

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Studien- und Prüfungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung und Kultur vom 4. Mai 2016¹

unter Berücksichtigung der 1. Änderungsordnung vom 4. Mai 2018²

und der 2. Änderungsordnung vom 9. Oktober 2019³

nichtamtliche Lesefassung

(verbindlich sind die in den Amtlichen Mitteilungsblättern der HTW veröffentlichten Fassungen)

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
 - § 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO-Ba/Ma)
 - § 3 Vergabe von Studienplätzen
 - § 4 Ziele des Studiums
 - § 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
 - § 6 Regelstudienzeit, Studienplan, Module
 - § 7 Ablauf des Studiums
 - § 8 Ergänzendes allgemeinwissenschaftliches Lehrangebot
 - § 9 Modulprüfungen
 - § 10 Masterarbeit
 - § 11 Abschlusskolloquium
 - § 12 Modulnoten auf dem Masterzeugnis
 - § 13 Berechnung des Gesamtprädikates
 - § 14 Abschlussdokumente
 - § 15 Übergangsregelungen
 - § 16 Inkrafttreten/Veröffentlichung
-
- Anlage 1 Studienplanübersicht
 - Anlage 2 Modulübersicht
 - Anlage 3 Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und-kommunikation
 - Anlage 4 Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul
 - Anlage 5 Spezifika des Diploma Supplements
 - Anlage 6 Äquivalenztabelle

¹ HTW AmtlMittBl. Nr. 16/16 S. 323 ff.

² HTW AmtlMittBl. Nr. 14/18 S. 251 ff.

³ HTW AmtlMittBl. Nr. 02/20 S. 7 ff.

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die nach Inkrafttreten dieser Ordnung am Fachbereich Gestaltung und Kultur der HTW Berlin im Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in das 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

(2) Ferner gilt diese Studien- und Prüfungsordnung für alle Studierenden, welche nach einem Hochschul- oder Studiengangwechsel aufgrund der Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen zeitlich so in den Studienverlauf eingeordnet werden, dass ihr Studienstand dem Personenkreis gemäß Absatz 1 entspricht.

(3) Die Übergangsregelungen in § 15 dieser Ordnung gelten nur für Studierende, die nach der vorangegangenen Studienordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation vom 1. Februar 2012 (AMBl. HTW Berlin Nr. 16/12) immatrikuliert wurden.

(4) Die Studien- und Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO-Ba/Ma)

Die Grundsätze für Studien- und Prüfungsordnungen für Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudien- und -prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge – RStPO – Ba/Ma) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Vergabe von Studienplätzen

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

(2) 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.

§ 4 Ziele des Studiums

(1) Der Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation bietet Absolvent_innen 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 Einrichtungen. Das Studium vermittelt die dazu notwendigen fachspezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten. 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/Ausstellung und Vermittlung. Die Absolvent_innen 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 Absolvent_innen übernehmen operative und strategische Aufgaben in Museen. Tätigkeitsfelder ergeben sich je nach grundständigem Studium in kuratorischen Abteilungen, Kommunikations- und Vermittlungsabteilungen, übergreifenden Servicestellen oder Stabsstellen von Museen. Vergleichbare Tätigkeitsfelder ergeben sich in weiteren Gedächtnisinstitutionen, so im Nonprofit- bzw. Public Management-Bereich in Archiven, Bibliotheken und im Management von Denkmälern. Gleiches gilt für andere Einrichtungen des Kultursektors, die über eigene Sammlungen verfügen und/oder Mitarbeiter mit Management- und Kommunikationskompetenz für Information, Präsentation und Vermittlung 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.

§ 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache

Lehrveranstaltungen oder auch Teile davon können in englischer Sprache durchgeführt werden. Grundsätzlich können auch in allen Lehrveranstaltungen, die in deutscher Sprache durchgeführt werden, englischsprachige Texte, Fallstudien oder Videos eingesetzt werden.

§ 6 Regelstudienzeit, Studienplan, Module

(1) Das Studium im Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation ist ein Präsenzstudium und hat eine Dauer von 4 Semestern (Regelstudienzeit). Es umfasst 120 Leistungspunkte (ECTS). Ein Leistungspunkt steht für einen studentischen Arbeitsaufwand von 30 Stunden. Die jährliche Workload beträgt 1.800 Arbeitsstunden.

(2) Das Studium wird im Einzelnen nach dem Studienplan in Anlage 1 durchgeführt und ist gemäß § 4 RStPO-Ba/Ma modularisiert. Der Studienplan in Anlage 1 enthält eine Liste aller Module einschließlich der Wahlpflichtmodule. Er nennt für jedes Modul die Modulbezeichnung, die Niveaustufe, die Form und Art des Modulangebots (Pflicht-/Wahlpflichtmodul), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in SWS), die zugrunde liegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten (ECTS) und die notwendigen und empfohlenen Voraussetzungen.

