in welchen Formaten werden Kunst und Kultur hier jeweils vermittelt? Neben der Analyse bestehender Reiseformen werden eigene Konzepte für die Kulturvermittlung im Tourismus entwickelt.
 Literatur: Birgit Mandel (Hg.): Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung. München 2008. Axel Dreyer (Hg.): Kulturtourismus. München 2000. Horst Opaschowski: Tourismus. Eine systematische Einführung. Analysen und Prognosen. Opladen 2002.
- 1713 Schneider, W. Migration als kulturpolitisches Paradigma**
 Mi 10:00(c.t.)-12:00 J 307
 Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben
 Inhalte: Was bedeutet es für die Kulturpolitik, dass in Deutschland demnächst fast die Hälfte der Bürger mit Migrationshintergrund leben? Gibt es kulturpolitische Überlegungen, die sich mit Multikulturalität, Interkulturalität und Transkulturalität auseinandersetzen? Werden Migranten in der Kulturförderung als Produzenten und Rezipienten berücksichtigt? Befragt werden Kulturpolitiker und Kulturvermittler, analysiert werden Programme und Projekte, diskutiert werden Initiativen und Konzepte.
 Literatur: Kulturpolitische Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik: Interkultur. Essen 2005. www.intercultural-europe.org

1714	Reinwand, V.	Kann man Kulturelle Bildung messen? Methoden zur Sichtbarmachung und Dokumentation kultureller Bildungsprozesse
		Do 10:00(c.t.)-12:00 P1b Spl
Arbeitsform:		Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:60
Anmeldung:		Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ):		Keine Anmeldefrist
Teilnehmerkreis:		Diplom Kuwi
Inhalte:		Dass kulturelle Bildungsprojekte und -maßnahmen bestimmte Wirkungen auf die jeweilige Zielgruppe und einen Nutzen haben, bestreitet heutzutage niemand mehr. Dennoch wird – gerade von Projektgeldgebern – immer wieder nach systematischen, umfassenden Wirkungsuntersuchungen verlangt. In diesem Seminar möchten wir unter verschiedenen Perspektiven (Kulturpädagogik, Kunstwissenschaft, Kulturosoziologie, Kulturpolitik und Kulturmanagement) erforschen, was an Wirkungen und Nutzen Kultureller Bildung mittels welcher wissenschaftlichen Methoden feststellbar ist. Den empirischen Teil des Seminars bilden Interviews der Studierenden mit Produzenten und Rezipienten von Kultur, bei denen die Frage nach deren subjektiven Erfahrungen und Wirkungen von kultureller Praxis auf die eigene Persönlichkeit im Mittelpunkt stehen soll.
Literatur:		Hans-Günther Bastian: Musik(erziehung) und ihre Wirkung. Eine Langzeitstudie an Berliner Grundschulen. Mainz 2000. Georg Peez: Evaluation ästhetischer Erfahrungs- und Bildungsprozesse. Beispiele zur ihrer empirischen Erforschung. München 2005. Vanessa-Isabelle Reinwand: Ohne Kunst wäre das Leben ärmer. München 2008.

1715	Fleisch, H.	Spring Camp 2010: "Unternehmen Studierenden-Stiftung"
		Fr 16.04. 14:00(s.t.)-20:00 G 407
		17.04.-18.07. KEINRAUM (BlockSaSo) Exkursion
Arbeitsform:		Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:18
Anmeldung:		Keine Online-Anmeldung
Teilnehmerkreis:		Modul Kulturmanagement TM 2, Studierende anderer Studiengänge mit dem Fach BWL
Inhalte:		Bei diesem praktischen Seminar handelt es sich um einen intensiven Planungsworkshop. Ziel ist es, ein umsetzbares Konzept - ähnlich einem Business-Plan - zu erarbeiten für eine Gemeinschaftsstiftung, die auf Basis dieses Konzepts von Studierenden der Universität Hildesheim initiiert, geführt und auf einem nachhaltigen Wachstumspfad weiterentwickelt werden könnte. Das Spring Camp 2010 findet in Form einer dreitägigen Klausur vom 7. - 9. April 2010 statt.
Literatur:		Michael Göring: Unternehmen Stiftung. Stiften mit Herz und Verstand. München 2009.
Bemerkung:		Teilnahmevoraussetzung ist die vorangegangene Teilnahme an einem der Seminare Stiftungsmanagement im WS 2008/09, SS 2009 oder WS 2009/10 oder der Nachweis maßgeblichen bürgerschaftlichen Engagements in einer Non-Profit-Organisation (Nachweis zunächst mit kurzer Beschreibung des Engagements und Nennung der Organisation in der Anmeldung). Um Anmeldung bis zum 15. Februar 2010 wird gebeten an: AnnikaNebe@gmx.net

