

37 / 09

24. August 2009

Amtliches Mitteilungsblatt

	Seite
Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und –kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009	825
Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und – kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009.	830
Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und – kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009	843



**Hochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin**

University of Applied Sciences

Herausgeber

Die Hochschulleitung der HTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion

Rechtsstelle
Tel. +49 30 5019-2813
Fax +49 30 5019-2815

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009

Auf Grund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichung von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. FHTW Berlin Nr. 27/02), zuletzt geändert am 20. Oktober 2008 (AMBI. FHTW Berlin Nr. 01/09), in Verbindung mit § 10 Absatz 5 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70) und § 10 des Berliner Hochschulzulassungsgesetzes (BerIHZG) in der Fassung vom 18. Juni 2005 (GVBl. S. 393), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 29. Oktober 2008 (GVBl. S. 319) und § 3 der Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 3. Juni 2009 die nachfolgende Ordnung beschlossen*:

Inhalt:

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Frist und Form der Bewerbung
- § 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission
- § 6 Auswahlverfahren
- § 7 Auswahlkriterien und Durchführung des Auswahlverfahrens
- § 8 Zulassung
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

§ 1 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieser Ordnung legen die Kriterien und das Verfahren für die Vergabe von Studienplätzen im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation fest, die ab dem Wintersemester 2009/2010 an der HTW im 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

§ 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation wird ergänzt durch die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung und die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung.

* durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung am 12.08.2009

§ 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 Sommersemester bis zum 20. August 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 Bewerbungsformular der HTW Berlin;
 - Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis);
 - Nachweis der Zugangsvoraussetzungen nach Maßgabe der einschlägigen Regelung laut § 3 dieser Ordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation. 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.

§ 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission

- (1) Über die Zulassung von Bewerbern oder Bewerberinnen zum konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation befindet eine Auswahlkommission. Diese Auswahlkommission wird vom Fachbereichsrat bestellt.
- (2) Die Auswahlkommission wird aus zwei, dem konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation zugeordneten, hauptamtlichen Lehrkräften gebildet.

§ 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 Messzahl 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 Messzahl 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 Auswahlkriterien und Durchführung des Auswahlverfahrens

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

Kriterium	Punkte/Messzahl
Durchschnittsnote von 1,0	25
Durchschnittsnote von 1,1 bis 1,5	20
Durchschnittsnote von 1,6 bis 2,5	10
Durchschnittsnote von 2,6 bis 3,5	5
Durchschnittsnote ab 3,6	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	Punkte/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

§ 8 Zulassung

- (1) Im Zulassungsbescheid bestimmt die HTW Berlin einen Termin, bis zu dem der Bewerber oder die Bewerberin die Einschreibung vorzunehmen hat. Erfolgt die Einschreibung nicht bis zu diesem Termin, wird der Zulassungsbescheid unwirksam.
- (2) Bewerber oder Bewerberinnen, die nicht zum Studium für den Konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsbescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen ist.

§ 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin in Kraft.

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Studienordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. HTW Berlin Nr. 27/02), zuletzt geändert am 20. Oktober 2008 (AMBI. FHTW Berlin Nr. 01/09), in Verbindung mit § 24 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Gestaltung der HTW Berlin am 3. Juni 2009 die folgende Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenstudienordnung
- § 3 Vergabe von Studienplätzen
- § 4 Ziele des Studiums
- § 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
- § 6 Inhalt und Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit
- § 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation
- § 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Beschreibung für jedes Modul
- Anlage 1A Niveaueinstufung der Module, Module der Niveaustufe 2b
- Anlage 1B Liste der Wahlpflichtmodule
- Anlage 2 Studienplanübersicht über die Module im 1. und 2. Studienjahr
- Anlage 3 Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation

* Der Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung angezeigt am 29.07.2009

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierenden, die ab dem 1. Oktober 2009 an der HTW Berlin im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation immatrikuliert werden.
- (2) Die Studienordnung wird ergänzt durch die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung und durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenstudienordnung

Die Grundsätze für Studienordnungen der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudienordnung - RStO) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Vergabe von Studienplätzen

- (1) Die Vergabe von Studienplätzen richtet sich nach dem Berliner Hochschulgesetz, dem Berliner Hochschulzulassungsgesetz und der Berliner Hochschulzulassungsverordnung in ihrer jeweils gültigen Fassung sowie der Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung.
- (2) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Museumskunde.