(3) Für jedes Modul werden ferner Lernergebnisse und Kompetenzen festgelegt, die in Anlage 3 enthalten und Bestandteil dieser Ordnung sind.

(4) Eine ausführliche Beschreibung der Module erfolgt in den Modulbeschreibungen für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation.

§ 7 Ablauf des Studiums

(1) Studienbeginn im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation ist einmal jährlich jeweils zum Wintersemester.

(2) Im zweiten und dritten Semester ist jeweils ein Praxisprojekt im Umfang von 12 Leistungspunkten zu absolvieren. Den Studierenden werden verschiedene Praxisprojektthemen zur Auswahl angeboten, aus denen die Studierenden frei wählen können.

(3) Das Studium wird mit einer Masterarbeit abgeschlossen. Die Masterarbeit wird von der Lehrveranstaltung Masterseminar im Rahmen des Moduls Abschlusskolloquium begleitet. Der zeitliche Bearbeitungsaufwand für das Modul Abschlusskolloquium umfasst 5 Leistungspunkte.

(4) Das Studium ist erfolgreich abgeschlossen, wenn alle Module sowie die Masterarbeit jeweils erfolgreich absolviert wurden.

§ 8 Ergänzendes allgemeinwissenschaftliches Lehrangebot

(1) Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule (AWE) beträgt 4 Leistungspunkte. Die AWE-Module müssen aus dem AWE-Modulangebot (keine Fremdsprachen) der HTW Berlin gewählt werden.

(2) Abweichend von Absatz 1 können 2 Leistungspunkte auf die vertiefende Ausbildung in Englisch und 2 Leistungspunkte auf andere allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodulen entfallen. Die Englisch-Ausbildung dient der Vertiefung bereits vorhandener Kenntnisse auf dem Niveau des akademischen Sprachgebrauchs (Oberstufe).

(3) Abweichend von Absatz 1 kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodulen auf eine vertiefende Fremdsprachenausbildung (Englisch: Oberstufe; Französisch, Russisch, Spanisch: Mittelstufe 3) entfallen.

(4) Bei ausländischen Studierenden, die ihren Bachelorabschluss in einer anderen Sprache als Deutsch erworben haben, kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule auf eine vertiefende Ausbildung in Deutsch als Fremdsprache (Oberstufe 1) entfallen.

(5) Die nach Abs. 2 bis 4 gewählte Fremdsprache darf nicht mit der Muttersprache des/der Studierenden identisch sein.

§ 9 Modulprüfungen

(1) Alle Module werden differenziert bewertet.

(2) Die erfolgreiche Teilnahme an einem Modul wird durch das Bestehen einer einheitlichen Modulprüfung nachgewiesen. Die Prüfungskomponenten und Prüfungsformen werden für jedes Modul in den Modulbeschreibungen für den Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation - Master of Arts (M.A.) festgelegt.

(3) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungskomponenten, so wird die Modulnote durch die Bildung eines gewogenen Mittels der Teilnoten ermittelt, wobei die Gewichtung der Teilnoten in der Modulbeschreibung festzulegen ist.

(4) Das Bestehen der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten. Die Anzahl der für die einzelnen Module festgesetzten Leistungspunkte ist in Anlage 1 aufgeführt.

(5) Wird die Prüfung in einem Wahlpflichtmodul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden. Möglich ist jedoch die Ausstellung eines Leistungsnachweises über das zusätzlich absolvierte Wahlpflichtmodul durch den Dozenten oder die Dozentin.

(6) Die Zulassung zu einer Prüfung oder zu der Erbringung einer modulbegleitend geprüften Studienleistung setzt die Belegung des jeweiligen Moduls nach Maßgabe der Hochschulordnung der HTW Berlin (HO) in der jeweils gültigen Fassung voraus.

(7) Für die Module M5 Praxisprojekt 1 und M15 Praxisprojekt 2 wird lediglich eine Prüfungsmöglichkeit im Semester angeboten.

§ 10 Masterarbeit

(1) Der Prüfungsausschuss des Studienganges bestätigt durch Unterschrift des/der Vorsitzenden das von dem/der Studierenden gewählte Thema der Masterarbeit und legt den Bearbeitungsbeginn und den Abgabetermin sowie die betreuenden Prüfer_innen schriftlich fest.

(2) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer Module im Umfang von 89 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 Umfang von bis zu zehn Leistungspunkten noch nicht erfolgreich abgeschlossen hat.

