

## Fernstudium „Kultur- und Medienmanagement“ Präsenzveranstaltungen Dezember 2008

Stand: 30. Juli 2008

Abkürzungen: WR = Wirtschaft und Recht; PG = Politik und Gesellschaft  
KO = Kommunikation und Organisation; KM = Kultur und Medien

	Datum	Ort	Thema Dozentin/Dozent	Anmelde- schluss
KM	5. 9:30 bis 17:30	Hamburg	<p><b>Kultur – Theorie – Tanz</b></p> <p>Der zeitgenössische Tanz kann als ein „Grenzgänger“ unter den Künsten gelten: zwischen Aufführung, Proben- und Forschungsarbeit (rehearsal &amp; research), zwischen Tanz, Theater und Performance. Seine eindeutige Situierung ist nicht auszumachen – ein Spagat für den Kulturmanager. Wie kann eine Tanzveranstaltung, die als ausgearbeitetes kulturelles Produkt noch gar nicht existiert, vermittelt werden?</p> <p><b>Maïke Vollmer</b> B.A. Medien- und Kulturwissenschaft an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf (HHUD) und M.A. Medienkulturanalyse an der HHUD sowie der Université de Nantes.</p>	07.11.
KO	6. 9:00 bis 17:00	Hamburg	<p><b>Theatermanagement</b></p> <p>Theatermanagement bewegt sich heute zunehmend zwischen künstlerischem Anspruch auf der einen und der Forderung nach Wirtschaftlichkeit auf der anderen Seite. Die Veranstaltung thematisiert im ersten Teil Marketing als Bestandteil modernen Theatermanagements an öffentlichen Theatern und befasst sich im zweiten Teil mit der Planung und Durchführung geförderter freier Theaterproduktionen von der Antragstellung bis zum Rechenschaftsbericht.</p> <p><b>Christiane McMahon</b> arbeitet im Bereich Projektmanagement, Produktionsleitung, Marketing &amp; PR, Stage Management an öffentlichen und privaten Theatern</p>	07.11.
KM	12. 9:30 bis 17:30	München	<p><b>KMM Kompakt</b></p> <p>Detailliertes Wissen ist gut und wichtig. Besser und noch wichtiger aber ist es (zunächst), die Hintergründe und Zusammenhänge von betrieblichen Entscheidungen im Kultur- und Medienmanagement zu kennen. Das Seminar hat zum Ziel, einen ersten Überblick eben darüber zu geben und in die Lehrgebiete des KMM Fernstudiums einzuführen.</p> <p><b>Prof. Dr. Friedrich Loock</b> ist Leiter des Institutes Kultur- und Medienmanagement Hamburg. <i>Diese PV ist eine Pflichtveranstaltung für alle Studienanfänger – sie wird im Laufe des Semesters mehrfach dezentral angeboten.</i></p>	14.11.

<b>WR</b>	<b>13.</b> 9:30 bis 17:30	München	<p><b>Marketing-Management in Kultur und Medien</b></p> <p>Ausgehend von der Vermittlung marktwirtschaftlicher Grundstrukturen stehen die Anforderungen zu „Nachfrage“ (= Beschaffung) und „Angebot“ (Absatz) im Mittelpunkt der Veranstaltung. Hier werden reale Marktsituationen analysiert und diskutiert. Dazu werden sämtliche real denkbaren Marktsituationen nachgezeichnet und jeweils bestmögliche Entscheidungen erarbeitet.</p> <p><i><b>Prof. Dr. Friedrich Loock</b> ist Direktor des Instituts Kultur- und Medienmanagement Hamburg</i></p>	14.11.
<b>KO</b>	<b>19.</b> 10:00 bis 18:00	Hamburg	<p><b>Corporate Communication</b></p> <p>Die Präsenzveranstaltung führt ein in alle wesentlichen Aspekte interner und externer Unternehmenskommunikation, von PR bis Werbung und von Mitarbeiterführung bis zur internen Nutzung von Kommunikationsmedien. Wer spricht wann mit wem über was und wieso geht dabei so viel schief?</p> <p><i><b>Michael Esser</b> ist Autor, Regisseur, Dramaturg, kreativer Geschäftsleiter eines Hörbuchverlages, Kommunikationsberater.</i></p>	19.11.