§ 4 Ziele des Studiums

- (1) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation bietet Absolventen der Museumskunde sowie ggf. auch kultur-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge eine weiterführende akademische Ausbildung für das Management von Museen und ähnlichen Kultureinrichtungen. Das Studium vermittelt fachspezifische Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Konzeption und Realisierung kommunikativer Prozesse. Das Studium ruht auf zwei Säulen. Vermittelt werden die Theorien, Instrumente und Methoden des Managements kultureller Dienstleistungen einerseits, die theoretischen Grundlagen, die politischen Rahmenbedingungen und die praktischen Verfahren der Kommunikation kultureller Inhalte andererseits. Die Absolventen erwerben theoretische Kenntnisse und praktische Kompetenzen für qualifizierte Tätigkeiten in Museen und kommunikativen Umgebungen in anderen Kulturinstitutionen.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen übernehmen operative und strategische Aufgaben in Museen und anderen kulturellen und kommunikativen Tätigkeitsfeldern 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 entweder über eigene Sammlungen verfügen und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung Mitarbeiter mit Management- und Kommunikationskompetenz benötigen.

§ 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache

Lehrveranstaltungen oder auch Teile davon können in englischer Sprache durchgeführt werden.

§ 6 Inhalt und Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit

- (1) Das Masterstudium hat eine Dauer von 4 Semestern (Regelstudienzeit). Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Museumskunde.

- (2) Das Masterstudium ist entsprechend Anlage 1 modularisiert. Module sind inhaltlich zusammengefasste Einheiten des Studiums, deren erfolgreichen Abschluss der/die Studierende durch eine bestandene Modulprüfung nachweisen muss.
- (3) Eine Kurzbeschreibung der Module befindet sich in Anlage 1 und ist Teil dieser Studienordnung. Die ausführliche Beschreibung der Module erfolgt in dem Dokument „Modulbeschreibung für den Studiengang Museumsmanagement und -kommunikation – Master of Arts (M.A). Die jährliche Workload für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation beträgt 1.800 Arbeitsstunden.
- (4) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module sowie nach erfolgreicher Masterarbeit und erfolgreichem Kolloquium ab. Die Masterarbeit wird von einem Seminar begleitet, welches mit dem Kolloquium abschließt. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst 25 Leistungspunkte, das begleitende Seminar mit dem abschließenden Kolloquium umfasst 5 Leistungspunkte.

§ 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation

- (1) Das Studium wird im Einzelnen nach dem Studienplan gemäß Anlage 2 durchgeführt. Anlage 2 enthält die Modul-Bezeichnungen, die Art des Modulangebotes (Pflicht-/Wahlpflichtfach), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in SWS) sowie die zugrundeliegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten der Module.
- (2) In Anlage 1B sind die maximal möglichen Wahlpflicht-Module (aus dem Kerncurriculum und AWE-Bereich) aufgelistet. Welche Module davon angeboten werden, beschließt der Fachbereich des Studiengangs rechtzeitig vor Semesterbeginn.

§ 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes

Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule (AWE) beträgt 4 Leistungspunkte. Diese entfallen auf die Ausbildung in allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodulen (keine Fremdsprache), wobei die allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule aus dem hochschulinternen Angebot der HTW Berlin ausgewählt oder auf Antrag ein Angebot anderer Hochschulen Berlins genutzt werden kann.

§ 9 In-Kraft-Treten / Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 01. Oktober 2009 in Kraft.

Anlage 1 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Beschreibung für jedes Modul:

Name	M 1 Kommunikations- und Kulturtheorie
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen ausgewählter Kommunikations- und Kulturtheorien; Einblicke in die Struktur von Kommunikationssystemen und -kulturen • Befähigung zur Einordnung von kulturbezogenen Argumenten und Diskussionen in das Theoriegeflecht und die kulturbildenden Strukturen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Name	M 2 Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen des Museumsrechts und der Museumsethik • Kenntnisse der Grundlagen der juristischen und ethischen Probleme der Arbeit kultureller Einrichtungen • Befähigung zur Bewertung juristischer und ethischer Probleme der Arbeit kultureller Einrichtungen als Orientierung für strategische Handlungen und Entscheidungen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Name	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen der Managementlehre und ihrer Anwendung auf Non-Profit-Einrichtungen • Befähigung zum Verständnis betriebswirtschaftlich begründeter Handlungen und Prozesse im Museum
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Name	M 4 Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen, Theorien und Verfahren der visuellen Kommunikation • Befähigung zur Aufbereitung, Präsentation und Vermittlung visueller Inhalte
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 5 Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Planung verschiedener visueller Angebote im Museum • Befähigung zur Planung und Durchführung einer visuellen Präsentation für kulturelle Einrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 6 Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse analoger und digitaler Medien zur Informations-, Präsentations- und Vermittlungsverwendung in Museen und anderen Kultureinrichtungen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von Formen und Inhalten analoger und digitaler Präsentationen in Museen und anderen Kultureinrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 7 Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Führungs-, Personalfinanzierungs-, Personalentwicklungs-, Arbeitsgestaltungs- und Motivationsmöglichkeiten in Museen und anderen Kultureinrichtungen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von Führungs-, Personalfinanzierungs-, Personalentwicklungs-, Arbeitsgestaltungs- und Motivationsmöglichkeiten in Museen und anderen Kultureinrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 8 Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse des Rechnungswesens, der Finanzplanung, Investitionsmöglichkeiten sowie Haushaltsüberwachung und –steuerung in Museen und anderen Kultureinrichtungen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von einfachen Instrumenten des Rechnungswesens, der Finanzplanung, Investitionsmöglichkeiten sowie Haushaltsüberwachung und –steuerung in Museen und anderen Kultureinrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 9 Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Planung von Instrumenten der Organisation und des Controllings in Museen • Befähigung zur Planung und Durchführung kleinerer Organisationsverbesserungen oder Installation eines Moduls des Berichtswesens
Empfohlene Voraussetzungen	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 10 Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Marktforschung, -segmentierung, des Marketing-Mix und gelebter Besucherorientierung in Museen und anderen Kultureinrichtungen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von einfachen Instrumenten der Marktforschung, -segmentierung, des Marketing-Mix und gelebter Besucherorientierung in Museen und anderen Kultureinrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 11 Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der Grundlagen, Formen, Modelle und Quellen der Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte • Befähigung zur Erstellung und Überprüfung von Finanzierungsplänen und zur Erschließung von Finanzierungsquellen
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 12 Fallstudien zum Management und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse von Anforderungen der Praxis; • Befähigung zur Anwendung unterschiedlicher Marketingansätze und Finanzierungsmodelle in der Praxis
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 13 Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Typologie kultureller Einrichtungen, der Zielgruppen, auf die sie hinarbeiten und der Strategien, die sie gegenüber den Zielgruppen realisieren • Befähigung zur Zuordnung von kulturellen Zielsetzungen, Zielgruppen und organisatorischen und marktbezogenen Umsetzungen in konkreten kulturellen Settings
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 14 Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der wichtigsten Träger, Felder und Strategien der Kulturpolitik • Kenntnisse der Grundbegriffe, Theorien und Probleme der interkulturellen Kommunikation • Befähigung zur Bewertung kulturpolitischer Argumente und der Probleme der interkulturellen Kommunikation für die Arbeit kultureller Einrichtungen als Orientierung für strategische Handlungen und Entscheidungen
Empfohlene Voraussetzungen	M 1 Kommunikations- und Kulturtheorie
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 15 Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Strukturen des Systems der technisch gestützten Kommunikations- und Massenmedien, der Typologie der Medien, ihrer Instrumente und ihrer Strukturkomponenten • Befähigung zur Einordnung einzelner Einrichtungen oder Ereignisse in den Gesamtzusammenhang der medial verfassten Kommunikation
Empfohlene Voraussetzungen	M 1 Kommunikations- und Kulturtheorie
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 16 Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Theorien, Instrumente und Formen der integrierten Unternehmenskommunikation, die auf Zielgruppen innerhalb und außerhalb kultureller Einrichtungen gerichtet sind. • Befähigung zur Bewertung und Beherrschung von theoretischen und strategischen Ansätzen für konkrete Fragestellungen der Kommunikation mit Stakeholdern innerhalb und außerhalb kultureller Einrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 17 Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing
Leistungspunkte	6
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Theorien, Instrumente und Formen der Integration von Programmarbeit, Museumspädagogik und Marketing in Museen • Befähigung zur Bewertung von theoretischen und strategischen Ansätzen des Audience Development
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M 20 Masterarbeit
Leistungspunkte	25
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<p><u>Fachabhängig:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachweis der Fähigkeit, theoretische Probleme verschiedener Tätigkeitsfelder in Museen und anderen Kultureinrichtungen wissenschaftlich zu bearbeiten • Nachweis der während des Studiums erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten und des erworbenen Fach- und Methodenwissens • Überprüfung der Fachkompetenz in der Museumsmanagement und -kommunikation <p><u>Fachunabhängig:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachweis der Befähigung zur eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit und zur angewandten Forschung
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Notwendige Voraussetzungen	Siehe Prüfungsordnung § 5