1716 von Cossel, F.

Personalmanagement im Kulturbetrieb

Fr 16.04. 14:00(c.t.)-18:00 J 307
 Fr 30.04. 14:00(c.t.)-18:00 J 307
 Fr 14.05. 14:00(c.t.)-18:00 J 307
 Fr 04.06. 14:00(c.t.)-18:00 J 307
 Fr 18.06. 14:00(c.t.)-18:00 J 307
 Fr 02.07. 14:00(c.t.)-18:00 J 307



Arbeitsform:

Hauptseminar, 2.0 SWS

Anmeldung:

Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Fristen (nur

Keine Anmeldefrist

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Diplom KuWi, Diplom Szenische Künste, Diplom Kreatives Schreiben, PKM

Inhalte:

Im Seminar werden Strukturen des klassischen Personalmanagements erörtert und die Besonderheiten herausgestellt, die sich für den Kulturbetrieb ergeben. Dazu werden ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theorieansätze zur Personalpolitik einander gegenübergestellt. Davon ausgehend werden die für den Kulturbetrieb spezifischen Anforderungen an die Funktionsbereiche Selektion, Aufgabengestaltung, Anreize, Kontrolle, Integration und Sozialisation konkretisiert und die Möglichkeiten und Grenzen der Aktivitätsfelder des Personalmanagements von der Personalbedarfsanalyse über die Personalentwicklung bis zum Umgang mit der Personalfreisetzung diskutiert.

Literatur:

Armin Klein: Der exzellente Kulturbetrieb. Wiesbaden 2007;
 Friedhelm Knorr: Personalmanagement in der Sozialwirtschaft: Grundlagen und Anwendungen. Frankfurt 2001.

1717	Mandel, B.	<p>Kreative Methoden für die Kulturarbeit</p> <p>Fr 23.04. 15:00(c.t.)-20:00 J 306 Sa 24.04. 10:00(c.t.)-18:00 J 306 Fr 04.06. 15:00(c.t.)-20:00 J 306 Sa 05.06. 10:00(c.t.)-18:00 J 306</p> <p>Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:20 Anmeldung: Pflicht (online) Vergabe: Automatisch(Losen) Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Anmeldung zweite Runde (Einzelvergabe) 31.03.2010-06.04.2010 Teilnehmerkreis: Diplom KuWi, Diplom Szenische Künste, Diplom Kreatives Schreiben, PKM Inhalte: Kulturarbeit erfordert ein hohes Maß an Kreativität. Alle, die im Kulturbereich konzeptionell arbeiten, sind automatisch in kreative Prozesse eingebunden. Dagegen stehen Zeitdruck und eingefahrene Denkstrukturen, die Denkblockaden begünstigen und zu immer wieder ähnlichen Lösungen führen. Um der Kreativität auf die Sprünge zu helfen, gibt es Techniken und Methoden. Sie werden Gegenstand des Seminars sein. Es beschäftigt sich mit den Phasen der kreativen Arbeit, der Strukturierung in der Gruppenarbeit, einzelnen Techniken für verschiedene Einsatzziele und der Auswertung. Literatur: Karsten Noack: Kreativitätstechniken – Schöpferisches Potential entwickeln und nutzen. Berlin 2005. Mathias Nöllke: Kreativitätstechniken. München 2006. Mario Pricken: Kribbeln im Kopf – Kreativitätstechniken und Denkstrategien für Werbung, Marketing und Medien, 10. vollständig überarbeitete Auflage. Mainz 2007.</p>
-------------	-------------------	--



