

16/12

24. Mai 2012

Amtliches Mitteilungsblatt

	Seite
Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 1. Februar 2012.	143
Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 1. Februar 2012.	162

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

Studienordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung vom 1. Februar 2012

Auf Grund von § 17 Satz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBl. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 31 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerlHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 379) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 1. Februar 2012 die folgende Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation beschlossen^{1 2}:

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 Übergangsregelungen
- § 10 Inkrafttreten/Veröffentlichung
- § 11 Außerkrafttreten

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Beschreibung für jedes Modul
- Anlage 1A Niveaueinstufung der Module
- Anlage 1B Wahlpflichtmodule
- Anlage 2 Studienplanübersichten
- Anlage 3 Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation

¹ Bestätigt durch die Hochschulleitung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin am 17. April 2012.

² Angezeigt der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft am 26. April 2012.

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierenden, die ab dem 1. Oktober 2012 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 Absolventinnen und Absolventen der Museumskunde sowie ggf. auch kultur-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge eine weiterführende akademische Ausbildung für eine Tätigkeit im Management und im Kommunikationsbereich von Museen und ähnlichen Einrichtungen¹.

Das Studium vermittelt die dazu notwendigen fachspezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Es ruht auf zwei Säulen: Vermittelt werden einerseits die Theorien, Instrumente und Methoden des Managements von Museen und kulturellen Dienstleistungen, andererseits die theoretischen Grundlagen, die gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen sowie die praktischen Verfahren der Kommunikation kultureller Inhalte durch Information, Präsentation und Vermittlung. Die Absolventen erwerben theoretische Kenntnisse aus verschiedenen Disziplinen, die Fähigkeit zum kritisch-analytischen Denken und praktische Kompetenzen in anwendungsorientierten Lehrveranstaltungen für qualifizierte und verantwortungsvolle Tätigkeiten in Museen, die es Ihnen erlauben, die komplexen Herausforderungen und Aufgaben des Managements sowie der Kommunikation erfolgreich zu bearbeiten.

(2) Die Absolventen übernehmen operative und strategische Aufgaben in Museen. Tätigkeitsfelder ergeben sich je nach grundständigem Studium in kuratorischen Abteilungen und Kommunikations- und Vermittlungsabteilungen, in übergreifenden Servicestellen und in Stabsstellen von Museen.

Vergleichbare Tätigkeitsfelder ergeben sich in museumsähnlichen Einrichtungen – im Nonprofit- bzw. Public Management-Bereich in Archiven, Bibliotheken und im Management von Denkmälern sowie in anderen Einrichtungen des Kultursektors, die entweder über eigene Sammlungen verfügen (z.B. Galerien, botanische und zoologische Gärten) und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung zuständige Mitarbeiter (z.B. in Planetarien, Brand Parks, Informationszentren, Gedenkstätten, Science Center) mit Management- und Kommunikationskompetenz benötigen. Die vermittelten Ansätze werden im Studium teilweise auf diese vergleichbaren Tätigkeitsfelder übertragen. Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser

¹ Nur aus Gründen der sprachlichen Einfachheit werden museumsähnliche Einrichtungen mit eigenen Sammlungen und Informations-, Präsentations- und Vermittlungsaufgaben im Folgenden, insbesondere in den Modulbeschreibungen, unter den Begriff Museum subsumiert.

museumsähnlichen Einrichtungen zu bzw. mit Museen werden durch zahlreiche Beispiele deutlich gemacht und kritisch reflektiert, damit die Begrenztheit, aber auch Offenheit der Inhalte für andere Sektoren besser sichtbar werden.

§ 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 vier Semestern (Regelstudienzeit).
- (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) Es können optional zwei Studienschwerpunkte studiert werden: Museumsmanagement oder Museumskommunikation. Der Studienschwerpunkt wird ausgewiesen, wenn alle Wahlpflichtmodule eines Studienschwerpunktes absolviert werden.
- (4) Es werden acht Wahlpflichtmodule angeboten von denen vier studiert werden müssen. Vier Wahlpflichtmodule werden davon als Praxisprojekte im zweiten und dritten Semester angeboten. Hierbei wird das in den anderen Modulen erworbene Wissen in Form von Projekten in bzw. für Museen praktisch angewendet.
- (5) 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.
- (6) 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 Wahlpflichtmodule (aus dem Kerncurriculum und dem AWE-Bereich) aufgelistet.

