

SKM Studienzentrum
Kulturmanagement
Universität Basel

MAS
Masterprogramm
Kulturmanagement

Ist Ihnen Kultur wichtig? Und wenn ja: warum? (frei nach Max Frisch)

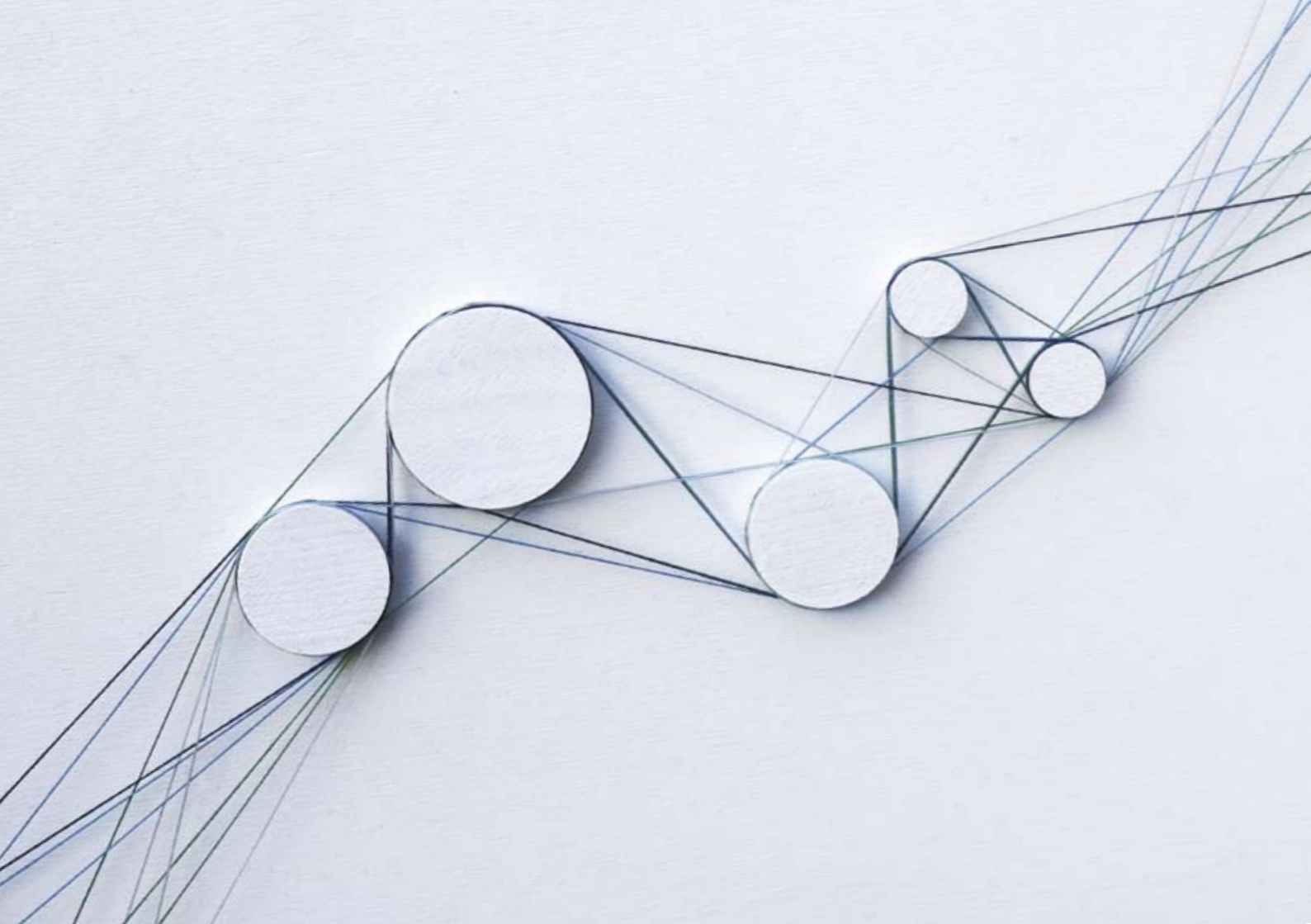
Der Kulturbetrieb braucht professionelles Management, aber kein Managen von Kultur!

