

47/11

1. September 2011

Amtliches Mitteilungsblatt

| | Seite |
|--|-------|
| Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den Bachelorstudiengang Museumskunde im Fachbereich Gestaltung vom 6. Juli 2011. | 757 |
| Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und –kommunikation im Fachbereich Gestaltung vom 6. Juli 2011. | 758 |

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

Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung

für den Bachelorstudiengang

Museumskunde

im Fachbereich Gestaltung vom 6. Juli 2011

Auf Grund von § 17 Absatz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes vom 10. August 2009 (AMBl. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 24 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20. Mai 2011 (GVBl. S. 194), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 6. Juli 2011 die folgende Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den Bachelorstudiengang Museumskunde vom 8. Juli 2009 (AMBl. HTW Berlin 28/09) beschlossen*.

Artikel 1

Nr. 1

§1 Geltungsbereich

Diese Änderungsordnung gilt für alle immatrikulierten Studierenden des Bachelorstudiengang Museumskunde.

Nr. 2

Anlage 3

Richtlinien für das Fachpraktikum im Rahmen der Praxisphase im Bachelorstudiengang Museumskunde

In § 2 Absatz 1 wird Satz 4 ersetzt durch: „Das Fachpraktikum am Praktikumsplatz umfasst mindestens 12 Wochen mit einer wöchentlichen Arbeitszeit von 33 Stunden, die ab der 11. Woche des 5. Studiensemesters absolviert werden.“

Artikel 2 Inkrafttreten

Diese Änderungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 1. Oktober 2011 in Kraft.

* Der Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung angezeigt am 15.08.2011.

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Museumsmanagement und -kommunikation

im Fachbereich Gestaltung vom 6. Juli 2011

Auf Grund von § 17 Absatz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes vom 10. August 2009 (AMBI. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 24 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20. Mai 2011 (GVBl. S. 194), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Gestaltung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 6. Juli 2011 die folgende Erste Ordnung zur Änderung der Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Museumsmanagement und –kommunikation vom 3. Juni 2009 (AMBI. HTW Berlin 37/09) beschlossen*.

Artikel 1

Nr. 1

Anlage 1 Beschreibung für jedes Modul

Die Beschreibungen der Module M5, M9 und M13 werden durch die nachfolgenden Beschreibungen ersetzt.

| | |
|------------------------------|--|
| Name | M 5 Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum |
| Leistungspunkte | 5 |
| Niveaustufe | 2b |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Planung verschiedener visueller Angebote im Museum • Befähigung zur Planung und Durchführung einer visuellen Präsentation für kulturelle Einrichtungen |
| Empfohlene Voraussetzungen | M4, M6, M13 |
| Notwendige Voraussetzungen | Keine |

* Der Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung angezeigt am 15.08.2011.

| | |
|------------------------------|--|
| Name | M 9 Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum |
| Leistungspunkte | 5 |
| Niveaustufe | 2b |
| Lernergebnis und Kompetenzen | <ul style="list-style-type: none"> • Praktische Erfahrung bei der Planung von Instrumenten der Organisation und des Controllings in Museen • Befähigung zur Planung und Durchführung kleinerer Organisationsverbesserungen oder Installation eines Moduls des Berichtswesens |
| Empfohlene Voraussetzungen | M8, M10, M11 |
| Notwendige Voraussetzungen | Keine |

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

Nr. 2

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

Der Satz unter der Überschrift **Wahlpflichtmodule: Kerncurriculum** wird wie folgt neugefasst:
 „Zu den Praxismodulen im M5 und M9 im 2. und 3. Semester werden jeweils mindestens zwei verschiedene Angebote unterbreitet.“

Nr. 3**Anlage 2 Studienplanübersicht über die Module im 1. und 2. Studienjahr**

Die Studienplanübersicht über die Module im 1. und 2. Studienjahr in Anlage 2 wird durch die nachfolgende Studienplanübersicht über die Module im 1. und 2. Studienjahr ersetzt.

1. Studienplanübersicht über die Module im 1. Studienjahr

| | | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-------------|-----|--|-----|------|----------|----|-----|----|-------------|
| 1. Semester | M1 | Kommunikations- und Kulturtheorie | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | M2 | Museum und Kultur: Juristische und ethische Probleme in der Informations-, Präsentations- und Vermittlungspraxis | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | M3 | Theoretische Grundlagen und Ansätze im Management von Nonprofit-Einrichtungen | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | M4 | Visuelle und ästhetische Kommunikation: Information, Präsentation und Vermittlung | P | SU | 4 | 5 | 2a | | - |
| | M6 | Medieneinsatz in Information, Präsentation und Vermittlung | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | M13 | Zielgruppenspezifische Informations- und Vermittlungsangebote: Profile und Strategien kultureller Einrichtungen | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | | Summen | | | 24 | 30 | | | |
| 2. Semester | M5 | Praxismodul: Konzeption und Realisierung visueller Angebote im Museum | WP | Ü | 3 | 5 | 2b | - | M4, M6, M13 |
| | M7 | Instrumente des Personalmanagements und Organisation im Museum | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| | M8 | Instrumente des Finanzmanagements und Controlling im Museum | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| | M10 | Grundlagen des Marketings in Nonprofit-Einrichtungen: Kundenorientierung im Museum | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| | M11 | Ressourcenmarketing: Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | P | SU | 4 | 5 | 2a | - | - |
| | M12 | Fallstudien zum Marketing und zur Finanzierung kultureller Einrichtungen und Projekte | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| | | Summen | | | 20/ 3 | 30 | | | |

2. Studienplanübersicht über die Module im 2. Studienjahr

| | | Modulbezeichnung | Art | Form | SWS | LP | NSt | NV | EV |
|-------------|-----|--|-----|------|----------|-----|-----|-----------|--------------|
| 3. Semester | M9 | Praxismodul: Anwendung von Managementansätzen im Museum | WP | Ü | 4 | 5 | 2b | - | M8, M10, M11 |
| | M14 | Kulturpolitik und interkulturelle Kommunikation | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M1 |
| | M15 | Medienpolitik und Strukturen des Mediensystems | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M1 |
| | M16 | Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 1: Corporate Identity – Corporate Image | P | SU | 4 | 5 | 2b | - | M3 |
| | M17 | Integrierte Unternehmenskommunikation kultureller Einrichtungen 2: Audience Development – Integration von Programm, Museumspädagogik und Marketing | P | SU | 4 | 6 | 2b | - | M3 |
| | M18 | AWE-Modul 1 | WP | SU | 2 | 2 | 2a | - | - |
| | M19 | AWE-Modul 2 | WP | SU | 2 | 2 | 2a | - | - |
| | | Summen | | | 20/ 4 | 30 | | | |
| 4. Sem. | M20 | Masterarbeit | P | | | 25 | 2b | PO \$5 | |
| | M21 | Masterbegleitendes Seminar und Kolloquium | P | S | 2 | 5 | 2b | PO \$6 | |
| | | Summe | | | 0/2 | 30 | | | |
| | | Summe Studium gesamt | | | 73 | 120 | | | |

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 à 60 Minuten. Die Masterarbeit beginnt zu Semesterbeginn und ist vorlesungsbegleitend anzufertigen. Deren Workload beträgt 25·30 Stunden = 750 Stunden. Als maximale Bearbeitungsdauer sind 18 Wochen vorgesehen.

Artikel 2 Inkrafttreten

Diese Änderungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 1. Oktober 2011 in Kraft.