§ 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes

Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule (AWE-Module) beträgt in der Summe vier 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 Übergangsregelungen

Studierende, welche in Studienverzug geraten sind und für die Module nach der vorangegangenen Studienordnung konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation vom 3. Juni 2009 (AMBI. HTW Berlin Nr. 37/09), zuletzt geändert am 6. Juni 2011

(AMBI. HTW Berlin Nr. 47/11), nicht mehr angeboten werden, müssen als Äquivalent nachfolgend aufgeführte Module der neuen Studien- und Prüfungsordnung vom 1. Februar 2012 absolvieren.

	Modulname gemäß Studienordnung vom 03.06.2009 (Immatrikulation bis einschließlich WS 2011/12)	LP		Modulname gemäß Studienordnung vom 01.02.2012 (Immatrikulation ab WS 2012/13)	LP
M1	Kommunikations- und Kulturtheorie	5	M1	Kommunikations- und Kulturtheorie	5
M2	Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis	5	M2	Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen	5
M3	Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen	5	M3	Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen	5
M4	Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung	5	M4	Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum	5
M5	Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum	5	M9	M9a Praxisprojekt 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1) (ODER) M9b Praxisprojekt 1: Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1)	5
M6	Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung	5	M6	Multimediaeinsatz in Museen	5
M7	Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	5	M7	Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	5
M8	Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	5	M8	Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	5
M9	Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum	5	M13	M13a Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (2) (ODER) M13b Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (2)	5
M10	Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum	5	M10	Grundlagen des Marketings im Museum	5
M11	Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	5	M11	Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte	5
M12	Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte	5	M12	Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten	5
M13	Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen	5	M5	Zielgruppenspezifische Angebote von Museen	5

M14	Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	5	M14	Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	5
M15	Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	5	M15	Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	5
M16	Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image	5	M16	M16a Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Corporate Identity (ODER) M16b Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museumskommunikation: Corporate Image	5
M17	Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing	6	M17	M17a Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Organisations- und Servicemanagement (ODER) M17b Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Audience Development	6
M18	AWE-Modul 1	2	M18	AWE-Modul 1	2
M19	AWE-Modul 2	2	M19	AWE-Modul 2	2
M20	Masterarbeit	25	M20	Masterarbeit	25
M21	Masterbegleitendes Seminar und Kolloquium	5	M21	Masterseminar und Kolloquium	5

§ 10 Inkrafttreten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 1. Oktober 2012 in Kraft.

§ 11 Außerkrafttreten

Mit Wirkung zum 30. September 2015 tritt die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation vom 3. Juni 2009 (AMBI. HTW Berlin 37/09), zuletzt geändert am 6. Juli 2011 (AMBI. HTW Berlin 47/11), außer Kraft.

 Anlage 1 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Beschreibung für jedes Modul:

Name	M1 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	M2 Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen des Museumsrechts und der Museumsethik sowie 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	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen der Managementlehre und ihrer Anwendung auf Museen • Befähigung zum Verständnis betriebswirtschaftlich begründeter Handlungen und Prozesse im Museum
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M4 Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Grundlagen, Theorien und Verfahren der visuellen Kommunikation aus Sicht verschiedener Disziplinen sowie ihrer Bedeutung für die Information, Präsentation und Vermittlung in Museen • Befähigung zur Analyse, Konzeption, Aufbereitung und Präsentation visueller Inhalte
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M5 Zielgruppenspezifische Angebote von Museen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Typologie kultureller Einrichtungen, der Zielgruppen, und der Strategien, die sie aufgrund ihrer Profile gegenüber den Zielgruppen insbesondere in Bezug auf Information, Präsentation und Vermittlung realisieren • Befähigung zur Zuordnung von kulturellen Zielsetzungen, Zielgruppen und organisatorischen sowie marktbezogenen Umsetzungen auf Basis von Analysen konkreter zielgruppenspezifischer Angebote von Museen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M6 Multimediaeinsatz in Museen
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse analoger und digitaler Medien zur Information, Präsentation und Vermittlung in Museen und anderen Kultureinrichtungen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von Inhalten und Formen analoger und digitaler Präsentationen, die multimedial in Museen und anderen Kultureinrichtungen eingesetzt werden
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M7 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, des Datenschutzes, der Gleichstellung und Arbeitsschutzes in Museen • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von Führungs-, Personalfinanzierungs-, Personalentwicklungs-, Arbeitsgestaltungs- und Motivationsmöglichkeiten in Museen
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M8 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 • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von einfachen Instrumenten des Rechnungswesens, der Finanzplanung, Haushaltsüberwachung und -steuerung in Museen
Empfohlene Voraussetzungen	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M10 Grundlagen des Marketings 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 • Befähigung zur Bewertung und Konzeption von einfachen Instrumenten der Marktforschung, -segmentierung, des Marketing-Mix und gelebter Besucherorientierung in Museen
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M11 Finanzierungsansätze 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	M12 Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten
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	M 3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M14 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 sowie der 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	M15 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	M20 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 zu bearbeiten • Nachweis der während des Studiums erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten und des erworbenen Fach- und Methodenwissens • Überprüfung der Fachkompetenz in 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	M21 Masterseminar und 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 Kerncurriculum