## Detallierte Informationen zu den Präsenzveranstaltungen

### Kultur – Theorie – Tanz

<b>Informationen zur Dozentin</b>	<p><b>Maïke Vollmer</b> B.A. Medien- und Kulturwissenschaft an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf (HHUD) und M.A. Medienkulturanalyse an der HHUD sowie der Université de Nantes, zur Zeit Vorbereitung zur Promotion in Medien- und Kulturwissenschaft. Sie gibt Seminare am Institut für Kultur und Medien der HHUD zu den Themen „Körper“, „Bild und Bewegung im zeitgenössischen Tanz“, „Bewegung: Material und Vokabular in zeitgenössischen Tanzproduktionen“ Organisation von wissenschaftlich-künstlerischen Tagungen in Kooperation mit dem tanzhaus NRW, Konzeption und Organisation des „Labor Tanz“ am Institut für Kultur und Medien der HHUD</p>
<b>PV – Titel</b>	<b>Kultur – Theorie – Tanz</b>
<b>Termin und Ort</b>	Samstag 05.12.2008, 9:30-17:30 Uhr Hochschule für Musik und Theater Hamburg
<b>Kurs-Typ</b>	Grundkurs / Einführung
<b>Zusammenfassung</b>	<p>Der zeitgenössische Tanz kann als ein „Grenzgänger“ unter den Künsten gelten: zwischen Aufführung, Proben- und Forschungsarbeit (rehearsal &amp; research), zwischen Tanz, Theater und Performance. Seine eindeutige Situierung ist nicht auszumachen – ein Spagat für den Kulturmanager.</p> <p>In einer scheinbar abstrakten Weise behandeln zeitgenössische Tanzaufführungen aktuelle gesellschaftliche und kulturelle Themen. Die Produktionsphase zeichnet sich durch ein Be- und Umarbeiten aus. Das Statement des Choreographen Jérôme Bel „if they know what they will do, they aren't contemporary artists anymore“ verdeutlicht dies und weist zugleich auf ein ernstzunehmendes Problem hin, vor das der Kulturmanager gestellt ist: Wie kann eine Tanzveranstaltung, die als ausgearbeitetes kulturelles Produkt noch gar nicht existiert, vermittelt werden? Welche Bedingungen sind für den Arbeitsprozess des Künstlers zu schaffen?</p>
<b>Inhalt der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- historische Entwicklungen des zeitgenössischen Tanzes</li> <li>- kulturtheoretische Anknüpfungspunkte</li> <li>- Schreiben und Sprechen über Tanz: Strategien der Vermittlung</li> <li>- Produktions- und Laborprozesse im zeitgenössischen Tanz</li> </ul>
<b>Ziele der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturtheoretische Grundkenntnisse</li> <li>- Basiswissen Tanztheorie</li> <li>- Theoretisches Reflexionsvermögen über Tanz in Verbindung mit Praktiken des Kulturmanagements</li> </ul>

<b>Vorbereitung</b>	<p><i>Huschka, Sabine</i>: Moderner Tanz. Konzepte - Stile - Utopien. Cover: Moderner Tanz. Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg 2002, ISBN 3499556375</p> <p>Zum Seminar wird ein Reader angeboten, der grundlegende Texte für die Auseinandersetzung mit zeitgenössischem Tanz und Kulturtheorie enthält. Auf diese Texte wird im Seminar Bezug genommen. Der Reader soll die Möglichkeit bieten, die Inhalte weiter zu vertiefen. Daher besteht keine Notwendigkeit einer vorherigen Lektüre.</p>
<b>Besonderes</b>	<p>Es besteht eventuell die Möglichkeit, im Anschluss an das Seminar gemeinsam eine zeitgenössische Tanzaufführung zu besuchen (nicht verpflichtend!). Weitere Informationen hierzu werden zeitnah bekannt gegeben.</p>
<b>Anmeldeschluss</b>	<p>07.11.2008</p>