1718	Keuchel, S.	<p>Geschlechtsspezifische Forschung im Bereich Kunst und Kultur</p> <p>Fr 11.06. 12:00(c.t.)-19:00 J 306 Fr 25.06. 12:00(c.t.)-19:00 J 306</p> <p>Arbeitsform: Hauptseminar, 2.0 SWS, Plätze:40 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist Teilnehmerkreis: Diplom KuWi, Diplom Szenische Künste, Diplom Kreatives Schreiben, PKM</p> <p>Inhalte: Frauenforschung, heute auch unter dem Begriff "gender studies" etabliert, hat sich in den letzten 20 Jahren zu einem wichtigen Forschungszweig der deutschen Hochschulen entwickelt. Im Rahmen des Seminars werden wesentliche Bereiche der geschlechtsspezifischen Kulturforschung diskutiert, wie die Frage nach geschlechtsspezifisch subjektiven Darstellungen speziell der Kulturgeschichte des 19. Jahrhunderts. In einem zweiten Schritt werden frühere geschlechtsspezifische Zuordnungen aktuellen Bestandsaufnahmen zur Präsenz von Männern und Frauen im Kunst- und Kulturbereich gegenübergestellt, um zu prüfen, ob sich hier Veränderungen ergeben haben. In einem dritten Schritt werden Studien zur Ursachenforschung diskutiert, die für geschlechtsspezifische Differenzen im Kunst- und Kulturbereich herangezogen werden, wie die Analyse sogenannter "gate-keeper-Prozesse", entwicklungspsychologische, ethnologische oder auch hirnhysiologische Erklärungsansätze.</p> <p>Literatur: Zentrum für Kulturforschung (Hg.): Frauen im Kultur- und Medienbetrieb. Fakten zu Berufssituation und Qualifizierung. Band I, II und III. Bonn 1987, 1995 und 2001. Danielle Cliche, Ritva Mitchell, Andreas Johannes Wiesand (Hg.): Pyramide oder Fundament. Enthüllungen zur Lage der Frauen in Kultur- und Medienberufen in Europa. Bonn 2000. Susanne Keuchel: Trotz Fleiß – keinen Preis? Frauen in der individuellen Künstlerförderung II. Hg.: Zentrum für Kulturforschung. Bonn 2001.</p> <p>Bemerkung: Weitere Termine werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.</p>
-------------	--------------------	---

1719 Schorn, B.

Kompetenznachweis Kultur - Teil 2

Fr 09.04. 12:00(c.t.)-18:00 G 407
 Sa 10.04. 09:00(c.t.)-15:00 G 407
 Fr 07.05. 12:00(c.t.)-18:00 J 304
 Sa 08.05. 09:00(c.t.)-15:00 J 304



Arbeitsform:

Anmeldung:

Fristen (nur

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Inhalte:

Hauptseminar, 4.0 SWS

Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Keine Anmeldefrist

Diplom Kuwi

Der Kompetenznachweis Kultur (KNK) ist ein Bildungspass für Jugendliche, die in der kulturellen Bildung aktiv sind. Er wird ausschließlich von hierfür qualifizierten Beratern vergeben. Studierende der Kulturwissenschaften können diese Lerninhalte studienbegleitend erwerben. Sie schärfen den Blick für die Wirkungen kulturpädagogischer Praxis und vermitteln das Handwerkszeug, wie durch Beobachtung, Methoden pädagogischer Diagnostik und dialogischem Verfahren gemeinsam mit Jugendlichen ein qualifizierter Kompetenznachweis Kultur erarbeitet werden kann. Die Qualifizierung geht über zwei Semester mit je zwei Blockseminaren und einem Praxisprojekt, das jeder Studierende als Anleiter durchführt.