Name	M 21 Masterbegleitendes Seminar/Kolloquium
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<p><u>Fachabhängig:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung und methodische Anleitung zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit • Nachweis des in den fachspezifischen Lehrgebieten und im Rahmen der Anfertigung der Masterarbeit erworbenen Wissens • Erfahrungsaustausch und Präsentation von Zwischenergebnissen • Kolloquium als Abschlussprüfung: Darstellung eines komplexen Sachverhalts und wissenschaftliche Diskussion <p><u>Fachunabhängig:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Darstellung eines komplexen Sachverhalts und zur Führung einer wissenschaftlichen Diskussion • Beherrschung von Präsentationstechniken
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Notwendige Voraussetzungen	Siehe Prüfungsordnung § 6

Wahlpflichtmodule: AWE

Name	M18 AWE 1 – Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 1
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder • gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-, gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder • sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder • gewinnen vertiefte Einblicke in die Potentiale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation und/oder • erwerben Einblicke in Theorien, Methoden und Arbeitsfelder verwandter oder benachbarter Studiengänge.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	keine

Name	M 19 AWE 2 – Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 2
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder • gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-, gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder • sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder • gewinnen vertiefte Einblicke in die Potentiale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation und/oder • erwerben Einblicke in Theorien, Methoden und Arbeitsfelder verwandter oder benachbarter Studiengänge.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	keine

 Anlage 1A zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Niveaueinstufung der Module

Folgende **Module** werden **der Niveaustufe 2b** mit verbindlicher Vorleistung zugeordnet:

Modul	Voraussetzungen /Vorleistung
M20 Masterarbeit	Siehe Prüfungsordnung § 5
M21 Masterbegleitendes Seminar/Kolloquium	Siehe Prüfungsordnung § 6

 Anlage 1B zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Wahlpflichtmodule
Wahlpflichtmodule: AWE

Für die AWE-Module M18 und 19 sind aus dem folgenden Angebot zwei Module zu wählen:

Nr.	Titel der Wahlpflichtmodule	LP
M18	AWE-Modul 1	2
M19	AWE-Modul 2	2

Die AWE-Module können aus dem hochschulinternen Angebot der HTW Berlin (keine Fremdsprache) ausgewählt werden. Auf vorherigen Antrag kann ein Angebot anderer Hochschulen Berlins genutzt werden.

Wahlpflichtmodule: Kerncurriculum

Zu den Praxismodulen M 5 und M 9 im 1. und 2. Semester werden jeweils mindestens zwei verschiedene Angebote unterbreitet.

Anlage 2 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

1. Studienplanübersicht über die Module im 1. Studienjahr

Module Master Museumsmanagement und -kommunikation		Art	1. Semester			2. Semester		
			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			
M5	Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum	WP	Ü	3	5			
M6	Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung	P	SU	4	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
M9	Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum	WP				Ü	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			20/3	30		20/4	30

2. Studienplanübersicht über die Module im 2. Studienjahr

Module Master Museumsmanagement und -kommunikation		3. Semester			4. Semester		
	Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M13	Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen	P	SU	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
	Summe			24/0	30		0/2
	Summe Studium gesamt						73
							120

Erläuterungen:

Art des Moduls:

P = Pflichtfach

WP = Wahlpflichtfach

SWS = Semesterwochenstunden

LP = Leistungspunkte (ECTS)

Form der Lehrveranstaltung:

SU = Seminaristischer Unterricht

Ü = Übung

S = Seminar

P = Projekt

Anmerkungen:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden a 60 Minuten. Die Masterarbeit beginnt zu Semesterbeginn und ist vorlesungsbegleitend anzufertigen. Deren Workload beträgt 25-30 Stunden = 750 Stunden. Als maximale Bearbeitungsdauer sind 18 Wochen vorgesehen.

Anlage 3 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation**(1) Brückenkurse für Absolventen kultur-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge**

- B1 Museumsmanagement 1 (5 LP)
- B4 Inventarisierung 1 (5 LP)
- B9 Museumskommunikation 1 (5 LP)
- B10 Museumskommunikation 2 (5 LP)
- B21 Kunstsammlungen (5 LP)
- B22 Historische Sammlungen (5 LP)

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

- (2) Die in Abs. 1 genannten Brückenkurse sind Bestandteile des Bachelorstudienganges Museumskunde der HTW Berlin und können dort belegt werden. Damit ergeben sich die inhaltliche Ausgestaltung und der Stundenumfang (in LP und SWS) der Brückenkurse aus der betreffenden Ordnung des Bachelorstudienganges Museumskunde.
- (3) Die o. g. Brückenkurse sind zu Beginn des Masterstudiums oder während des ersten drei Studienplansemester des Masterstudiums zu absolvieren; im ersten Fall verlängert sie das Masterstudium um ein Semester. Die Belegung, Prüfungsanmeldung und Prüfung für die Brückenkurse erfolgen zu den gleichen Bedingungen wie für die Module des Masterstudiums lt. Prüfungsordnung. Alle Brückenkurse werden differenziert bewertet. Für das Absolvieren der Brückenkurse erhält der Student/die Studentin ein gesondertes Zertifikat, die Brückenkurse sind nicht Bestandteil des Masterzeugnisses.