Name	M9a Praxisprojekt 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1)
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
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 von Organisationsverbesserungen oder Installation eines Moduls des Berichtswesens
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M9b Praxisprojekt 1: Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1)
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Konzeption und Realisierung von Kommunikationsinstrumenten in Museen • Befähigung zur Planung und Durchführung eines Ausstellungsprojekts
Empfohlene Voraussetzungen	M4 Visuelle Kommunikation im Museum M5 Zielgruppenspezifische Angebote von Museen M6 Multimediaeinsatz in Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M13a Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (2)
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 von Organisationsverbesserungen oder Installation eines Moduls des Berichtswesens
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen M8 Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum M10 Grundlagen des Marketings im Museum M11 Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M13b Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (2)
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Konzeption und Planung verschiedener visueller Angebote im Museum • Befähigung zur Planung und Durchführung einer visuellen Präsentation für kulturelle Einrichtungen
Empfohlene Voraussetzungen	M4 Visuelle Kommunikation im Museum, M5 Zielgruppenspezifische Angebote von Museen M6 Multimediaeinsatz in Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M16a Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Corporate Identity
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 des Museums gerichtet sind • Befähigung zur Bewertung und Beherrschung von theoretischen und strategischen Ansätzen für konkrete Fragestellungen der Kommunikation mit Stakeholdern innerhalb des Museums
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M16b Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museenskommunikation: 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 außerhalb des Museums gerichtet sind. • Befähigung zur Bewertung und Beherrschung von theoretischen und strategischen Ansätzen für konkrete Fragestellungen der Kommunikation mit Stakeholdern außerhalb des Museums
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M17a Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Organisations- und Servicemanagement
Leistungspunkte	6
Niveaustufe	2b
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der Theorien, Instrumente und Formen des Organisations- und Servicemanagements in Museen sowie der Durchführung von integrierten Serviceansätzen in Museen als Eigenleistung und im Outsourcing • Befähigung zur Bewertung von theoretischen und praktischen Ansätzen des Organisations- und Servicemanagements in Museen
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M17b Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Audience Development
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 praktischen Ansätzen von Audience Development
Empfohlene Voraussetzungen	M3 Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Wahlpflichtmodule: AWE-Module

Name	M18 AWE-Modul 1 – Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 1
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <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-Modul 2– Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul 2
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <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 Masterseminar und Kolloquium	Siehe Prüfungsordnung § 6

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

Wahlpflichtmodule

Wahlpflichtmodule: Kerncurriculum

Den Studierenden werden acht Wahlpflichtmodule in den Studienschwerpunkten

- a) Museumsmanagement
- b) Museumskommunikation

angeboten, von denen vier studiert werden müssen.

Studierende, die jeweils alle Module eines Studienschwerpunktes (Museumsmanagement oder Museumskommunikation) erfolgreich absolviert haben, bekommen den gewählten Studienschwerpunkt im Zeugnis ausgewiesen. Studierende, die Wahlpflichtmodule beliebig gewählt haben, bekommen diese unter „Wahlpflichtmodule“ im Zeugnis ausgewiesen. Es ist zwischen M9a oder M9b, zwischen M13a oder M13b, zwischen M16a oder M16b und zwischen M17a oder M17b je ein Modul zu wählen. Die Module M9 und M13 sowie die Module M16 und M17 bilden jeweils eine Einheit (Modulgruppe). Der für das Modul M9 bzw. M16 gewählte Studienschwerpunkt muss bei den Modulen M13 bzw. M17 fortgesetzt werden.