(3) Studierende, die gemäß § 4 Absatz 2 lit. d der Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation zugelassen wurden, müssen darüber hinaus nachweisen, dass sie die Brückenkurse gemäß Anlage 3 Abs. 1 erfolgreich abgeschlossen haben.

(4) Für Studierende, die in Studienverzug geraten sind, legt der Prüfungsausschuss gesonderte Termine für die Zulassung zur Anfertigung der Masterarbeit fest.

(5) Der zeitliche Bearbeitungsaufwand der Masterarbeit entspricht 22 Leistungspunkten. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit umfasst 17 Wochen. Die Masterarbeit ist zu dem nach Abs. 1 festgelegten Abgabetermin gemäß § 23 Abs. 7 RStPO-Ba/Ma einzureichen.

(6) Die Masterarbeit kann als Gruppenarbeit von zwei Studierenden angefertigt werden, soweit der/die Betreuer_in einverstanden und das Thema geeignet ist. In diesem Fall müssen die Beiträge der einzelnen Studierenden abgrenzbar und individuell zu beurteilen sein. Entsprechende Verfahrensweisen werden vom Prüfungsausschuss festgelegt. Wurden Abschlussarbeiten als

Gruppenarbeit durchgeführt, so soll das Abschlusskolloquium als gemeinsame Prüfung organisiert werden.

§ 11 Abschlusskolloquium

(1) Das Kolloquium wird als Modulprüfung zum Modul Abschlusskolloquium durchgeführt.

(2) Zum Abschlusskolloquium wird zugelassen, wer die Masterarbeit erfolgreich erstellt hat und 115 Leistungspunkte im Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation nachweisen kann.

(3) Die Modulprüfung zum Modul Abschlusskolloquium orientiert sich schwerpunktmäßig am Gegenstand der Masterarbeit und ordnet diesen in den Kontext des Studiengangs Museumsmanagement und -kommunikation ein. Von der Masterarbeit direkt betroffene Fachgebiete aus dem Studiengang Museumsmanagement und -kommunikation können auch Gegenstand der Modulprüfung sein. 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.

§ 12 Modulnoten auf dem Masterzeugnis

(1) Auf dem Masterzeugnis werden die Module in folgender Reihenfolge aufgeführt:

(a) Pflichtmodule

Kritische Museumstheorien

Grundlagen des Managements von Museen

Personalmanagement und Organisation in Museen

Finanzmanagement und Controlling in Museen

Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte

Corporate Identity – Corporate Image von Museen

Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen

Multimediaeinsatz in Museen

Grundlagen des Marketings in Museen

Audience Development

Museen und Diversity

Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen

Ethik und Recht in Museen

(b) Fachspezifische Projekte:

(Praxisprojekt 1: Thema des Projekts)

(Praxisprojekt 2: Thema des Projekts)

(c) Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule:

(AWE-Modul 1 oder Fremdsprache)

(AWE-Modul 2 oder Fremdsprache)

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

- Kritische Museumstheorien
- Grundlagen des Managements von Museen
- Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen
- Multimediaeinsatz in Museen

- Finanzmanagement und Controlling in Museen
- Ethik und Recht in Museen

§ 13 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Das Gesamtprädikat des Abschlusses ergibt sich aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewogenes arithmetisches Mittel der Teilnoten (X₁, X₂, X₃) nach der Formel

$$X = aX_1 + bX_2 + cX_3$$

berechnet, nach der zweiten Stelle hinter dem Komma abgeschnitten und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird. Die Teilnoten sind:

- der gewogene Mittelwert der Modulnoten, die in die Berechnung der Abschlussnote Eingang finden (Größe X₁); dabei wird die errechnete Note nach den ersten beiden Stellen hinter dem Komma abgeschnitten,
- die Note der Abschlussarbeit (Größe X₂) und
- die Note des Masterseminar/ Abschlusskolloquiums (Größe X₃).

Für die Gewichtungsfaktoren gilt:

$$a = 0,60; b = 0,30; c = 0,10.$$

(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 Gewichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.

(3) Die Gewichtungsfaktoren der einzelnen Module sind im Folgenden aufgeführt:

| Modulbezeichnung | Gewichtungsfaktor a_i |
|--|--|
| Praxisprojekt 1 | 12 |
| Museen und Diversity | 5 |
| Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen | 5 |
| Grundlagen des Marketings in Museen | 5 |
| Audience Development | 5 |
| Personalmanagement und Organisation in Museen | 5 |
| Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | 5 |
| Corporate Identity – Corporate Image von Museen | 5 |
| Praxisprojekt 2 | 12 |
| AWE-Modul 1 | 2 |
| AWE-Modul 2 | 2 |
| Summe | 63 |

§ 14 Abschlussdokumente

(1) Der oder die Absolvent/in erhalten die Abschlussdokumente gemäß § 28 der RStPO – Ba/Ma in ihrer jeweils gültigen Fassung. Die Verleihung des akademischen Grades Master of Arts wird auf der Masterurkunde bescheinigt.