Das Image der Kultur hat sich rasant gewandelt. Längst ist sie nicht mehr feierabendlicher Luxus für Privilegierte, sondern gehört im Bewusstsein der Menschen zum Lebensnotwendigen. Mehr Freizeit und mehr Bildung haben ohnehin mehr Kultur mit sich gebracht; vor allem aber ist die Einsicht gewachsen, dass ein vielfältiges Kulturangebot gesellschaftlich bedeutsam ist, weil es den Einzelnen die Auseinandersetzung mit sich selbst und der Welt ermöglicht – und weil das, was von einer Gesellschaft bleibt, letztlich die Kultur ist.

Der in den letzten Jahrzehnten massiv gewachsene Kulturbetrieb ist den weltweiten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Trends ausgesetzt – auch dann, wenn er dazu ein Gegengewicht bilden will. Liebe zur Kultur und Enthusiasmus sind zwar immer noch wichtige Voraussetzungen für

erfolgreiches Arbeiten auf kulturellem Gebiet, sie genügen aber meist nicht mehr, um qualitativ hochstehende Produkte effizient zu entwickeln und zu vermitteln. In finanziell angespannten Zeiten müssen Projekte zudem sorgfältiger geplant, ausführlicher begründet, zurückhaltender bewilligt und aufmerksamer kontrolliert werden.

Gründe genug, um mit dem Masterprogramm Kulturmanagement systematisch dafür zu sorgen, dass Professionalität auf kulturellem Gebiet nicht nur in künstlerischen Belangen, sondern auch im Management zur Regel wird. Dabei meint Professionalität nicht seelenlose Technokratie, sondern inhaltliches Engagement verbunden mit solider Kompetenz.



| | |
|--|----|
| Das Studienzentrum Kulturmanagement | 6 |
| Das Basler Modell für Kulturmanagement | 7 |
| Das Masterprogramm Kulturmanagement | 9 |
| Zielpublikum | 10 |
| Dozierende | 10 |
| Arbeitsweise | 10 |
| Inhalte | 11 |
| Studienplan | 12 |
| Die Module | |
| Grundlagen Kultur | 14 |
| Grundlagen Management | 15 |
| Das Kulturunternehmen I | 16 |
| Das Kulturunternehmen II | 17 |
| Persönliche Kompetenzen | 18 |
| Das Kulturunternehmen III | 19 |
| Kultur und Gesellschaft | 20 |
| Führungskompetenzen | 21 |
| Angewandte Kompetenzen | 21 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| Das Formale | |
| Dauer, Umfang | 23 |
| Studiendaten, Studienort | 23 |
| Leistungsnachweise, ECTS-Kreditpunkte | 24 |
| Diplom | 24 |
| Aufnahme | 25 |
| Kosten | 26 |
| Trägerschaft, Beirat, Kooperationen | 26 |
| Studienleitung | 27 |
| Kontakt | 27 |

Das Studienzentrum Kulturmanagement

Das Studienzentrum Kulturmanagement (SKM) ist ein in der Schweiz einzigartiges universitäres Kompetenzzentrum: Es betreibt Aus- und Weiterbildung, Beratung und Forschung an den Schnittstellen zwischen Kultur und Management, zwischen Kulturproduktion und Kulturpolitik. Kerngebiet seiner Tätigkeit ist das berufsbegleitende Masterprogramm Kulturmanagement.

Das SKM ist Teil der Universität Basel. Diese gewährleistet personell und vom Fächerreichtum her den kontinuierlichen interdisziplinären Austausch, wie ihn keine andere Institution aufweist. In ihren Leitideen hat die Universität Basel Kultur zu einem ihrer zwei fakultätsübergreifenden Profilierungsschwerpunkte erklärt. Im Zusammenspiel zwischen Geistes-, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften entfaltet sich das inhaltliche Spektrum, aus dem sich zeitgemässes Kulturmanagement nährt.

Durch die verfügbaren Kompetenzen, die vielseitigen Praxiserfahrungen, das umfassende Netzwerk und seine spezifische Haltung zum Kulturmanagement gewährleistet das SKM qualitativ hochstehende und bedarfsgerechte Ergebnisse und trägt somit zur Stärkung des kulturellen Lebens bei. Das SKM betreibt auch die wichtigste Stellenbörse für den Kulturbereich in der Schweiz.