	Wahlpflichtmodule	SWS	LP
	a) Studienschwerpunkt Museumsmanagement:		
M9a	Praxisprojekt 1: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1)	2	5
M13a	Praxisprojekt 2: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (2)	2	5
M16a	Integrierte Unternehmenskommunikation 1: Corporate Identity	3	5
M17a	Integrierte Unternehmenskommunikation 2: Organisations- und Servicemanagement	3	6
	b) Studienschwerpunkt Museumskommunikation:		
M9b	Praxisprojekt 1: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1)	2	5
M13b	Praxisprojekt 2: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (2)	2	5
M16b	Integrierte Unternehmenskommunikation 1: Corporate Image	3	5
M17b	Integrierte Unternehmenskommunikation 2: Audience Development	3	6

Wahlpflichtmodule: AWE-Module

Für die AWE-Module M18 und M19 kann aus dem AWE-Angebot der HTW Berlin (keine Fremdsprache) frei gewählt werden. Auf vorherigen Antrag kann ein Angebot anderer Hochschulen Berlins genutzt werden.

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	Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen	P	SU	4	5			
M3	Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen	P	SU	4	5			
M4	Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum	P	SU/Ü	2/2	5			
M5	Zielgruppenspezifische Angebote von Museen	P	SU/Ü	2/2	5			
M6	Multimediaeinsatz in Museen	P	SU	4	5			
M7	Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	P				SU	2	5
M8	Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	P				SU/Ü	2/2	5
M9	Praxisprojekt 1 *) (M9a oder M9b)	WP				P	2	5
M9a	Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1)							
M9b	Schwerpunkt Museenskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1)							
M10	Grundlagen des Marketings im Museum	P				SU	4	5
M11	Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte	P				SU	4	5
M12	Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten	P				SU	4	5
Summe				20/4	30		16/4	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	Praxisprojekt 2^{*)} (M13a oder M13b)	WP	P	2	5			
M13a	Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementin- strumenten im Museum (2)							
M13b	Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikations- instrumenten im Museum (2)							
M14	Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	P	SU	4	5			
M15	Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	P	SU	4	5			
M16	Integrierte Unternehmens- kommunikation von Museen 1^{*)} (M16a oder M16b)	WP	SU	3	5			
M16a	Schwerpunkt Museumsmanagement: Corporate Identity							
M16b	Schwerpunkt Museumskommunikation: Corporate Image							
M17	Integrierte Unternehmens- kommunikation von Museen 2^{*)} (M17a oder M 17b)	WP	SU	3	6			
M17a	Schwerpunkt Museumsmanagement: Organisations- und Servicemana- gement							
M17b	Schwerpunkt Museumskommunikation: Audience Development							
M18	AWE-Modul 1	WP	SU	2	2			
M19	AWE-Modul 2	WP	SU	2	2			
M20	Masterarbeit	P						25
M21	Masterseminar und Kolloquium	P				S	2	5
	Summe			18/2	30		0/2	30
	Summe Studium gesamt						54/ 12	120

*) Es ist zwischen M9a oder M9b, zwischen M13a oder M13b, zwischen M16a oder M16b und zwischen M17a oder M17b je ein Modul zu wählen. Die Module M9 und M13 und die Module M16 und M17 bilden jeweils eine Einheit (Modulgruppe). Der für das Modul M9 bzw. M16 gewählte Studienschwerpunkt muss bei den Modulen M13 bzw. M17 fortgesetzt werden.

Erläuterungen:

Art des Moduls:

P = Pflichtmodul
 WP = Wahlpflichtmodul

 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 x 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 Absolventinnen und Absolventen kultur-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge

- B1 Museumsmanagement 1 (5 LP)
- B4 Inventarisierung 1 (5 LP)
- B9 Ausstellungsorganisation (5 LP)
- B10 Museumspädagogik/Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (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 der ersten drei Studienplansemester des Masterstudiums zu absolvieren. 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 1. Februar 2012

Auf Grund von § 17 Satz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 31 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerlHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 379), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 1. Februar 2012 die folgende Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation beschlossen^{1 2}:

Gliederung der Ordnung

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

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

¹ Bestätigt durch die Hochschulleitung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin am 17. April 2012.