(2) Die Spezifika des Diploma Supplements des Masterstudienganges Museumsmanagement und -kommunikation werden in der Anlage 4 ausgewiesen.

§ 15 Übergangsregelungen

(1) Studierende, welche in Studienverzug geraten sind und für die Module nach der vorangegangenen Studienordnung im konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und -kommunikation vom 1. Februar 2012 (AMBl. HTW Berlin Nr. 16/12) **NICHT** mehr angeboten werden, müssen als Äquivalent die in der Äquivalenztabelle in Anlage 5 aufgeführten Module dieser Studien- und Prüfungsordnung absolvieren.

(2) Werden keine äquivalenten Module angeboten, so entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss des Masterstudiengangs Museumsmanagement und -kommunikation im Rahmen von Einzelfallentscheidungen auf schriftlichen Antrag des Studierenden bis spätestens vor Beginn der Prüfungsanmeldung für den 1. Prüfungszeitraum.

§ 16 Inkrafttreten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung vom 1. Oktober 2016 in Kraft.

Studienplanübersicht ab dem Wintersemester 2018/19

1. Semester

| Nr. | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-----------------------|--|-----|------|-----------|-----------|-----|----|----|
| M1 | Kritische Museumstheorien | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M2 | Grundlagen des Managements von Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M3 | Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M4 | Multimediaeinsatz in Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M8 | Ethik und Recht in Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M9 | Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen | P | PÜ | 6 | 5 | 2a | - | |
| Summe Semester | | | | 26 | 30 | | | |

2. Semester

| Nr. | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-----------------------|--|-----|------|-----------|-----------|-----|----|----|
| M5 | Praxisprojekt 1 | WP | PS | 10 | 12 | 2a | - | - |
| M6 | Museen und Diversity | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| M7 | Finanzmanagement und Controlling in Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2b | - | M2 |
| M10 | Grundlagen des Marketings in Museen | P | PÜ | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| M11 | Audience Development | P | PÜ | 4 | 5 | 2a | - | - |
| Summe Semester | | | | 26 | 32 | | | |

3. Semester

| Nr. | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-----------------------|---|-----|------|-----------|-----------|-----|----|------------------------|
| M12 | Personalmanagement und Organisation in Museen | P | PÜ | 2 | 5 | 2b | - | M2 M7 |
| M13 | Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | P | PÜ | 4 | 5 | 2b | - | M2 M7 |
| M14 | Corporate Identity – Corporate Image von Museen | P | PÜ | 6 | 5 | 2b | - | M3 M9 M10 M11 |
| M15 | Praxisprojekt 2 | WP | PS | 10 | 12 | 2a | - | |
| Summe Semester | | | | 22 | 27 | | | |

4. Semester

| Nr. | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-----------|-----------------------|-----|------|-----------|------------|-----------|------|----|
| M16 | AWE-Modul 1 | WP | PÜ | 2 | 2 | 2a/ 2b | - | 1) |
| M17 | AWE-Modul 2 | WP | PÜ | 2 | 2 | 2a/ 2b | - | 1) |
| M18 | Masterarbeit | P | | 0 | 22 | 2b | § 10 | |
| M19 | Abschlusskolloquium | P | | | 5 | 2b | § 11 | |
| M19. 1 | Masterseminar | | PS | 2 | | | | |
| | Summe Semester | | | 6 | 31 | | | |
| | Summe gesamt | | | 80 | 120 | | | |

1) Siehe AWE/Module Fremdsprachen

Erläuterungen:

Form der Lehrveranstaltung:

PÜ Praktische Übung
PS (Projekt-)Seminar

Art des Moduls:

P Pflichtmodul
WP Wahlpflichtmodul

Allgemein:

| | | | |
|-----|--|-----|--|
| EV | Empfohlene Voraussetzung (Module mit empfohlen bestandener Prüfungsleistung) | NV | Notwendige Voraussetzung (Module mit notwendig bestandener Prüfungsleistung) |
| LP | Leistungspunkte (ECTS) | SWS | Semesterwochenstunden |
| NSt | Niveaustufe (2a = voraussetzungsfrei/2b = voraussetzungsbehaftet) | | |

Anmerkungen:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden à 60 Minuten.