Das Studienzentrum profitiert zudem von seiner Lage in der Stadt Basel. "Culture unlimited" lautet ihr Slogan: Die Humanistenstadt mit ihrer starken mäzenatischen Tradition weist im europäischen Vergleich eine einmalige Dichte an Museen und weiteren kulturellen Institutionen auf.

Das Basler Modell für Kulturmanagement

Das Basler Modell für Kulturmanagement ist ein integratives Konzept für sachgerechtes und gezieltes Handeln in kulturellen Institutionen und Projekten.

"Sachgerecht" meint, dass das Eigenleben von Kunst und Kultur, dass die Kreativität geschützt bleibt: nicht sie sind Objekt des Managements, sondern die Faktoren, die ihre Entstehung, Verbreitung und Rezeption ermöglichen.

Nach einer Formulierung des Germanisten Peter von Matt ist Kultur alles, was sich mit jener menschlichen Arbeit berührt, die den Lebensinn produziert. So verstanden ist Kulturmanagement anspruchsvolles "Management of Meaning", denn es sucht das komplexe Zusammenspiel kultureller Inhalte mit interdisziplinär abgestütztem Handwerk zu gestalten. Betriebswirtschaftliches Know-how allein genügt diesem vielschichtigen Managementverständnis nicht.

"Integrativ" meint, dass sich alle Aktivitäten im Kulturmanagement an den künstlerischen oder kulturellen Inhalten orientieren, also die spezifischen Bedürfnisse und Gesetzmässigkeiten der Kultur berücksichtigen. Das heisst weiter, dass ethische Reflexion, Qualitätsbewusstsein sowie wirtschafts- und kulturtheoretisches Wissen stets zusammenspielen müssen.

Kulturmanager bewegen sich auf einem Terrain, das erst zum Teil vermessen und dessen Horizont offen ist: Kein eindeutig bestimmtes Fach, sondern ein "Fächer von Fächern" bildet den Kontext, in dem sie sich betätigen. Das Kerngebiet Kultur steht in vielfältigen Austauschbeziehungen zu wirtschaftlichen, rechtlichen, sozialwissenschaftlichen Bezugsdisziplinen; zusammen erst konstituieren sie Kulturmanagement. Kulturmanager sind damit Schnittstellen-Manager. Die verschiedenen Disziplinen verhalten sich dabei wie die Partikel in einem Kaleidoskop – mit jeder Drehung des Zylinders verschieben sich die Schnittmengen, verändert sich die Aufgabenstellung. Wo sich Spannungsfelder zwischen kulturellen und ökonomischen Standpunkten auftun, ist kreative Auseinandersetzung gefragt, nicht Abgrenzung.

Kulturmanagement bezeichnet im Basler Modell also nicht die Steuerung von Kultur oder Kunst – deren Eigenleben soll sich frei entfalten können – oder gar ihre Instrumentalisierung im Sinne einer Ökonomisierung oder Kommerzialisierung. Kulturmanagement meint vielmehr die adäquate Planung, Organisation, Steuerung und Evaluation aller Vorkehrungen, welche die kulturelle Produktion, die Vermittlung und die Rezeption ermöglichen – wozu es nicht zuletzt einer guten Prise Leidenschaft bedarf.

Das Masterprogramm Kulturmanagement

Das Masterprogramm Kulturmanagement der Universität Basel vermittelt das Orientierungs- und Spezialwissen, das zu qualifizierter Fach- und Führungsarbeit im heutigen Kulturbetrieb befähigt. Es bietet den Studierenden die Möglichkeit, die eigene berufliche Praxis mit theoretischen Ansätzen zu verbinden, neue Arbeitsinstrumente anzuwenden und dadurch persönliche und betriebliche Potenziale gezielt zu entfalten.

