



Museumsmanagement und -kommunikation

Master-Studiengang

Studienvoraussetzungen

- erster akademischer Grad (Bachelor) mit mindestens 180 Leistungspunkten
- Bachelorabschluss **Museumskunde**
- Bachelor- oder Master Degree oder einen anderen vergleichbaren akademischen Abschluss in einem vergleichbaren Studiengang
- nach Massgabe freier Plätze, wer einen erfolgreichen HS-Abschluss in einem kultur-, wirtschafts- oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengang nachweist und ausgewählte Brückenkurse erfolgreich absolviert (siehe Seite 5)

Regelstudienzeit

vier Semester

Abschluss

Master of Arts

erreichbare Leistungspunkte

120 Leistungspunkte (credits)

Das Studium

Das Studium besitzt zwei Schwerpunkte. Vermittelt werden

- a) Kenntnisse und Fertigkeiten, um visuelle Angebote zur Information, Präsentation und Vermittlung in Museen und anderen Kultureinrichtungen einzeln oder im Verbund zu konzipieren und zu realisieren.
- b) Theorien, Instrumente und Methoden des Managements kultureller Dienstleistungen in Museen und anderen Kultureinrichtungen.

Berufschancen

Die Absolventen übernehmen qualifizierte Aufgaben in Museen und in kulturellen und kommunikativen Umgebungen anderer Einrichtungen im Non-Profit- und im Profit-Bereich. Tätigkeitsfelder ergeben sich je nach grundständigem Studium in kuratorischen Abteilungen, in übergreifenden Servicestellen und in Stabsstellen von Museen. Vergleichbare Tätigkeitsfelder ergeben sich sowohl bei Galerien, Archiven, Bibliotheken und im Management von Denkmälern, als auch in anderen Einrichtungen innerhalb und außerhalb des Kultursektors, die für das Management kultureller Dienstleistungen und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung Mitarbeiter mit Management- und Kommunikationskompetenz benötigen

Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Studienplanübersicht über die Module im 1. bis 2. Semester

1. Semester

2. Semester

Module Bachelor		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M1	Kommunikations- und Kulturtheorie	P	SU	4	5			
M2	Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis	P	SU	4	5			
M3	Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen	P	SU	4	5			
M4	Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung	P	SU	4	5			
M6	Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung	P	SU	4	5			
M13	Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen	P	SU	4	5			
M5	Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum	WP				Ü	3	5
M7	Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	P				SU	4	5
M8	Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	P				SU	4	5
M10	Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum	P				SU	4	5
M11	Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	P				SU	4	5
M12	Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	P				SU	4	5
Summe je Semester				24	30		20/3	30

Form der Lehrveranstaltung:
V= Vorlesung
SU= Seminaristischer Unterricht
Ü= Übung

Art des Moduls:
P= Pflichtfach
WP= Wahlpflichtfach
AWE= Allgemeines Ergänzungsfach
SWS= Semesterwochenstunden
LP= Leistungspunkte (ECTS)

Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Studienplanübersicht über die Module im 3. bis 4. Semester

3. Semester

4. Semester

Module Bachelor		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M9	Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum	WP	Ü	4	5			
M14	Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	P	SU	4	5			
M15	Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	P	SU	4	5			
M16	Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image	P	SU	4	5			
M17	Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing	P	SU	4	6			
M18	AWE - Modul 1	WP	SU	2	2			
M19	AWE - Modul 2	WP	SU	2	2			
M20	Masterarbeit	P						25
M21	Masterbegleitendes Seminar und Kolloquium	P				S	2	5
Summe				20/4	30		0/2	30
Summe Studium gesamt							73	120

Form der Lehrveranstaltung:

SU=
Seminaristischer Unterricht

Ü=
Übung

S=
Seminar

Pr=
Projekt

Art des Moduls:

P=
Pflichtfach

WP=
Wahlpflichtfach

AWE-
Allgemeines
Ergänzungsfach

SWS=
Semesterwochenstunden

LP=
Leistungspunkte (ECTS)

Anmerkung:

Die Masterarbeit beginnt zu Semesterbeginn und ist vorlesungsbegleitend anzufertigen. Als maximale Bearbeitungsdauer sind 18 Wochen vorgesehen.

**Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation
Wahlpflichtmodule des Kerncurriculums**

1) Wahlpflichtmodule Kerncurriculum:

Zu den Praxismodulen **M5** und **M9** im 2. und 3. Semester werden jeweils mindestens zwei verschiedene Angebote unterbreitet.

Zwei der fünf Wahlpflichtmodule sind zu wählen.

2) Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation
für Absolventen kultur-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge

		LP
B1	Museumsmanagement 1	5
B4	Inventarisierung 1	5
B9	Museumskommunikation 1	5
B10	Museumskommunikation 2	5
B21	Kunstsammlung	5
B22	Historische Sammlungen	5

Das Gesamtvolumen der Brückenkurse beträgt 30 Leistungspunkte (LP) (24 SWS).

Die Brückenkurse sind während der ersten drei Studienplensemester des Masterstudienganges zu absolvieren. Für das Absolvieren der Brückenkurse gibt es ein gesondertes Zertifikat. Die Brückenkurse sind nicht Bestandteil des Masterzeugnisses.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Museumskunde.