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Prüfungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung vom 3. Juni 2009

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. HTW Berlin Nr. 27/02), zuletzt geändert am 20. Oktober 2008 (AMBI. FHTW Berlin Nr. 01/09), in Verbindung mit § 31 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerlHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 3. Juni 2009 die folgende Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenprüfungsordnung
- § 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen
- § 4 Modulprüfungen
- § 5 Masterarbeit
- § 6 Masterseminar/Kolloquium
- § 7 Modulnoten auf dem Masterzeugnis
- § 8 Berechnung des Gesamtprädikates
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Muster des Masterzeugnisses in deutscher Sprache
- Anlage 2 Muster des Masterzeugnisses in englischer Sprache
- Anlage 3a und 3b Muster der Masterurkunde in deutscher Sprache
- Anlage 4a und 4b Muster der Masterurkunde in englischer Sprache
- Anlage 5 Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache

* Durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung bestätigt am 12.08.2009

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die ab dem 1. Oktober 2009 an der HTW Berlin im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation immatrikuliert werden.
- (2) Die Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung und durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenprüfungsordnung

Die Grundsätze für Prüfungsordnungen der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenprüfungsordnung - RPO) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen

Leistungsnachweise können in der Form von Mündlichen Prüfungen, Klausuren, Referaten, Hausarbeiten erbracht werden. Die jeweils erforderliche Form der Leistungsnachweise wird von dem oder der Prüfenden zu Beginn des Semesters schriftlich bekannt gegeben.

Leistungsnachweise sind in der Regel in der Unterrichtssprache zu erbringen. Das Ablegen von Leistungsnachweisen in einer anderen als der Unterrichtssprache bedarf des Einverständnisses zwischen dem oder der Studierenden und dem oder der Prüfenden. Das Einverständnis ist zu Beginn des Semesters jeweils schriftlich herzustellen.

§ 4 Modulprüfungen

- (1) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Leistungsnachweisen, so wird die Modulnote durch die Bildung eines gewogenen Mittels der einzelnen Leistungsbeurteilungen ermittelt, wobei jede Teilleistung bestanden sein muss. Jede/r Lehrende muss zu Beginn eines Semesters schriftlich anzeigen, ob einzelne Leistungsnachweise zu erbringen sind oder ob nur ein Leistungsnachweis zu erbringen ist. Die anteilige Berechnung einzelner Leistungsnachweise an der Gesamtnote muss ebenfalls bekanntgeben werden.
- (2) Die Anzahl der mit den einzelnen Modulen jeweils zu erwerbenden Leistungspunkte sind in der Anlage 2 der Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation aufgeführt.
- (3) Wurde die Prüfung in einem Wahlpflicht-Modul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden.
- (4) Die Belegung zur Teilnahme an den Lehrveranstaltungen ist Voraussetzung zur Teilnahme an den Prüfungen.

§ 5 Masterarbeit

- (1) Der Prüfungsausschuss des Studienganges bestätigt durch Unterschrift des/der Vorsitzenden das von dem/der Studierenden gewählte Thema, und er legt den Bearbeitungsbeginn und die Bearbeitungsfrist sowie die betreuenden Prüfer/Prüferinnen schriftlich fest. Der Anmeldeschluss für die Masterarbeit in der Prüfungsverwaltung ist das Ende der Vorlesungszeit des 3. Studienplansemesters. Die Festlegungen/Zulassung durch den Prüfungsausschuss haben spätestens bis zum Ende des 3. Studienplansemesters zu erfolgen.
- (2) Voraussetzung für die Anmeldung zur Masterarbeit ist der Nachweis von mindestens 55 Leistungspunkten.
- (3) Für Studierende, die gemäß Zugangs- und Zulassungsordnung § 3 Absatz 3 Nr. c) zugelassen wurden ist darüber hinaus zur Zulassung zur Masterarbeit Voraussetzung, der Nachweis der erfolgreich abgeschlossenen Brückenkurse gemäß Studienordnung Anlage 3 Abs. 1.
- (4) Der zeitliche Bearbeitungsaufwand der Masterarbeit entspricht 25 Leistungspunkten. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit umfasst maximal 18 Wochen. Die Masterarbeit ist zum Ende der 18. Woche des 4. Studienplansemesters in zweifacher Ausfertigung abzugeben.
- (5) Die Masterarbeit befasst sich mit einem frei gewählten Thema. Die Masterarbeit kann als Gruppenarbeit mit bis zu 2 Personen durchgeführt werden, soweit der/die Betreuer/in