² Bestätigt durch die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft am 11. Mai 2012.

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die ab dem 1. Oktober 2012 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

(1) Leistungsnachweise können in der Form von mündlichen Prüfungen, Klausuren, Referaten, Hausarbeiten, Präsentationen visueller Inhalte sowie anderen Formen von Belegarbeiten erbracht werden. Die jeweils erforderliche Form der Leistungsnachweise wird von dem oder der Prüfenden zu Beginn des Semesters schriftlich bekannt gegeben.

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

§ 4 Modulprüfungen

(1) Jedes Modul schließt mit einer einheitlichen Modulprüfung ab.

(2) Die jeweils bestandene Modulprüfung ist die Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten. 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 Wahlpflichtmodul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden.

(4) Die Zulassung zu einer Prüfung oder zur Erbringung einer modulbegleitend geprüften Studienleistung setzt die Belegung des entsprechenden Moduls gemäß Hochschulordnung voraus.

§ 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.

(2) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer alle Module der ersten drei Studienplansemester im Umfang von 90 Leistungspunkten erfolgreich abgeschlossen und sich bis spätestens zum Ende der jeweils festgelegten Vorlesungszeit des 3. Studienplansemesters in der Prüfungsverwaltung angemeldet hat. Ein Kandidat oder eine Kandidatin kann auch zugelassen werden, wenn

- er oder sie Module im Gesamtumfang von grundsätzlich bis zu fünf Leistungspunkten noch nicht erfolgreich abgeschlossen hat und
- der erfolgreiche Abschluss sämtlicher Module im Semester, in dem die Masterarbeit geschrieben wird, möglich und zu erwarten ist und
- Art und Umfang der noch fehlenden Leistungsnachweise die Anfertigung der Masterarbeit fachlich und zeitlich nicht wesentlich beeinträchtigen.

(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 zwei 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 und 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

(1) 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.

- **M9a** „Praxisprojekt 1: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1)“ und **M13a** „Praxisprojekt 2: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (2)“ bilden die Modulgruppe **Anwendung von Managementinstrumenten im Museum**,
- **M9b** „Praxisprojekt 1: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1)“ und **M13b** „Praxismodul 2: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (2)“ bilden die Modulgruppe **Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum**,
- **M16a** „Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Corporate Identity und **M17a** „Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Organisations- und Servicemanagement bilden die Modulgruppe **Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen (Corporate Identity und Organisations- und Servicemanagement)**
- **M16b** „Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Corporate Image und **M17b** „Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Audience Development bilden die Modulgruppe **Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen (Corporate Image und Audience Development)**

(2) Die Modulnoten der folgenden Module/Modulgruppen werden auf dem Zeugnis ausgewiesen und gehen aber nicht in die Berechnung des Gesamtprädikates ein:

- M9 Praxisprojekt 1
- M13 Praxisprojekt 2
- M12 Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten
- M16 Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1

- M17 Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2
- M18 AWE-Modul 1
- M19 AWE-Modul 2

§ 8 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Die Bestimmung des Gesamtprädikats ergibt sich gem. RPO aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewichtetes Mittel der Teilnoten (X₁, X₂, X₃) nach der Formel:

$$X = 0,70 X_1 + 0,20 X_2 + 0,10 X_3$$

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

Die Teilnoten sind:

- der gewichtete Mittelwert der differenziert bewerteten Module (Größe X₁); dabei werden die ersten beiden Stellen nach dem Komma durch Abschneiden berechnet,
- die Note der Masterarbeit (Größe X₂) und,
- die Modulnote des Masterseminars/Kolloquiums (Größe X₃).