Leitgedanken des Masterprogramms sind:

- Zuerst und zuletzt geht es immer um die Kultur.
- Die generalistische Ausrichtung des Studiengangs dient Kulturschaffenden aus allen Sparten, Angestellten aus Institutionen und der Verwaltung ebenso wie Selbständigen in Projekten.
- Die Dozierenden aus Hochschule und Praxis vermitteln aktuelles Fachwissen, das konkret auf die Bedürfnisse des Kulturmanagements ausgelegt ist.
- Das Studienprogramm ist didaktisch logisch aufgebaut und bietet den Studierenden gute Orientierung im offenen Feld des Kulturmanagements.
- Aktuelle Kulturfragen und die berufliche Praxis der Studierenden sind integrale Bestandteile des Unterrichts.
- Die intensive Begleitung durch die Studienleitung unterstützt den individuellen Lernerfolg der Studierenden.

Zielpublikum

Der berufsbegleitende Studiengang ist eine anspruchsvolle Weiterbildung für Angestellte und Selbständige aus der Kultur, der Kreativwirtschaft, der Verwaltung und aus kultur-nahen Arbeitsbereichen.

Dozierende

Dozierende sind Angehörige verschiedener Fakultäten der Universität Basel und anderer Hochschulen sowie Persönlichkeiten aus der Praxis kultureller Betriebe oder der öffentlichen Verwaltung. Aktuelle Angaben enthält die Webseite des Studienzentrums.

Um eine möglichst hohe Anwendungsorientierung zu erreichen, haben die Dozierenden, sofern sie nicht direkt in der Kulturarbeit tätig sind, ihr Fachwissen für die speziellen Bedürfnisse der Kulturschaffenden aufbereitet. Sie vermitteln das notwendige Basiswissen, stellen konkrete Arbeitsinstrumente vor und diskutieren diese anhand realer Fallstudien aus dem Berufsalltag. Über den Unterricht hinaus begleiten sie die Studierenden bei der Abfassung der schriftlichen Arbeiten.

Arbeitsweise

Das Studium besteht aus den in Module gegliederten Studientagen und Eigenleistungen der Studierenden vor und nach den Unterrichtseinheiten.

An den Lehr- und Lernveranstaltungen selbst wechseln sich Vorträge und Seminarveranstaltungen mit Lernen in Kleingruppen und anhand von Fallstudien ab. Dabei werden in Inhalt und Form die Bedürfnisse und Kompetenzen der Studierenden berücksichtigt; deren Wissen und Erfahrungen als qualifizierte Fachleute fließen gezielt in die Gestaltung des Unterrichts ein. Einen wesentlichen Teil des Studiums bilden die themenbezogene Lektüre und die von den Studierenden selbst verfassten Arbeiten und Referate.

Der Studiengang verfügt über eine gut ausgebaute Kommunikationsplattform mit Intranet und Archiv für alle Studienunterlagen. Zudem besteht Zugang zur Fachbibliothek des Studienzentrums.

Die Dozierenden und die Lehrveranstaltungen insgesamt werden laufend evaluiert. Feedback der Studierenden wird kontinuierlich mit der Studienleitung diskutiert und fließt in die Gestaltung des Studiums ein.

Unterrichtssprache ist Deutsch. Passive Kenntnisse der französischen und der englischen Sprache werden vorausgesetzt.

Inhalte

International hat sich ein Grundverständnis darüber ausgebildet, welche Themen zur Lehre des Fachs Kulturmanagement gehören. Rechtliche, politische, historische, soziale, ethische, ästhetische, philosophische Aspekte bilden ein reiches gesellschaftliches Umfeld, dessen Verständnis unabdingbar ist, um konstruktiv darin agieren zu können. Ebenfalls zu den Kernkompetenzen für die Führungs- und Projektarbeit im Kulturbereich zählen spezifische Managementtechniken, die auf die Anforderungen des Kulturbereichs abgestimmt sind.

Das Basler Masterprogramm setzt diese Elemente in eine logische Ordnung und gliedert auch die Lernprozesse psychologisch sinnvoll: Der thematischen Einstimmung und dem Kennenlernen folgen rezeptiver Wissenserwerb und eigenständige Erarbeitung von Spezialwissen, der reflektierenden Verarbeitung des Stoffes folgt der Transfer in die berufliche Praxis. Der Studiengang zeichnet sich durch die hohe Kohärenz seiner Unterrichtseinheiten aus.