Wahlpflichtmodule

| Nr. | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-----|------------------|-----|------|-----|-----------|-----|----|----|
| M5 | Praxisprojekt 1 | WP | PS | 10 | 12 | 2a | - | |
| M15 | Praxisprojekt 2 | WP | PS | 10 | 12 | 2a | - | |

Es werden verschiedene Themen zur Auswahl angeboten, welche von den Studierenden zu Beginn des Semesters belegt werden müssen.

AWE-Module/Fremdsprachen

Variante 1 (gemäß § 8 Abs. 1):

| Nr. | Modulbezeichnung | LP | NSt | NV | EV |
|-----|------------------|----|-----|----|----|
| M16 | AWE-Modul 1 | 2 | 2a | - | - |
| M17 | AWE Modul 2 | 2 | 2a | - | - |

Variante 2 (gemäß § 8 Abs. 2):

| Nr. | Modulbezeichnung | LP | NSt | NV | EV |
|-----|--|----|-----|----|-----|
| M16 | Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T | 2 | 2b | - | *1) |
| M17 | AWE Modul | 2 | 2a | - | - |

Variante 3 (gemäß § 8 Abs. 3):

| Nr. | Modulbezeichnung | LP | NSt | NV | EV |
|--------------|---|-----------------|-----|----|-----|
| M16 + M17 | Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T oder Französisch M3Ws oder Russisch M3Ws oder Spanisch M3Ws | 2 + 2 oder 4 | 2b | - | *2) |

Variante 4 (gemäß § 8 Abs. 4):

| Nr. | Modulbezeichnung | LP | NSt | NV | EV |
|--------------|--------------------------------|----------------|-----|----|-----|
| M16 + M17 | Deutsch als Fremdsprache O1W/T | 2 +2 oder 4 | 2b | - | *3) |

*1) Erfolgreicher Abschluss Englisch der Mittelstufe 3

*2) Englisch: Modul Mittelstufe 3 (B2.2)
Französisch/Russisch/Spanisch: Modul Mittelstufe 2 (B2.1)

*3) Modul Mittelstufe 3 oder DSH

Modulübersicht

| | Museumsmanagement und -kommunikation | Museum Management and Communication | |
|------------|--|---|-----------|
| Nr. | Modulbezeichnung (deutsch) | Modulbezeichnung (englisch) | LP |
| M1 | Kritische Museumstheorien | Critical Museum Theory | 5 |
| M2 | Grundlagen des Managements von Museen | Fundamentals of Museum Management | 5 |
| M3 | Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen | Fundamentals of Visual Communication in Museums | 5 |
| M4 | Multimediaeinsatz in Museen | Using Multimedia in Museums | 5 |
| M5 | Praxisprojekt 1 | Practical Project 1 | 12 |
| M6 | Museen und Diversity | Museums and Diversity | 5 |
| M7 | Finanzmanagement und Controlling in Museen | Financial Management and Control in Museums | 5 |
| M8 | Ethik und Recht in Museen | Ethics and Law in Museums | 5 |
| M9 | Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen | Museum Information and Education Events for Specific Target Audiences | 5 |
| M10 | Grundlagen des Marketings in Museen | Fundamentals of Museum Marketing | 5 |
| M11 | Audience Development | Audience Development | 5 |
| M12 | Personalmanagement und Organisation in Museen | Human Resources Management and Organisation in Museums | 5 |
| M13 | Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | Financing Cultural Facilities and Projects | 5 |
| M14 | Corporate Identity – Corporate Image von Museen | Corporate Identity – Museums’ Corporate Image | 5 |
| M15 | Praxisprojekt 2 | Practical Project 2 | 12 |
| M16 | AWE-Modul 1 | Supplementary Module 1 | 2 |
| M17 | AWE-Modul 2 | Supplementary Module 2 | 2 |
| M18 | Masterarbeit | Master’s Thesis | 22 |
| M19 | Abschlusskolloquium | Final Oral Examination | 5 |

Brückenkurse für das Masterstudium Museumsmanagement und -kommunikation

(1) Brückenkurse für Absolvent_innen kultur-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge:

- B1 Grundlagen der Museumskunde 1 (5 LP)
- B7 Inventarisierung 2 (5 LP)
- B11 Information und Bildung (5 LP)
- B16 Besucherforschung und Besucherservice (5 LP)
- B19 Kunstsammlungen (5 LP)
- B21 Kuratieren von Ausstellungen (5 LP)

Das Gesamtvolumen der Brückenkurse beträgt 30 Leistungspunkte (LP).