einverstanden und das Thema geeignet ist. In jedem Fall müssen die Beiträge der einzelnen Prüflinge abgrenzbar und individuell zu beurteilen sein. Entsprechende Verfahrensweisen werden vom Prüfungsausschuss festgelegt.

§ 6 Masterseminar/Kolloquium

- (1) Das Masterseminar findet begleitend zur Masterarbeit statt. Die Modulprüfung im Masterseminar – das Kolloquium - schließt das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation ab. Das Kolloquium findet in der letzten Woche des 4. Studienplansemesters statt.
- (2) Zur Prüfung im Masterseminar wird zugelassen, wer die Masterarbeit erfolgreich erstellt hat und 115 Leistungspunkte im Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation nachweisen kann.
- (3) Die Modulprüfung zum Masterseminar bezieht sich auf den Gegenstand der Masterarbeit und ordnet diesen in den Kontext des Studiengangs Museumsmanagement und -kommunikation ein. In dieser Prüfung soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist, einen komplexen Sachverhalt in kurzer Zeit darzustellen und seine/ihre Argumentation gegen Kritik zu verteidigen.

§ 7 Modulnoten auf dem Masterzeugnis

Folgende Modulnoten werden im Masterzeugnis zu einer fachspezifischen Modulgruppe mit eigenem Namen zusammengefasst. Die Note dieser Modulgruppe wird durch die Bildung des gewogenen Mittels aufgrund der Leistungspunkte der einzelnen Modulnoten ermittelt.

- **M4** „Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung“ und **M5** „Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum“ und **M6** „Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung“ werden zu **Visuelle Kommunikation und Medien**
- **M3** „Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen“, **M7** „Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum“ und **M8** „Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum“ und **M9** „Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum“ werden zu **Museumsmanagement**
- **M10** „Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum“ und **M11** „Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte“ und **M12** „Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte“ werden zu **Museumsmarketing**
- **M1** „Kommunikations- und Kulturtheorie“ und **M13** „Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen“ und **M14** „Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation“ und **M15** „Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems“ werden zu **Kultur und Kommunikation: Theorie, Praxis und Politik**
- **M2** „Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis“ und **M16** „Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image“ und **M17** „Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing“ werden zu **Unternehmensstrategien und Unternehmenskommunikation im Non-Profit-Sektor**

§ 8 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Die Bestimmung des Gesamtprädikats ergibt sich gem. RPO aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewichtetes Mittel der Teilnoten (X_1 , X_2 , X_3) nach der Formel:

$$X = 0,70 X_1 + 0,25 X_2 + 0,05 X_3$$

auf die zweite Stelle hinter dem Komma berechnet und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird.

Die Teilnoten sind:

- der gewichtete Mittelwert der differenziert bewerteten Module (Größe X_1); dabei werden die ersten beiden Stellen nach dem Komma berechnet,
- die Note der Masterarbeit (Größe X_2) und,
- die Modulnote des Masterarbeitseminars/Kolloquiums (Größe X_3).

(2) Die Berechnung der Größe X_1 für das Gesamtprädikat erfolgt durch die Bildung eines gewogenen Mittels aller Module aufgrund der Anzahl der jeweiligen Leistungspunkte.

$$X_1 = \frac{\sum (F_i \cdot a_i)}{\sum a_i}$$

Darin bedeuten: - F_i : Die Fachnoten der einzelnen Module,
 - a_i : Die Wichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.

Die Wichtungsfaktoren der einzelnen Module sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Titel der Module	Wichtungsfaktor a_i
Kommunikations- und Kulturtheorie	5
Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis	5
Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen	5
Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung	5
Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum	5
Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung	5
Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	5
Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	5
Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum	5
Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum	5
Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	5
Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	5
Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen	5
Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	5
Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	5
Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image	5
Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing	6
Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 1	2
Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 2	2
Summe	90

- (3) Muster des Masterzeugnisses sind als Anlagen 1 und 2 Bestandteil dieser Ordnung. Die Studierenden erhalten sowohl ein Zeugnis in deutscher als auch in englischer Sprache.
- (4) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis eine Urkunde ausgehändigt, mit der die Verleihung des akademischen Grades Master of Arts (M.A) bescheinigt wird. Je ein Muster der Masterurkunde in deutscher und englischer Sprache sind als Anlagen 3a, 3b, 4a, 4b Bestandteile dieser Ordnung.
- (5) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis ein Diploma Supplement in deutscher und englischer Sprache ausgehändigt. Ein Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache ist als Anlagen 5 Bestandteil dieser Ordnung.

