

| Modul | Aktuelle Themen des Public Management – Kulturmanagement |
|---|--|
| Modulbereich | Public Management |
| EDV-Nummer | 365646 |
| Modulinhalte & Schwerpunktthemen | <p>Bibliotheken verstehen sich nicht zuletzt als Kulturbetriebe. Deshalb ist Kulturmanagement für sie ein wichtiges Handlungsfeld. Wie alle anderen Kultureinrichtungen arbeiten sie für ihr Publikum und daran, Publikum zu finden, anzusprechen und langfristig zu binden. Dies ist die Aufgabe von Kulturmarketing.</p> <p>Zu diesem Thema bieten wir Ihnen in Kooperation mit dem Institut für Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg ein Modul an.</p> <p>Aus dem Kontaktstudienangebot der PH Ludwigsburg haben wir Seminare zum Thema Kulturmarketing zusammengestellt, aus denen Sie nach Interesse auswählen können.</p> <p>Wenn Sie vier der folgenden sechs Seminare besuchen, können Ihnen diese im Kontaktstudiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement als Modul „Aktuelle Themen des Public Management – Kulturmanagement“ angerechnet werden.</p> <p>Grundlagen des Kulturmarketings: Der besucherorientierte Kulturbetrieb Audience Building: Publikum finden und binden (Online) Online-Marketing: Werben mit System (Online) Strategisches Kulturmarketing: Von der Mission zur Maßnahme (Online) Kommunikationsmanagement: Von der PR-Konzeption zur PR-Kontrolle Publikums- und Teilhabeforschung: Vom Fragebogen zur Co-Creation</p> |
| Lernziele | <p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none">▪ haben Sie Einblicke in wesentliche Aspekte des Managements eines Kulturbetriebs gewonnen,▪ kennen Sie aktuelle Diskussionen und Handlungskonzepte des Kulturmanagements und des Kulturmarketings,▪ haben Sie vertiefte Einblicke in Konzepte und Methoden des Kulturmarketings und der Zielgruppenarbeit im Kultursektor erhalten. |
| Voraussetzungen & Vorkenntnisse | <p>Voraussetzung für die Teilnahme am Kontaktstudium ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Dies weisen Sie mit Ihrem Hochschulzeugnis bei der Anmeldung (Upload) nach.</p> <p>Wir empfehlen eine mindestens einjährige Berufserfahrung, um einen gewinnbringenden Wissenstransfer auf Ihre berufliche Praxis zu gewährleisten.</p> |

Umfang des Moduls Das Modul setzt sich aus den vier von Ihnen gewählten Seminaren zusammen. Die einzelnen Seminare finden als jeweils 1,5tägige Präsenzveranstaltungen an der [PH Ludwigsburg](#), oder als „Präsenz-Online-Seminar“ (jeweils gekennzeichnet mit „online“) statt.

6 ECTS entsprechen einem Zeitaufwand für das gesamte Modul von ca. 180 Zeitstunden. Diese setzen sich zusammen aus den Präsenzveranstaltungen, der Vor- und Nachbereitung sowie dem Erbringen der Prüfungsleistung an der PH Ludwigsburg.

Laufzeit des Moduls Der Einstieg ist flexibel möglich, da die einzelnen Seminare nicht aufeinander aufbauen. Die Seminare werden i.d.R. jährlich wiederholt.

Termine der Seminare [Grundlagen des Kulturmarketings](#): Der besucherorientierte Kulturbetrieb
Freitag, 19.01.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 20.01.2023, 09:15 – 13:15 Uhr

[Audience Building](#): Publikum finden und binden (Online)
Freitag, 01.03.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 02.03.2024, 09:15 – 13:15 Uhr

[Publikums- und Teilhabeforschung](#): Vom Fragebogen zur Co-Creation
Freitag, 21.06.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 22.06.2024, 09:15 – 13:15 Uhr

[Online-Marketing](#): Werben mit System (Online)
Freitag, 05.07.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 06.07.2024, 09:15 -13:15 Uhr

[Strategisches Kulturmarketing](#): Von der Mission zur Maßnahme (Online)
Freitag, 20.09.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 21.09.2024, 09:15 – 13:15 Uhr

[Kommunikationsmanagement](#): Von der PR-Konzeption zur PR-Kontrolle
Freitag, 18.10.2024, 10:15 – 18:15 Uhr
Samstag, 19.10.2024, 09:15 – 13:15 Uhr

Lernsetting An den Präsenztagen bzw. Online-Präsenztagen legen wir neben einer fundierten Wissensvermittlung viel Wert auf praxisnahe Inputeinheiten und die Arbeit an Fallbeispielen. Zusätzlich tauschen Sie sich mit allen Beteiligten vor dem Hintergrund Ihrer beruflichen Erfahrungen aus.

| | |
|--|---|
| Kosten & Finanzierung | <p>Die Anmeldung zu den einzelnen Seminaren erfolgt direkt bei der PH Ludwigsburg. Ansprechpartnerin ist Dr. Petra Schneidewind (schneidewind@ph-ludwigsburg.de).</p> <p>Die Kosten für das Modul – bestehend aus den vier Seminaren – betragen 780,- Euro (inkl. Prüfungsgebühr). Die Rechnungsstellung erfolgt durch die PH Ludwigsburg.</p> <p>Kosten für Weiterbildung (Entgelte, Reise, Unterkunft) können steuerlich geltend gemacht werden. Weiterhin besteht die Möglichkeit, Bildungsurlaub zu beantragen.</p> |
| Zertifikat & optionale Prüfungsleistung | <p>Zum erfolgreichen Abschluss dieses Moduls mit ECTS erbringen Sie eine Prüfungsleistung. Die Prüfungsleistung besteht aus einer dreistündigen, unbenoteten Klausur, die an der PH Ludwigsburg abgelegt wird. Die erworbenen ECTS werden im Kontaktstudium Bibliotheks- und Informationsmanagement an der HdM für den Master „Bibliotheks- und Informationsmanagement“ im Modulbereich „Public Management“ angerechnet. Dazu legen Sie das Zertifikat, das Sie von der PH Ludwigsburg erhalten, im Weiterbildungszentrum der HdM vor.</p> <p>Daneben besteht die Möglichkeit, das Modul als Weiterbildung zu absolvieren und es mit einer Teilnahmebescheinigung, jedoch ohne Prüfung und ECTS-Punkte, abzuschließen. Ihre aktive Teilnahme wird durch eine Teilnahmebestätigung der PH Ludwigsburg bescheinigt.</p> |
| Dozent:innen | <ul style="list-style-type: none">▪ Prof. Dr. Tom Koch: Grundlagen Kulturmarketing & Strategisches Kulturmarketing▪ Dr. Yvonne Pröbstle: Publikums- und Teilhabeforschung▪ MMag. Irene Knava: Audience Building▪ Christian Henner-Fehr: Online-Kommunikation▪ Dr. Christiane Dätsch: Kommunikationsmanagement <p>https://www.ph-ludwigsburg.de/hochschule/fakultaet-2/institut-fuer-kulturmanagement/weiterbildung/die-dozierenden#c2098</p> |