(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 Studien- und Prüfungsordnung 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/die Student_in ein gesondertes Zertifikat, die Brückenkurse sind nicht Bestandteil des Masterzeugnisses.

Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M1 Kritische Museumstheorien |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- kennen die Grundlagen ausgewählter kulturtheoretischer und kommunikationstheoretischer Museumstheorien,- können museumstheoretische Argumente und Diskussionen in das Theoriegeflecht einordnen,- sind in der Lage, die Institution Museum, ihre Geschichte, Möglichkeiten und Grenzen kritisch zu reflektieren. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M2 Grundlagen des Managements von Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- kennen die Grundlagen der Managementlehre und können sie auf Museen anwenden,- verstehen betriebswirtschaftlich begründete Handlungen und Prozesse im Museum und können sie aktiv anwenden. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M3 Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- kennen die Grundlagen, Theorien und Verfahren der visuellen Kommunikation aus Sicht verschiedener Disziplinen sowie ihre Bedeutung für die Information, Präsentation und Vermittlung in Museen,- sind zur Analyse, Konzeption, Aufbereitung und Präsentation von visuellen Inhalten in der Lage. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M4 Multimediaeinsatz in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- kennen unterschiedliche multimediale Informations-, Präsentations- und Vermittlungsformen in Museen und ähnlichen Kultureinrichtungen,- können die verschiedenen multimedialen Vermittlungsformate hinsichtlich ihrer Formen und Inhalte reflektieren, konzipieren und einsetzen. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M6 Museen und Diversity |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none">- kennen die Grundbegriffe, Theorien und Probleme im Bereich Museen und Diversity,- sind in der Lage, die damit verbundenen Herausforderungen für die Arbeit kultureller Einrichtungen als Orientierung für strategische Handlungen und Entscheidungen zu begreifen und aktiv umzusetzen. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M7 Finanzmanagement und Controlling in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Rechnungswesen, Finanzplanung, Investitionsmöglichkeiten und Haushaltsüberwachung und -steuerung in Museen, - können einfache Instrumente des Rechnungswesens, der Finanzplanung, Haushaltsüberwachung und -steuerung in Museen kritisch bewerten und in der Praxis anwenden. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M8 Ethik und Recht in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen rechtliche und ethische Fragen der Museumsarbeit und können sie zielgerichtet in ihre Tätigkeit integrieren, - können juristische und ethische Probleme analysieren und eigene Lösungsansätze entwickeln, - kennen nicht-westliche Fragen zu Museumsrecht und Museumsethiken und können sie analysieren, bewerten und in die Praxis integrieren. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M9 Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Zielgruppen kultureller Einrichtungen und die Strategien bzgl. Information, Präsentation und Vermittlung, die verschiedene Museumsarten aufgrund ihrer Profile für diese Zielgruppen realisieren, - können konkrete zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen analysieren und kritisch bewerten, - sind in der Lage, auf der Basis kultureller Zielsetzungen zielgruppenspezifische Angebote organisatorisch sowie marktbezogen umzusetzen. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M10 Grundlagen des Marketings in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Instrumente der Marktforschung, Marktsegmentierung, des Marketing-Mix und der Besucherorientierung in Museen, - können diese Instrumente analysieren, bewerten, konzipieren und einsetzen. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M11 Audience Development |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Theorien, Instrumente und Formen der integrierten Unternehmenskommunikation (Integration von Besucherforschung, Marketing, Programmarbeit, und Museumspädagogik) in Museen und können sie kritisch reflektieren, - kennen die Instrumente der Besucherbindung und des Customer Relationship Management in Museen und können sie selbständig einsetzen, - sind in der Lage, theoretische und strategische Ansätze des Audience Development zu bewerten und in der Praxis anzuwenden. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M12 Personalmanagement und Organisation in Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Instrumente und Möglichkeiten von Personalführung, Personalfinanzierung, Personalentwicklung, Arbeitsgestaltung und Motivation, - können diese Instrumente reflektieren, konzipieren und selbständig in der Praxis anwenden, - kennen die Grundlagen des Datenschutzes, der Gleichstellung und des Arbeitsschutzes in Museen und können sie aktiv umsetzen. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M13 Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen, Formen, Modelle und Quellen der Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte, - können Finanzierungspläne erstellen, überprüfen und umsetzen - kennen die Möglichkeiten, zusätzliche Finanzierungsquellen zu erschließen, und können sie anwenden. |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M14 Corporate Identity – Corporate Image von Museen |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Theorien, Instrumente und Formen der integrierten Unternehmenskommunikation, die auf Zielgruppen innerhalb und außerhalb des Museums gerichtet sind, und können sie einsetzen, - sind in der Lage, theoretische und strategische Ansätze für konkrete Fragestellungen der Kommunikation mit Stakeholdern innerhalb und außerhalb des Museums zu bewerten und in der Praxis anzuwenden. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M18 Masterarbeit |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine selbst gewählte oder vorgeschlagene, komplexe Thematik unter Beachtung fachspezifischer wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu durchdringen, in einer schriftlichen Ausarbeitung darzustellen und ergebnisorientiert zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, sich innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums auch in unbekannte Probleme einzuarbeiten, diese zu diskutieren und Lösungen zu entwickeln.</p> |