§ 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach der Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 1. Oktober 2009 in Kraft.

Anlage 1 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterzeugnis

Frau/Herr _____

geboren am _____ in _____

hat das Masterstudium im

Masterstudiengang
Museumsmanagement und -kommunikation

an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
bestanden.

Gesamtprädikat des Masterstudiums:

_____ (X,X)

Berlin, den _____

Der/Die Vorsitzende
des Prüfungsausschusses

Der Dekan/Die Dekanin

Dieses Zeugnis wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterzeugnis für Frau / Herrn _____

Die Leistungen der einzelnen Modulgruppen werden wie folgt beurteilt:

Visuelle Kommunikation und Medien _____

Museumsmanagement _____

Museumsmarketing _____

Kultur und Kommunikation: Theorie, Praxis und Politik _____

Unternehmensstrategien und Unternehmenskommunikation
im Non-Profit-Sektor _____

Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul:

(AWE-Modul 1) _____

(AWE-Modul 2) _____

* Anerkannte Leistung

Thema der Masterarbeit: _____

Mögliche Leistungsbeurteilungen (Modulnoten):
sehr gut, gut,
befriedigend, ausreichend.

Mögliches Gesamtprädikat:
"mit Auszeichnung",
"sehr gut", "gut",
"befriedigend",
"ausreichend"

Beurteilung der Masterarbeit: _____

Das Masterstudium wurde
nach der Prüfungsordnung
vom 03.06.2009
veröffentlicht im Amtlichen
Mitteilungsblatt Nr.
_____ der HTW
Berlin vom _____,
absolviert.

Beurteilung des Masterseminar/Kolloquium: _____

Anlage 2 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -
kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Grade Transcript

This is to certify that

Ms/Mr _____

born on _____ in _____

has completed the Master's degree course in

Museum Management and Communication

at the Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, University of Applied
Sciences.

Overall grade achieved in the Master's degree course:

_____ (X,X)

Berlin, _____

<Seal>

Head of Examination Board

Dean

This certificate has also been issued in the German language.

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Grade Transcript for Ms / Mr _____

Grades achieved in degree module groups:

Visual Communication and Media	_____
Museum Management	_____
Museum Marketing	_____
Culture and Communication: Theory, Practice and Policy	_____
Corporate Strategies and Corporate Communication in the Non-Profit Sector	_____

Supplementary Options:

(1)	_____
(2)	_____

* Grade recognised

Possible grades in degree
modules:
very good (A), good (B),
satisfactory (C),
sufficient (D)..

Topic of thesis:

Possible overall grades:
"excellent", "very good",
"good", "satisfactory",
"sufficient".

Assessment of thesis:

The degree examination
has been passed in
accordance with the
Examination Standards in
effect on 03.06.2009
published in Amtliches
Mitteilungsblatt der HTW
(Official Information
Bulletin), No. _____ of
_____.

Assessment of oral Master`s seminar/
degree examination:

Anlage 3a zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Frau _____
geboren am _____ in _____
hat das Masterstudium
im

Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

bestanden.

Ihr wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident/Die Präsidentin

(Prägiesiegel)

Diese Urkunde wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

Anlage 3b zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Herr _____
geboren am _____ in _____
hat das Masterstudium im

**Masterstudiengang
Museumsmanagement und -kommunikation**

bestanden.

Ihm wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident/Die Präsidentin

(Präsesiegel)

Diese Urkunde wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

Anlage 4a zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Ms _____

born on _____ in _____

has completed the Master's degree course in

Museum Management and Communication

She has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

Anlage 4b zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Mr _____

born on _____ in _____

has completed the Master's degree course in

Museum Management and Communication

He has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

Anlage 5 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

HTW Berlin Diploma Supplement - Master Museumsmanagement und - kommunikation -

1 Inhaber/ Inhaberin der Qualifikation

1.1 Familienname

1.2 Vorname

1.3 Geburtsdatum

Geburtsort

Geburtsland

1.4 Matrikelnummer

2 Qualifikation

2.1 Bezeichnung der Qualifikation ausgeschrieben
Master of Arts

Qualification/Abbreviated |abgekürzt
M.A.

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben und abgekürzt)
n.a.