Literatur:

Vera Timmerberg, Brigitte Schorn: Neue Wege der Anerkennung von Kompetenzen in der Kulturellen Bildung. München 2009.

Bemerkung:

2. Teil des Seminars - Neuanmeldung nicht möglich.

Termine werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.

Kolloquien1720 Götzky, D.,
Reinwand, V.**Wissenschaftliches Arbeiten und empirisches Forschen**

Di 18:00(c.t.)-20:00 J 307

Arbeitsform:

Anmeldung:

Fristen (nur

teilw. im gedr. VVZ):

Teilnehmerkreis:

Kolloquium, 2.0 SWS, Plätze:15

Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt

Keine Anmeldefrist

Modul Kulturvermittlung TM 1, Kulturpolitik Aufbau TM 1, Diplom KuWi, Szenische Künste, Kreatives Schreiben

Inhalte:

Im Kolloquium haben Studierende, die eine Diplom- oder Hausarbeit schreiben wollen, die Möglichkeit, inhaltliche und methodische Hilfestellung zu bekommen, ihre Projekte vorzustellen und diesbezüglich beraten zu werden. Auch allgemein relevante Aspekte für die Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten werden zum Thema gemacht und gemeinsam diskutiert.

Literatur:

Uwe Flick: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek 2007.

- 1721 Denscheilmann, H., Meissner, N. Deutsch-Französisches Kolloquium**
- Arbeitsform: Kolloquium, 2.0 SWS
 Anmeldung: Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt
 Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ): Keine Anmeldefrist
 Teilnehmerkreis: Teilnehmer des Doppelstudiengangs "Médiation culturelle de l'Art/Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis", offen für Studierende aus französischsprachigen Ländern bzw. Studierende, die eine wissenschaftliche Arbeit/Prüfung mit deutsch-französischer Problematik planen.
- Inhalte: Das Kolloquium bietet den TeilnehmerInnen des deutsch-französischen Doppelstudiengangs „Médiation culturelle de l'Art/Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis“ den Raum, die unterschiedlichen Wissenschaftskulturen in Deutschland und Frankreich zu reflektieren. Neben der Besprechung unterschiedlicher Studien- und Prüfungsformen sowie der gemeinsamen Lektüre deutscher Fachtexte, bietet das Kolloquium die Möglichkeit, sich auf (mündliche) Prüfungen und den Studienabschluss in Deutschland vorzubereiten. Die persönliche Betreuung besteht u.a. aus Textlektorat, der Vermittlung von Formen und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens und der Einführung in das Lern- und Zeitmanagement.
- Literatur: Brigitte Chevalier: Lecture et prise de notes, préparer un examen. Éditions Nathan. [Deutsch: Effektiver Lernen]. Paris 1992. Umberto Eco, Walter Schick: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften. Heidelberg 2005. Helga Esselborn-Krumbiegel: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Paderborn 2004.
- Bemerkung: Anmeldung per e-mail: natalie.meissner@uni-hildesheim.de
 Die Veranstaltung findet im Kehrwiedersaal in der Keßlerstraße 57 statt.
 Termine werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.
- 1722 Schneider, W. Doktoranden-Kolloquium**
- Do 01.07. 18:00(c.t.)-22:00 J 304
 Fr 02.07. 09:30(s.t.)-13:30 J 304
- Arbeitsform: Kolloquium, Wiederh.: i.d.R. jedes Semester
 Teilnehmerkreis: Doktoranden des Instituts für Kulturpolitik
 Inhalte: Einmal im Semester versammeln sich die Doktoranden, die am Institut für Kulturpolitik ihre Dissertation schreiben. Das Kolloquium beschäftigt sich ebenso mit den Projekten wie jeweils mit einer aktuellen kulturpolitischen Fragestellung.