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M19 Abschlusskolloquium |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p>Im Rahmen des abschließenden Kolloquiums stellen die Studierenden die Thesen und Ergebnisse ihrer Masterarbeit dar und verteidigen sie im wissenschaftlichen Diskurs.</p> |

Wahlpflichtmodule

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M5 Praxisprojekt 1 |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- können Management- und Kommunikationsinstrumente in Museen zielgerichtet einsetzen,- sind in der Lage, kuratorische Projekte in Museen zu konzipieren und zu realisieren,- gewinnen Teamfähigkeit. |

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M15 Praxisprojekt 2 |
| Lernergebnis und Kompetenzen | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- erwerben praktische Erfahrung bei der Analyse und dem Einsatz von Management- und Kommunikationsinstrumenten in Museen,- kennen die Evaluationsmöglichkeiten (front-end, formativ, summativ) im Rahmen der Ausstellungsentwicklung und können sie einsetzen,- erwerben Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Gestalter_innen, Vermittler_innen und Nutzer_innen,- gewinnen Teamfähigkeit. |

AWE/Fremdsprachen

Variante 1:

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M16 und M17 AWE-Modul 1 und 2 |
| Lernergebnis und 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 Potenziale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation. |

Variante 2:

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M16 Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <u>Englisch: Oberstufe 1 oder 2/Allgemeinsprache, Wirtschaft oder Technik (C1 oder C2)</u> Das Modul ist aus dem Modulangebot der ZE Fremdsprachen frei wählbar und dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und/oder fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung: <ul style="list-style-type: none">- Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung,- flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen, |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und - klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen. |
|--|---|

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | M17 AWE Modul |
| Lernergebnis und 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 Potenziale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation. |

Variante 3:

| | |
|------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | <p>Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T oder Französisch M3Ws oder Russisch M3Ws oder Spanisch M3Ws</p> |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p><u>Englisch: Oberstufe 1 oder 2/ Allgemeinsprache, Wirtschaft oder Technik (C1 oder C2)</u></p> <p>Die Module/Das Modul dienen/dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und/oder fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung, - flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen, - flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und - klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen. <p><u>Französisch/Russisch/Spanisch: Mittelstufe 3/Wirtschaft (B2.2)</u></p> <p>Das Modul dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Erlangung hoher fachsprachlicher Kompetenz mit folgender Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - hohes Textverständnis sowohl bei Texten mit konkretem als auch abstraktem Inhalt, - Präsentation und Diskussion von fachsprachlich relevanten Themen, - flüssige Gesprächsführung, auch zu spontan gewählten Themen, |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - detaillierte und klar strukturierte Textproduktion zu fachlichen Themen und - Darlegung des eigenen Standpunkts zu einem fachlichen Hauptthema unter Benennung der Vor- und Nachteile unterschiedlicher Ansätze. |
|--|---|

Variante 4 (nur für Studierende nach § 8 Abs. 4):

| | |
|------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | M16 und M17 Deutsch als Fremdsprache O1W/T |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <p><u>Deutsch als Fremdsprache: Oberstufe 1/Wirtschaft oder Technik (C1)</u></p> <p>Das Modul dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung, - flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen, - flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und - klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen. |

Spezifika des Diploma Supplements

Nachfolgend werden die Spezifika des Masterstudienganges Museumsmanagement und -kommunikation ausgewiesen.

HTW Berlin

Diploma Supplement

- Master Museumsmanagement und -kommunikation -

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 Gestaltung und Kultur
Fachbereich 5, Gestaltung und Kultur

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 22 LP

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

- Bachelor of Arts im Studiengang Museumskunde oder 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

Der Masterstudiengang Museumsmanagement und –kommunikation bietet Absolvent_innen 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 Einrichtungen.

Das Studium vermittelt die dazu notwendigen fachspezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten. 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/Ausstellung 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.

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 und/oder für Information, Präsentation und Vermittlung zuständige Mitarbeiter 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.