## Theatermanagement

<b>Informationen zur Dozentin</b>	<i>Christiane McMahon</i> arbeitet im Bereich Projektmanagement, Produktionsleitung, Marketing & PR, Stage Management an öffentlichen und privaten Theatern u.a. am Thalia Theater Hamburg, Stage Entertainment, Kampnagel/Staatliche Jugendmusikschule Hamburg, freie Theaterproduktionen; seit über 20 Jahre ist sie als Schauspielerin am Theater, bei Film & TV tätig; Veröffentlichung: `Theatermarketing – Chancen und Wege´ in „Kulturmanagement & Kulturpolitik“, Raabe Verlag 2006.
<b>PV – Titel</b>	<b>Theatermanagement</b>
<b>Termin und Ort</b>	06. Dezember 2008 von 9:00 – 17:00 Uhr, Hamburg, Hochschule für Musik und Theater
<b>Kurs-Typ</b>	Grundkurs / Einführung
<b>Zusammenfassung</b>	Theatermanagement bewegt sich heute zunehmend zwischen künstlerischem Anspruch auf der einen und der Forderung nach Wirtschaftlichkeit auf der anderen Seite. Die Veranstaltung thematisiert im ersten Teil Marketing als Bestandteil modernen Theatermanagements an öffentlichen Theatern und befasst sich im zweiten Teil mit der Planung und Durchführung geförderter freier Theaterproduktionen von der Antragstellung bis zum Rechenschaftsbericht.
<b>Inhalt der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Betriebsstrukturen öffentlicher Theater</li> <li>- Theater als Teil des wachsenden Freizeitmarktes</li> <li>- Grundlagen und Praxisbeispiele von Theatermarketing</li> <li>- Konzept, Finanzplanung, Finanzierungsnachweis einer geförderten freien Theaterproduktion</li> </ul>
<b>Ziele der Präsenzveranstaltung</b>	Ziel ist es, Chancen und Wege von Theatermanagement kennen zu lernen, kritisch zu betrachten und mit Hilfe der vermittelten Inhalte eigene Konzepte praxisnah entwickeln zu können.
<b>Vorbereitung</b>	Keine Vorbereitung notwendig
<b>Anmeldeschluss</b>	07.11.2008

## KMM-Kompakt

<b>Informationen zum Dozenten</b>	<i>Prof. Dr. Friedrich Loock</i> ist Leiter des Institutes Kultur- und Medienmanagement Hamburg
<b>PV - Titel</b>	<b>KMM Kompakt</b>
<b>Termin und Ort</b>	Freitag, 12. Dezember 2008, 9:30-17:30 in München
<b>Kurs-Typ</b>	Grundkurs/Einführung
<b>Zusammenfassung</b>	Detailliertes Wissen ist gut und wichtig. Besser und noch wichtiger aber ist es (zunächst), die Hintergründe und Zusammenhänge von betrieblichen Entscheidungen im Kultur- und Medienmanagement zu kennen. Das Seminar hat zum Ziel, einen ersten Überblick eben darüber zu geben und in die Lehrgebiete des KMM Fernstudiums einzuführen. Diese Zusammenhänge werden an aktuellen Beispielen diskutiert, um Praxiszusammenhänge zu erläutern und Orientierungshilfen für die weitere Gestaltung des Studiums zu schaffen.
<b>Inhalt der Lehrveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Betrieb, Organisation, Management</li><li>• Gesellschaft und Politik</li><li>• Kulturfinanzierung</li><li>• Kulturmarketing</li></ul>
<b>Ziele der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Überblick über die KMM Lehrgebiete</li><li>• Orientierung zur Organisation des Studienverlaufs</li><li>• Praxisrelevanz, Aktualitätsbezug des Studiums</li></ul>
<b>Vorbereitung</b>	Keine Vorbereitung notwendig
<b>Besonderes</b>	Diese Präsenzveranstaltung ist eine Pflichtveranstaltung für alle Studienanfänger – sie wird im Laufe des Semesters mehrfach dezentral angeboten.
<b>Anmeldeschluss</b>	14. November 2008