(2) Zum Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation kann regulär zugelassen werden,

a) wer den erfolgreichen Abschluss eines ersten akademischen Grades mit mindestens 180 Leistungspunkten nachweist und

b) den ersten akademischen Grad in einem Bachelorstudiengang Museumskunde erworben hat oder wer ein Bachelor- oder Master degree oder einen anderen akademischen Abschluss in einem vergleichbaren Studiengang nachweist oder

c) nach Maßgabe freier Studienplätze zum Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation zugelassen werden, wer einen erfolgreichen Hochschulabschluss in einem kultur-, wirtschafts- oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengang nachweist und darüber hinaus an den in Anlage 3 der Studienordnung genannten Brückenkursen erfolgreich teilnimmt.

Über die Vergleichbarkeit der Studiengänge zu b) und c) entscheidet die Auswahlkommission.

§ 4 Frist und Form der Bewerbung

(1) Bewerbungen müssen für die Zulassung zum Wintersemester bis zum 15. Juli des Jahres vollständig bei der zuständigen Stelle der HTW Berlin eingegangen sein. Bewerber und Bewerberinnen, die die Bewerbungsfrist versäumen oder die Bewerbung nicht innerhalb der Frist formgerecht mit den erforderlichen Unterlagen einreichen, können nur nachrangig nach Abschluss des regulären Zulassungsverfahrens nach Maßgabe freier Plätze zugelassen werden.

(2) Die Bewerbung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation bedarf der Schriftform. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen umfassen:

a) für den Studienzugang gemäß § 3 der Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation:

- ausgefülltes Online-Bewerbungsformular der HTW Berlin
- Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis)
- Nachweis der Zugangsvoraussetzungen nach Maßgabe der einschlägigen Regelung laut § 3 dieser Ordnung i.V.m. §§ 5 und 6 der Hochschulordnung der HTW Berlin in der jeweils geltenden Fassung. Zeugnisse sind in Form beglaubigter Kopien beizufügen
- Nachweis der Anzahl der erworbenen Leistungspunkte des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses.

b) für die Studienzulassung gemäß §§ 6 und 7 dieser Ordnung:

- Nachweis des Abschlussprädikats/ der Durchschnittsnote des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses
- Nachweis zusätzlicher Qualifikationen, die außerhalb des Hochschulstudiums erworben wurden:
 - a) Nachweis von einschlägigen Berufsausbildungen
 - b) Nachweis von einschlägigen berufspraktischen Erfahrungen mit Bezug zu den Programminhalten des konsekutiven Masterstudienganges Museumsmanagement und -kommunikation
 - c) Nachweis eines besonderen beruflichen, außerberuflichen oder außeruniversitären Engagements.

§ 6 Auswahlverfahren

Sofern für den Studiengang eine Zulassungszahl festgesetzt ist, richtet sich die Zulassung nach den folgenden Regelungen.

(1) Die Vergabe von Studienplätzen im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation erfolgt nach folgenden Auswahlkriterien, die zu einer Maßzahl zusammengefasst werden:

- a) Grad der im ersten akademischen Hochschulabschluss ausgewiesenen Qualifikation (Durchschnittsnote) als Faktor X_1 ,

b) Nachweis zusätzlicher berufspraktischer Erfahrungen/Qualifikationen als Faktor X_2 ,

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus den Ergebnissen der Kriterien des Abs. 1 gemäß der Formel $X = 0,6 (X_1) + 0,4 (X_2)$ ergibt. Ergibt die so errechnete Maßzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach §17 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

(3) Der Anteil für das Auswahlverfahren gemäß Abs. 2 beträgt 80 v.H. Die übrigen 20 v.H. Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben.

(4) Im Rahmen der 20 v.H. nach Wartezeit zu vergebenden Studienplätze können bis zu 5 v.H. der Studienplätze für Härtefälle vergeben werden.

§ 7 Durchführung des Auswahlverfahrens und Auswahlkriterien

(1) Die Bewertung der Qualifikation (Durchschnittsnote) erfolgt nach folgendem Schema:

Durchschnittsnote	Punkt
1,0	25
1,1	24
1,2	23
1,3	22
1,4	21
1,5	20
1,6	19
1,7	18
1,8	17
1,9	16
2,0	15
2,1	14
2,2	13
2,3	12
2,4	11
2,5	10
2,6	9
2,7	8
2,8	7
2,9	6
3,0	5
3,1	4
3,2	3

3,3	2
3,4	1
ab 3,5	0

(2) Die Bewertung der einschlägigen Berufsausbildungen, der berufspraktischen Erfahrungen mit Bezug zu den Programminhalten des konsekutiven Masterstudienganges Museumsmanagement und -kommunikation und des besonderen beruflichen, außerberuflichen oder außeruniversitären Engagements wird durch die Auswahlkommission geprüft:

Kriterium	Punkt/ Messzahl
Einschlägige Berufsausbildung	bis 8
Berufspraktische Erfahrungen mit Bezug zu den Programminhalten des konsekutiven Masterstudienganges	bis 10
besonderes berufliches, außerberufliches oder außeruniversitäres Engagement	bis 7

Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Standort

Campus Wilhelminenhof

Wilhelminenhofstr. 75A
12459 Berlin
Gebäude A2

Sekretariat

Tel. +49 30 5019-2151

Homepage des Fachbereichs

www.f5.htw-berlin.de

Homepage des Studiengangs

<http://mk.htw-berlin.de>

Impressum:

Allgemeine Studienberatung

Treskowallee 8
10318 Berlin

www.htw-berlin.de/Studienberatung

Infoansage:

Tel. +49 30 5019-2199
Fax +49 30 5019-2241

Verkehrsverbindungen:
U5 Tierpark, S3 Karlshorst,
Tram 27, 37, M17