Das erste Ausbildungsjahr dient der Aneignung von kulturwissenschaftlichem und unternehmerischem Grundlagenwissen. Parallel dazu lernen die Studierenden Arbeitsinstrumente für die kulturelle Betriebs- und Projektleitung kennen und entwickeln ihre persönlichen Fähigkeiten in Kommunikation und Präsentation.

Im zweiten Studienjahr öffnet sich das Themenspektrum auf die externen Faktoren, die im Kultursektor wirksam sind. Die Auseinandersetzung mit der Rolle der Kultur in der Gesellschaft und den Einflüssen von Politik, Recht und Wirtschaft vertieft das Verständnis für die Zusammenhänge, in denen sich jedes kulturelle Unternehmen oder Vorhaben bewegen muss. Auf der Ebene der Handlungskompetenzen bilden Aufgaben der Unternehmensleitung, der Personal- und Teamführung weitere thematische Schwerpunkte.

Spezielles Gewicht wird kulturellen Ereignissen und Trends zugemessen, die im eigens konzipierten Gefäß "Kultur aktuell" vorgestellt und diskutiert werden.

Studienplan Masterprogramm Kulturmanagement

Erstes Studienjahr / 43 Studientage



Grundlagen Kultur

Kulturtheorie
Kulturanthropologie
Kultursoziologie
Kulturwissenschaften
Kultur aktuell



Grundlagen Management

Betriebswirtschaft
Strategisches Management
Organisation
Finanzen



Kulturunternehmen I

Marketing
Empirische Kulturforschung
Öffentlichkeitsarbeit
Mittelbeschaffung



Kulturunternehmen II

Projektmanagement
Kulturbusinessplan
Qualitätsmanagement



Persönliche Kompetenzen

Arbeitstechnik
Wissenschaftliches Arbeiten
Rhetorik
Präsentationstraining
Medientraining
Interkulturelle Kompetenzen

Zweites Studienjahr / 40 Studientage



Kulturunternehmen III

Volkswirtschaft
Kreativwirtschaft
Kulturökonomik
Kooperationen
Kulturpolitik
Kulturförderung
Recht



Kultur & Gesellschaft

Kulturvermittlung
Ethik
Kultur von morgen
Kulturkritik
Transkulturelle Arbeit
Kultur aktuell



Führungskompetenzen

Integriertes Kulturmanagement
Führung und Management von Veränderungen
Teamführung
Personalmanagement



Angewandte Kompetenzen

Klausur
Diplomarbeit und Präsentation
Mündliche Abschlussprüfung

Erstes Studienjahr →



Zweites Studienjahr →



Die Module

Grundlagen Kultur *Begriffe, Tendenzen, Inhalte*

Einführung ins Kulturmanagement

- Suchbild Kulturmanager
- Arbeitsfelder und Interdisziplinarität
- Netzwerke und Anspruchsgruppen

Kulturtheorie für die Praxis

- Begriffliches und methodisches Instrumentarium
- Kritische Reflexion kultureller Theorie
- Wandel des Kulturbegriffs

Kulturanthropologie; Kultursoziologie

- Ursprünge der Kunst, Kulturgeschichte
- Gesellschaftliche Bedeutung von Kultur, Alltagskultur
- Kultur und sozio-demografische Entwicklungen

Kulturwissenschaften

- Grundbegriffe und Paradigmen der neueren Kulturwissenschaft
- Zentrale theoretische Ansätze und ihre Vertreter in den verschiedenen kulturwissenschaftlichen Disziplinen

Kultur aktuell

- Reflexion und Diskussion aktueller Kulturereignisse



Grundlagen Management *Die betriebliche Innensicht*

Betriebswirtschaft

- Prinzipien der betriebswirtschaftlichen Denkweise
- Der Wirtschaftsprozess der Unternehmung und seine wichtigsten Bausteine

Strategisches Management

- Prozess und Aufgaben der strategischen Unternehmensführung
- Leitbilder: Aufgaben, Entwicklung, Umsetzung
- Entwicklungsschritte und Instrumente für die Erarbeitung einer kohärenten Unternehmensstrategie
- Massnahmen zur Umsetzung der Unternehmensstrategie, Umgang mit Widerständen