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation
Museumsmanagement und -kommunikation

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Fachbereich
Fachbereich 5 (Gestaltung)

Status Typ/Trägerschaft)
Fachhochschule (FH)
University of Applied Sciences (s. Abschnitt 8)

Status (Control) | Status Trägerschaft
staatlich

2.4 Name der Einrichtung, die den Studiengang durchgeführt hat
siehe 2.3

2.5 Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n)

Deutsch

3 Ebene der Qualifikation

3.1 Ebene der Qualifikation

Postgradualer berufqualifizierender Hochschulabschluss mit stärker anwendungsorientiertem Profil nach einem abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang (siehe Abschnitte 8.1 und 8.4.2) inklusive einer Masterarbeit

3.2 Dauer des Studiums (Regelstudienzeit)

Regelstudienzeit: 4 Semester (2 Jahre)

Workload: 3.600 Stunden

credit points nach ECTS: 120

davon Masterarbeit 25 cp

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

- Bachelor of Arts im Studiengang Museumskunde oder mindestens Bachelor of Arts oder Bachelor of Science oder Bachelor of Engineering oder Bachelor of Laws in ähnlichen Studiengängen oder ausländisches Äquivalent und
- spezielle Auswahlkriterien

4 Inhalt und Prüfungsergebnisse

4.1 Studienform

Vollzeitstudium, Präsenzstudium

4.2 Anforderungen des Studienganges/Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin

(3) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation bietet Absolventen kultur-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge eine postgraduale Ausbildung für das Management von Museen und ähnlichen Kultureinrichtungen. Das Studium vermittelt fachspezifische Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Konzeption und Realisierung kommunikativer Prozesse. Das Studium ruht auf zwei Säulen. Vermittelt werden die Theorien, Instrumente und Methoden des Managements kultureller Dienstleistungen einerseits, die theoretischen Grundlagen, die politischen Rahmenbedingungen und die praktischen Verfahren der Kommunikation kultureller Inhalte andererseits. Die Absolventen erwerben theoretische Kenntnisse und praktische Kompetenzen für qualifizierte Tätigkeiten in Museen und kommunikativen Umgebungen in anderen Kulturinstitutionen.

Die Absolventinnen und Absolventen übernehmen operative und strategische Aufgaben in Museen und anderen kulturellen und kommunikativen Tätigkeitsfeldern 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 entweder über eigene Sammlungen verfügen und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung Mitarbeiter mit Management- und Kommunikationskompetenz benötigen.

Studienzusammensetzung:

- obligatorisches Kernstudium: 76 cp
- optionale Wahl- und Vertiefungsmodule: 14 cp
- Masterarbeit incl. Kolloquium: 30 cp

4.3 Einzelheiten zum Studiengang

Siehe „Masterzeugnis“ für weitere Details zu den absolvierten Schwerpunktfächern und dem Thema der Masterarbeit inklusive ihrer Benotungen.

4.4 Notensystem und Hinweise zur Vergabe von Noten

Note (i.v.H.*)	Bewertung		HTW grading scheme	
1,0 ($\geq 90\%$)	sehr gut	eine hervorragende Leistung	A	very good
2,0 ($\geq 75\%$)	gut	eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt	B	good
3,0 ($\geq 60\%$)	befriedigend	eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht	C	satisfactory
4,0 ($\geq 50\%$)	ausreichend	eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt	D	sufficient
5,0 ($< 50\%$)	nicht ausreichend	eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehrgenügt	F	fail

*) der erreichbaren Punktzahl

Zusammensetzung des Gesamtprädikats:

70 % Modulnoten

25 % Masterarbeit

5 % mündliche Abschlussprüfung

4.5 Gesamtnote

-- Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) –

5 Funktion der Qualifikation

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss berechtigt zur Aufnahme eines Promotionsstudiums; die jeweilige Zulassungsordnung kann zusätzliche Voraussetzungen festlegen.

(s. Abschnitt 8)

5.2 Beruflicher Status

Der Masterabschluss eröffnet den Zugang für den höheren öffentlichen Dienst in Deutschland.

6 weitere Angaben

6.1 Weitere Angaben

Akkreditiert durch ACQUIN, Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungsinstitut e.V.

6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

HTW Berlin: <http://www.HTW-berlin.de>
Studiengang: : <http://www.HTW-berlin.de/Studium/Studiengaenge/index.html>

7 Zertifizierung

Ort/Datum der Ausstellung
Berlin,

Dieses Diploma Supplement bezieht sich auf:
Master-Urkunde
Master-Zeugnis

Official Post

Stempel/Unterschrift

Prof. Dr. Vorname Nachname
Prüfungsausschussvorsitzender