(2) Die Berechnung der Größe X₁ 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
M1 Kommunikations- und Kulturtheorie	5
M2 Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen	5
M3: Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen	5
M4: Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum	5
M5: Zielgruppenspezifische Angebote von Museen	5
M6: Multimediaeinsatz in Museen	5
M7: Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	5
M8: Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	5
M10: Grundlagen des Marketings im Museum	5
M11: Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte	5
M14: Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	5
M15: Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	5
Summe	60

(3) Muster des Masterzeugnisses sind als Anlagen 1 und 2 Bestandteil dieser Ordnung. Die Absolventen 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 Inkrafttreten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach der Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung vom 1. Oktober 2012 in Kraft.

§ 10 Außerkrafttreten

Mit Wirkung zum 30. September 2015 tritt die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und –kommunikation vom 3. Juni 2009 (AMBI. HTW Berlin 37/09) außer Kraft.

Anlage 1 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation

Masterzeugnis

Master's Degree – Grade Transcript

Herr/Frau _____

geboren am _____ in _____

hat sein/ihr Studium

im Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

erfolgreich absolviert.

Gesamtprädikat des Masterstudiums:

»

« (X,X)

Berlin,

Der/Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses

Der Dekan/Die Dekanin

Dieses Zeugnis wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

Masterzeugnis für Frau/Herrn

Die Leistungen der einzelnen Module/-gruppen werden wie folgt beurteilt:

Kommunikations- und Kulturtheorie	_____
Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen	_____
Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen	_____
Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum	_____
Zielgruppenspezifische Angebote von Museen	_____
Multimediaeinsatz in Museen	_____
Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum	_____
Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum	_____
Grundlagen des Marketings im Museum	_____
Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte	_____
Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten	_____
Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation	_____
Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems	_____

Studienschwerpunkt: Museumsmanagement **oder** Museumskommunikation **oder** Wahlpflichtmodule: (sofern kein Schwerpunkt gewählt)

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule:

_____	_____
_____	_____

* Anerkannte Leistungen

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

Mögliches Gesamtprädikat „mit Auszeichnung“, „sehr gut“, „gut“, „befriedigend“, „ausreichend“.

Thema der Masterarbeit:

Das Masterstudium wurde nach der Prüfungsordnung vom 01.02.2012 veröffentlicht im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin Nr. _____ vom _____, absolviert.

Beurteilung der Masterarbeit:

Beurteilung des Masterseminars und Kolloquiums:

Anlage 2 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -
kommunikation



Masterzeugnis

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,

Overall grade achieved in the Master's degree course:

»

« (X,X)

Berlin, _____

Head of Examination Board

Dean

This certificate has also been issued in the German language.

Grade Transcript for Ms / Mr _____

Grades achieved in degree module/module groups:

- Communication Theory and Cultural Theory _____
- Legal and Ethical Problems in the Handling of Information, Presentation and Communication _____
- Theoretical Principles and Approaches for Museum Management _____
- Fundamentals of Visual Communication in Museums _____
- Museum Exhibitions for Specific Target Audiences _____
- Using Multimedia in Museums _____
- Tools for Human Resources Management and Organisation in Museums _____
- Tools for Financial Management and Management Accounting in Museums _____
- Fundamentals of Museum Marketing _____
- Approaches to Financing for Cultural Facilities and Projects _____
- Case Studies on Marketing and Financing of Museums and Cultural Projects _____
- Cultural Policy and Intercultural Communication _____
- Media Policy and Media System Structures _____

Specialisation: Museum Management or Museum Communication or Elective Modules: (if no specialisation has been chosen)

* Grade recognised

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

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

Supplementary Modules:

The degree examination has been passed in accordance with the Examination Standards in effect on 01.02.2012 published in Amtliches Mitteilungsblatt der HTW (Official Information Bulletin), No. _____ of _____.

Topic of thesis:

Assessment of thesis:

Master's seminar/oral degree examination:

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



Masterurkunde

Master's Degree Certificate

Frau _____

geboren am _____ in _____

hat ihr Studium

im Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

erfolgreich absolviert.

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



Masterurkunde

Master's Degree Certificate

Herr _____

geboren am _____ in _____

hat sein Studium

im Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

erfolgreich absolviert.