1723	Mandel, B.	Doktoranden-Kolloquium Do 01.07. 18:00(c.t.)-22:00 J 307 Kolloquium, Wiederh.: i.d.R. jedes Semester Doktoranden des Instituts für Kulturpolitik Nach einer Einführung in wissenschaftliche Grundlagen und aktuelle Erkenntnisse im Forschungsbereich Audience Development/ Kulturvermittlung werden Promotionsprojekte präsentiert und diskutiert.
	Arbeitsform:	
	Teilnehmerkreis:	
	Inhalte:	

Übungen

1724	Mandel, B.	Glauben machen. Kulturmarketing-Konzepte entwickeln Di 12:00(c.t.)-14:00 J 306 Übung, 2.0 SWS, Plätze:30 Pflicht (online), kein Vergabeverfahren eingestellt Keine Anmeldefrist Modul Kulturmanagement TM 1 Basierend auf den Grundlagen der Einführungs-Vorlesung werden eigene Kulturmarketing-Konzepte für ein konkretes Kulturprojekt entwickelt, mit denen es gelingen kann, aus diffusen Öffentlichkeiten „gläubige Anhänger“ zu machen. Armin Klein: Kulturmarketing. München, 2001/2005. Francois Colbert: Kultur- und Kunstmarketing. (Marketing Culture and the Arts). Wien/New York 1999/2007. Birgit Mandel: PR für Kunst und Kultur. Handbuch für Theorie und Praxis, 2. Auflage, Bielefeld 2009. Voraussetzung ist die Teilnahme an der Vorlesung "Einführung in das Kulturmarketing".
	Arbeitsform:	
	Anmeldung:	
	Fristen (nur teilw. im gedr. VVZ):	
	Teilnehmerkreis:	
	Inhalte:	
	Literatur:	
	Bemerkung:	

1725	Schneider, W.	www.theaterpolitik.de Di 18:00(c.t.)-20:00 J 204 Übung, 2.0 SWS, Wiederh.: i.d.R. jedes Semester Modul Kulturpolitik Aufbau TM 1 Am Welttheatertag ging die Website "Theaterpolitik" online. Ziel war und ist es, die kulturpolitische Diskussion um das Theater in Deutschland zu befördern. Eine studentische Redaktion begleitet das Forum, stellt neue Texte ins Netz und setzt mit Thesen, Interviews sowie eigenen Beiträgen Akzente.
	Arbeitsform:	
	Teilnehmerkreis:	
	Inhalte:	

Projekte

1726

site fiction - ein Spaziergang (entfällt!)

Mi 10:00(c.t.)-14:00 J 306

Do 10:00(c.t.)-14:00 J 306

Fr 10:00(c.t.)-14:00 J 306

Arbeitsform: Projekt, 2.0 SWS, Plätze:15

Anmeldung: Pflicht (online), z.Zt. gesperrt

Teilnehmerkreis: Interdisziplinäres Projektmodul

Inhalte: *site fiction* als Spaziergang versteht sich zunächst als Forschungspraxis im Sinne teilnehmender Beobachtung. Beforscht wird dabei der Stadtraum Hildesheim vor dem Hintergrund stadtplanerischer Inszenierungen. Die zentrale Fragestellung dabei: Auf welche Weise werden durch – historische wie zeitgenössische – Stadtplanung Regeln evoziert, wie man sich im Stadtraum zu bewegen und zu verhalten hat; Regeln, die für gegeben gehalten werden und doch nur Resultat von Inszenierungen sind. *site fiction* als Spaziergang ist auch ästhetische Praxis, nämlich in dem Sinne, wie den gefundenen Inszenierungen neue hinzugefügt werden, die zu den vorhandenen in Konflikt geraten.

site fiction als Spaziergang ist am Ende auch Vermittlungspraxis, nämlich dann, wenn ein Publikum hinzutritt, das durch die neuen und alten Inszenierungen geführt wird. Der ästhetische Konflikt wird dann zu einem Konflikt zwischen Stadt und Publikum.

Literatur:

Lucius Burckhardt: Wer plant die Planung? Berlin 2004.