Organisation

- Management von Strukturen und Prozessen
- Koordinations-, Orientierungs- und Motivationsaufgabe der Organisation

Finanzen

- Übersicht über Grundbegriffe, Aufbau und Nutzen des betrieblichen Rechnungswesens
- Inhalt und Bedeutung von Erfolgsrechnung und Bilanz
- Möglichkeiten der finanziellen Steuerung des Unternehmens



Das Kulturunternehmen I *Kommunizieren und Mittel beschaffen*



Marketing

- Marketing als marktorientierte Unternehmensführung
- Wichtige Elemente des strategischen und operativen Marketings
- Schritte bei der Entwicklung von Marketingkonzepten
- Markt- und besucherorientierte Unternehmenskommunikation

Dienstleistungsmarketing

- Gegenstand und Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
- Relationship Marketing als strategische Grundausrichtung
- Besuchergewinnung, Besucherbindung und Beschwerdemanagement
- Messung der Dienstleistungsqualität und Besucherzufriedenheit
- Grundlagen und Erfolgsfaktoren des Veranstaltungsmarketings

Empirische Kulturforschung

- Datengewinnung
- Untersuchungsformen

Öffentlichkeitsarbeit

- Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen; gesellschaftliche Rolle der Medien
- Kommunikationsstrategien und -konzepte von Kulturbetrieben; Public Relations
- Corporate Identity, Behaviour, Communication, Design
- Praktische Medienarbeit
- Kommunikation mittels neuer Medien

Mittelbeschaffung

- Fundraising: Beschaffung von Finanzmitteln oder geldwerten Leistungen für kulturelle Institutionen oder Projekte; Spendenmarkt; Freiwilligenarbeit
- Sponsoring: Definitionen und Richtlinien, Sponsoringkonzepte, Sponsorship-Evaluationen
- Gesuche stellen: Vorgehensweise bei der öffentlichen Hand und bei Stiftungen

Das Kulturunternehmen II *Planen, Realisieren, Evaluieren (Projektwoche)*



Projektmanagement

- Chancen und Risiken im Projektmanagement
- Zielfindung, Phasen und Kompetenzen in Projekten
- Instrumente des Projektmanagements
- Verbindung zwischen Projektmanagement, Marketing und interner Organisation
- Führung, Kommunikation und Motivation eines Projektteams

Kulturbusinessplan

- Ziele und Anwendungsmöglichkeiten
- Schritte zur Entwicklung eines Businessplans

Qualitätsmanagement

- Qualitätsbeurteilung im Kulturbereich
- Evaluationen konzipieren und durchführen

Persönliche Kompetenzen

(aufgeteilt auf das erste Studienjahr)

Arbeitstechnik

- Sitzungsleitung, Moderation, Feedback
- Selbstmanagement

Wissenschaftliches Arbeiten

- Grundsätze, Recherche-Techniken, Zitierweise

Rhetorik

- Gesprochene und geschriebene Sprache
- Sprechen vor Publikum

Präsentationstraining

- Grundsätze, Hilfsmittel, Visualisierung

Medientraining

- Medienkompetenz, Interviewtraining

Interkulturelle Kompetenzen

- Theorie, Kategorisierung, Analyse



Das Kulturunternehmen III

Der ökonomische Rahmen

Volkswirtschaft

- Volkswirtschaftliche Zusammenhänge und ihre Bedeutung für das Kulturunternehmen
- Kulturinstitutionen im wirtschaftlichen Kontext: Stakeholder- und Szenario-Analyse

Kreativwirtschaft

- Analyse und Entwicklungen

Kulturökonomik

- Grundlagen der Kulturökonomik
- Formen der Kulturfinanzierung
- Facetten des Kunstmarkts

Kooperationen in der Kultur

- Moderne Organisationsformen und Kooperationsmodelle

Der politische und gesellschaftliche Rahmen



Kulturpolitik

- Grundlagen der Kulturpolitik: Grundsätze, Entwicklungen
- Kulturpolitik international: EU und andere Länder; Kulturaustausch und seine Institutionen
- Kulturpolitik Schweiz: nationale, kantonale, kommunale Politik und weitere Akteure