## Marketing-Management in Kultur und Medien

<b>Informationen zur Person</b>	<i>Prof. Dr. Friedrich Loock</i> Direktor des Instituts KMM Hamburg
<b>PV – Titel</b>	<b>Marketing-Management in Kultur und Medien</b>
<b>Termin und Ort</b>	Samstag, 13. Dezember 2008, 9:30-17:30 Uhr, München
<b>Kurs-Typ</b>	Grundkurs/Einführung
<b>Zusammenfassung</b>	Die Veranstaltung zeichnet Entscheidungen nach, die Kultur- und Medieneinrichtungen als Marktpartner oder als Marktbegleiter während bzw. zur Unterstützung ihres betrieblichen Leistungsprozesses zu treffen haben.
<b>Inhalt der Präsenzveranstaltung</b>	Ausgehend von der Vermittlung marktwirtschaftlicher Grundstrukturen stehen die Anforderungen zu „Nachfrage“ (= Beschaffung) und „Angebot“ (Absatz) im Mittelpunkt der Veranstaltung. Hier werden reale Marktsituationen analysiert und diskutiert. Dazu werden sämtliche real denkbaren Marktsituationen nachgezeichnet und jeweils bestmögliche Entscheidungen erarbeitet.
<b>Ziele der Präsenzveranstaltung</b>	Die Teilnehmer sollen ein Bewusstsein entwickeln für wechselseitige bzw. einseitige Abhängigkeiten, in denen sich Kultur- und Medieneinrichtungen bewegen und marktbezogene bzw. marktkonforme Entscheidungen zu treffen haben.
<b>Literaturtipps</b>	Die Teilnehmer müssen nicht über Vorwissen verfügen. Die Vorbereitung der Veranstaltung durch einen Blick in die folgende Lektüre wird empfohlen. SB 035-0807: Basiswissen Marketingmanagement oder SB 067-0807: Kulturmarketing oder SB 038-0807: Basiswissen Marketing oder SB 062-0807: Marketing-Konzeptionen für Museen
<b>Anmeldeschluss</b>	14.11.2008

## Corporate Communication

<b>Informationen zum Dozenten</b>	<i>Michael Esser</i> ist Autor, Regisseur, Dramaturg, kreativer Geschäftsleiter eines Hörbuchverlages, Kommunikationsberater
<b>PV – Titel</b>	Corporate Communication
<b>Termin und Ort</b>	Freitag, 19.12.2008, 10:00 – 18:00 Uhr Hochschule für Musik und Theater Hamburg
<b>Kurs-Typ</b>	Grundkurs/Einführung
<b>Zusammenfassung</b>	Die Präsenzveranstaltung führt ein in alle wesentlichen Aspekte interner und externer Unternehmenskommunikation, von PR bis Werbung und von Mitarbeiterführung bis zur internen Nutzung von Kommunikationsmedien. Wer spricht wann mit wem über was und wieso geht dabei so viel schief?
<b>Inhalt der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Methode der Analyse von Kommunikationsmedien – welche Medien werden benutzt; was können sie leisten und was nicht?</li> <li>o Verwenden von Kommunikationsbarrieren – Status, Hierarchien, Fachsprachen</li> <li>o Kommunikation zur Integration oder zum Ausschluss von Mitarbeitern.</li> <li>o Effizienzfallen in der Kommunikation – was ist logisch vermittelbar, was muss emotional vermittelt werden?</li> <li>o Übung / Gruppenarbeit / Diskussion</li> </ul>
<b>Ziele der Präsenzveranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Einblick und Kenntnis der grundsätzlichen Aufgabenfelder von Corporate Communication.</li> <li>o Analyse der Medien, die für die Corporate Communication genutzt werden.</li> <li>o Prüfung des Potentials und der Möglichkeiten des Internet und von Enterprise 2.0 für die Corporate Communication.</li> <li>o Einblick in die Funktionsweisen von Marke, Brand und Image.</li> </ul>
<b>Empfohlene Vorbereitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Aktuelle Werbung betrachten, die gut gefällt und die nicht gefällt.</li> <li>o Einblick in Basic Beliefs bzw. Grundwerte großer Unternehmen – werden auf den WebSites vieler Unternehmen präsentiert.</li> </ul>
<b>Anmeldeschluss</b>	19. November 2008