Ihm wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den

Der Präsident/Die Präsidentin

(Prägesiegel)

Diese Urkunde wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

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



Masterurkunde

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, JJJJ-MM-TT

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

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



Masterurkunde

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, JJJJ-MM-TT

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

HTW Berlin

Diploma Supplement

- Master Museumsmanagement und - kommunikation -

1 Inhaber/ In- haberin 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

Qualifikation 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
Fachhochschule (FH)
University of Applied Sciences (s. Abschnitt 8)

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 berufsqualifizierender 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

Leistungspunkte (LP) nach ECTS: 120

davon Masterarbeit 25 LP

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 Inhalte und erzielte Ergebnisse

4.1 Studienform

Vollzeitstudium, Präsenzstudium

4.2 Anforderungen des Studienganges/Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin

(1) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation bietet Absolventinnen und Absolventen der Museumskunde sowie ggf. auch kultur-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge eine weiterführende akademische Ausbildung für eine Tätigkeit im Management und im Kommunikationsbereich von Museen und ähnlichen Einrichtungen¹.

Das Studium vermittelt die dazu notwendigen fachspezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Es ruht auf zwei Säulen: Vermittelt werden einerseits die Theorien, Instrumente und Methoden des Managements von Museen und kulturellen Dienstleistungen, andererseits die theoretischen Grundlagen, die gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen sowie die praktischen Verfahren der Kommunikation kultureller Inhalte durch Information, Präsentation und Vermittlung. Die Absolventen erwerben theoretische Kenntnisse aus verschiedenen Disziplinen, die Fähigkeit zum kritisch-analytischen Denken und praktische Kompetenzen in anwendungsorientierten Lehrveranstaltungen für qualifizierte und verantwortungsvolle Tätigkeiten in Museen, die es Ihnen erlauben, die komplexen Herausforderungen und Aufgaben des Managements sowie der Kommunikation erfolgreich zu bearbeiten.

¹ Nur aus Gründen der sprachlichen Einfachheit werden museumsähnliche Einrichtungen mit eigenen Sammlungen und Informations-, Präsentations- und Vermittlungsaufgaben im Folgenden, insbesondere in den Modulbeschreibungen, unter den Begriff Museum subsumiert.

(2) Die Absolventen übernehmen operative und strategische Aufgaben in Museen. Tätigkeitsfelder ergeben sich je nach grundständigem Studium in kuratorischen Abteilungen und Kommunikations- und Vermittlungsabteilungen, in übergreifenden Servicestellen und in Stabsstellen von Museen.

Vergleichbare Tätigkeitsfelder ergeben sich in museumsähnlichen Einrichtungen – im Nonprofit- bzw. Public Management-Bereich in Archiven, Bibliotheken und im Management von Denkmälern sowie in anderen Einrichtungen des Kultursektors, die entweder über eigene Sammlungen verfügen (z.B. Galerien, botanische und zoologische Gärten) und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung zuständige Mitarbeiter (z.B. in Planetarien, Brand Parks, Informationszentren, Gedenkstätten, Science Center) mit Management- und Kommunikationskompetenz benötigen. Die vermittelten Ansätze werden im Studium teilweise auf diese vergleichbaren Tätigkeitsfelder übertragen. Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser museumsähnlichen Einrichtungen zu bzw. mit Museen werden durch zahlreiche Beispiele deutlich gemacht und kritisch reflektiert, damit die Begrenztheit, aber auch Offenheit der Inhalte für andere Sektoren besser sichtbar werden.

Studiengangzusammensetzung:

- obligatorisches Kernstudium: 65 LP
- optionale Wahl- und Vertiefungsmodule: 25 LP
- Masterarbeit inkl. Kolloquium: 30 LP

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 (≥ 90%)	sehr gut	eine hervorragende Leistung	A	very good
2,0 (≥ 75%)	gut	eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt	B	good
3,0 (≥ 60%)	befriedigend	eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht	C	satisfactory
4,0 (≥ 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 mehr genügt	F	fail

*) Angabe in von Hundert der erreichten Punktzahl

4.5 Gesamtnote

-- Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) –

Zusammensetzung des Gesamtprädikates:

70 % Modulnoten

20 % Masterarbeit

10 % mündliche Abschlussprüfung (Kolloquium)

5 Status 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 nimmt Bezug auf folgende Originaldokumente:

Masterurkunde über die Verleihung des Grades vom (Datum)

Masterzeugnis vom (Datum)

Unterschrift

Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses

Offizieller Stempel/Siegel