Kulturförderung

- Förderungsinstrumente von Bund, Kantonen und Gemeinden
- Private Kulturförderung: Mäzene, Stiftungen, Sponsoren

Der rechtliche Rahmen

Rechtliche Aspekte

- Grundrechte: Kunstfreiheit, Persönlichkeitsschutz
- Rechtsschutz von künstlerischen Leistungen: Urheberrecht, Leistungsschutzrechte
- Rechtsfragen im Erwerbsleben: Arbeitsrecht, Personalrecht, Sozialversicherungsrecht, Vertragsrecht, Steuerrecht, Unternehmensgründung

Kultur und Gesellschaft *Vermittlung und Reflexion*



Kulturvermittlung

- Gesellschaftliche, kulturpolitische, soziokulturelle und bildungspolitische Bedeutung
- Kompetenzen und Erfolgsfaktoren
- Vermittlungskonzepte
- Ästhetik und Wahrnehmung

Ethik

- Einführung: Werte und Normen, Sinnfragen, Humanität
- Kunst und Menschenwürde
- Macht und Verantwortung im Kulturmanagement

Kultur von morgen

- Entwicklungen und Strömungen in der Kulturproduktion, im Konsum- und Freizeitverhalten

Kulturkritik

- Rezeption und Rezeptionsförderung

Transkulturelle Arbeit

- Migration und Kultur
- Kulturübergreifende Projekte im In- und Ausland

Kultur aktuell

- Reflexion und Diskussion aktueller Kulturereignisse

Führungskompetenzen *(aufgeteilt auf das zweite Studienjahr)*



Integriertes Kulturmanagement

- Entscheidungsfindung in Organisationen

Führung und Management von Veränderungen

- Führungsverständnisse: Ausprägungen und Auswirkungen
- Führung in Nonprofit-Organisationen, insbesondere Kulturinstitutionen
- Systemische Perspektive der Gestaltung von Veränderungsprozessen
- Rolle der Führungskraft im Veränderungsprozess

Teamführung

- Führen durch Kommunikation
- Teamverhalten, Dynamik von Teams
- Teamentwicklung
- Konfliktbearbeitungsmodelle, Vorbereitung und Durchführung von konflikthaften Gesprächen

