

Kulturmarketing und Kulturmanagement

Prof. Dr. Klein

Seit Beginn der neunziger Jahre existiert das Fach „Kulturmanagement“ an deutschen Hochschulen (in Frankreich wird es als „gestion culturelle“ gelehrt). Es reagiert auf die seither neuen Herausforderungen innerhalb des öffentlichen und privaten Kulturbetriebs. Das Seminar gibt einen Überblick über die wesentlichen Fragen- und Aufgabenstellungen des Gebiets unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Traditionen und Situationen in Deutschland und Frankreich. Intensiv befasst sich das Seminar mit den unterschiedlichen historischen und kulturellen Ausgangssituation in Frankreich und Deutschland im 18. Jahrhundert. Intensiv werden die Bereiche Kulturpolitik in Deutschland und Frankreich behandelt, außerdem die Tätigkeitsgebiete Kulturmarketing sowie Kulturfinanzierung (Sponsoring und Fundraising). Ein Scheinerwerb ist durch Kurzreferat (Liste im Institut) oder Hausarbeit möglich.

Literatur:

Klein, Armin (Hrsg.): Kompendium Kulturmanagement, 3. Auflage

Klein, Armin: Kulturmarketing (dtv-Taschenbuch), 3. Auflage

Klein, Armin: Kulturpolitik (3. Auflage)

Heinrichs, Werner: Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt 1999