Studienzusammensetzung:

| | | |
|---------|--|----|
| - LP | obligatorisches Kernstudium: | 65 |
| - LP | optionale Wahl- und Vertiefungsmodule: | 28 |
| - LP | Masterarbeit inkl. Kolloquium: | 27 |

4.3 Einzelheiten zum Studiengang

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

4.4 Notensystem und Hinweise zur Vergabe von Noten Zusammensetzung des Gesamtprädikats:

60 % Modulnoten
30 % Masterarbeit
10 % mündliche Abschlussprüfung (Kolloquium)

4.5 Gesamtnote

- Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) –

5 Status der Qualifikation

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

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

(s. Abschnitt 8)

5.2 Beruflicher Status

Der Masterabschluss eröffnet den Zugang zum höheren Dienst in Deutschland.

6 Weitere Angaben

6.1 Weitere Angaben

Die HTW Berlin hat am 5.5.2014 durch AQAS die Systemakkreditierung erhalten. Damit sind alle Studiengänge der HTW Berlin, die Gegenstand der internen Qualitätssicherung nach den Vorgaben des akkreditierten Systems waren und sind, akkreditiert. Darunter fällt auch der hier vorliegende Studiengang (siehe: www.akkreditierungsrat.de).

6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

HTW Berlin: <http://www.HTW-Berlin.de>

Studiengang: <http://mmk.htw-berlin.de/>

Äquivalenztabelle

| Nr. | Modulbezeichnung gemäß Studienordnung vom 1. Februar 2012 (AMBI. HTW Berlin Nr. 16/12) | LP | Nr. | Modulbezeichnung gemäß dieser Studien- und Prüfungsordnung | LP |
|------------|--|-----------|------------|--|-----------|
| M1 | Kommunikations- und Kulturtheorie | 5 | M1 | Kritische Museumstheorien | 5 |
| M2 | Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis in Museen | 5 | M8 | Ethik und Recht in Museen | 5 |
| M3 | Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Museen | 5 | M2 | Grundlagen des Managements von Museen | 5 |
| M4 | Grundlagen der visuellen Kommunikation im Museum | 5 | M3 | Grundlagen der visuellen Kommunikation in Museen | 5 |
| M5 | Zielgruppenspezifische Angebote von Museen | 5 | M9 | Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote von Museen | 5 |
| M6 | Multimediaeinsatz in Museen | 5 | M4 | Multimediaeinsatz in Museen | 5 |
| M7 | Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum | 5 | M12 | Personalmanagement und Organisation in Museen | 5 |
| M8 | Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum | 5 | M7 | Finanzmanagement und Controlling in Museen | 5 |
| M9 | M9a: Praxisprojekt 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (1) ODER Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (1) | 5 | M5 | Praxisprojekt 1 | 12 |
| M10 | Grundlagen des Marketings im Museum | 5 | M10 | Grundlagen des Marketings in Museen | 5 |
| M11 | Finanzierungsansätze kultureller Einrichtungen und Projekte | 5 | M13 | Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | 5 |
| M12 | Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung von Museen und kulturellen Projekten | 5 | | Einzelfallentscheidung des Prüfungsausschusses ¹ | |

| | | | | | |
|-----|---|----|-----|---|----|
| M13 | M13a: Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Anwendung von Managementinstrumenten im Museum (2) ODER Praxisprojekt 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Museum (2) | 5 | M15 | Praxisprojekt 2 | 12 |
| M14 | Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation | 5 | M6 | Museen und Diversity | 5 |
| M15 | Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems | 5 | | Einzelfallentscheidung des Prüfungsausschusses ¹ | |
| M16 | M16a, Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museumsmanagement: Corporate Identity ODER M16b, Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 1: Schwerpunkt Museumskommunikation: Corporate Image | 5 | M14 | Corporate Identity - Corporate Image von Museen | 5 |
| M17 | M17a, Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumsmanagement: Organisations- und Servicemanagement ODER M17b, Integrierte Unternehmenskommunikation von Museen 2: Schwerpunkt Museumskommunikation: Audience Development | 6 | M11 | Audience Development | 5 |
| M18 | AWE-Modul 1 | 2 | M16 | AWE-Modul 1 | 2 |
| M19 | AWE-Modul 2 | 2 | M17 | AWE-Modul 2 | 2 |
| M20 | Masterarbeit | 25 | M18 | Masterarbeit | 22 |
| M21 | Masterseminar und Kolloquium | 5 | M19 | Masterseminar und Kolloquium | 5 |

¹⁾ Hier entscheidet im Einzelfall der Prüfungsausschuss des Masterstudienganges Museumsmanagement und -kommunikation auf schriftlichen Antrag der/des Studierenden bis spätestens vor Beginn der jeweils 1. Prüfungsanmeldung.