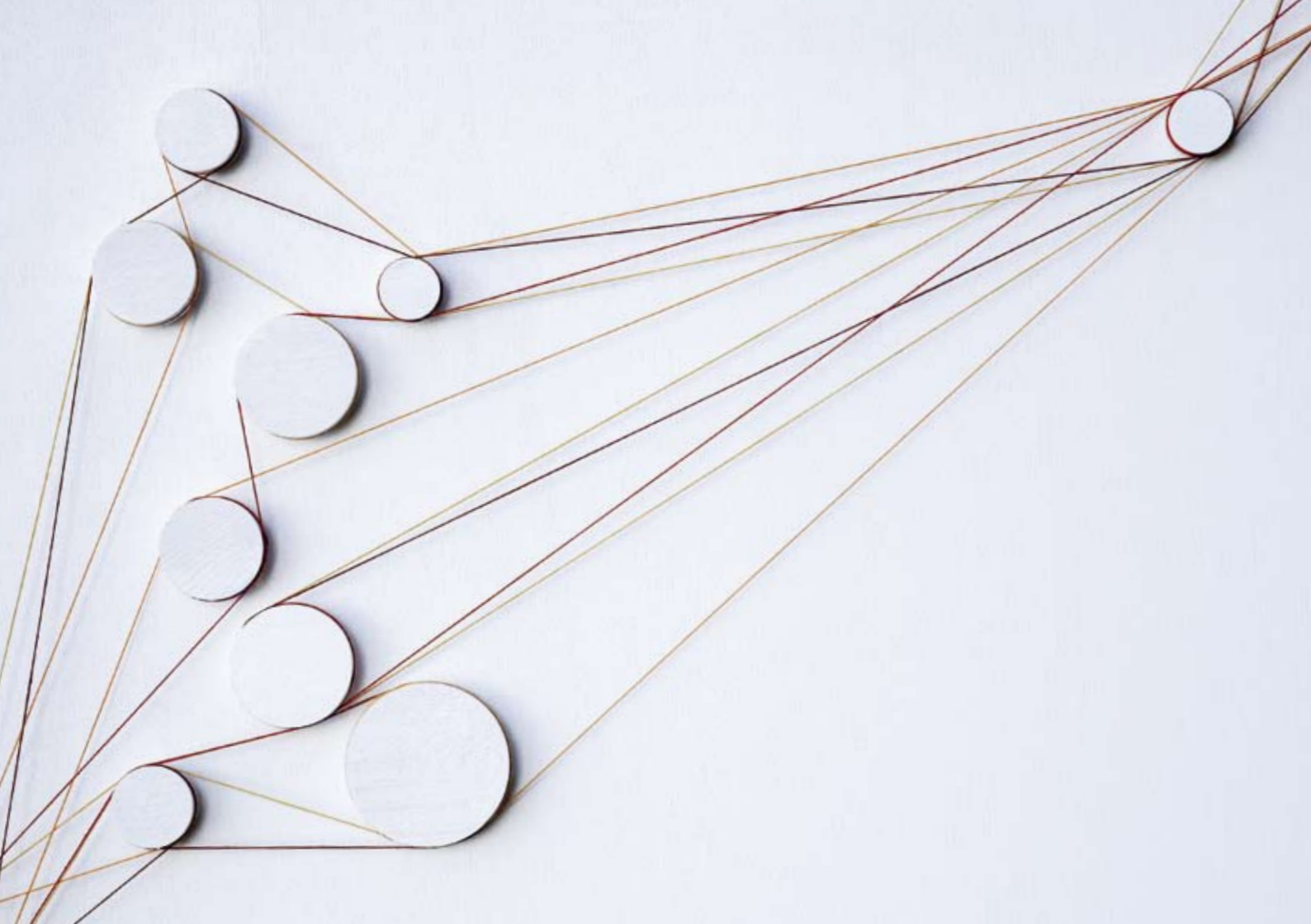
Personalmanagement

- Kernaufgaben des Personalmanagements: von der Personalgewinnung bis zur Auflösung des Arbeitsverhältnisses

Angewandte Kompetenzen



- Klausur
- Diplomarbeit und Präsentation
- Mündliche Abschlussprüfung



Das Formale

Dauer, Umfang

Das Masterprogramm umfasst mindestens 600 Stunden Lehr- und Lernveranstaltungen (ca. 80 Tage). Diese verteilen sich auf vier Semester bzw. zwei Jahre. Der Studiengang beginnt jeweils im Herbst.

Zusätzlich zu den Präsenztagen haben die Studierenden mit beträchtlichen Eigenleistungen für Vor- und Nachbereitung des Unterrichts, Leistungsnachweise, Diplomarbeit und Abschlussprüfung zu rechnen; der Aufwand dafür variiert je nach individuellen Bedürfnissen und Möglichkeiten.

Studiendaten, Studienort

Die Jahresstudienpläne sind auf der Webseite einsehbar oder über das Sekretariat erhältlich. Unterrichtstage sind in der Regel Freitag und Samstag, gelegentlich schon Donnerstag; diese zwei- oder dreitägigen Blöcke finden ein- bis zweimal pro Monat statt.

Studienort ist Basel. Einzelne Lehrveranstaltungen können auswärts oder im Rahmen von Kooperationen an anderen Hochschulen durchgeführt werden.

Leistungsnachweise, ECTS-Kreditpunkte

Die Studierenden erwerben die erforderlichen Leistungsnachweise mit einer Klausurarbeit, mit selbständigen Leistungs-scheinarbeiten, durch Präsenz (80% der Unterrichtstage) und aktive Mitwirkung (schriftliche oder mündliche Beiträge, Präsentationen, usw.) sowie mit der Diplomarbeit, deren Präsentation und der mündlichen Abschlussprüfung.

Das Masterprogramm Kulturmanagement ist als universitäre Weiterbildung nach den Grundsätzen des ECTS (European Credit Transfer System) konzipiert. Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen erwerben 60 ECTS-Kreditpunkte.

Diplom

Mit dem Diplom für den erfolgreichen Abschluss des Masterprogramms Kulturmanagement verleiht die Universität Basel den Titel „Master of Advanced Studies in Arts Management, University of Basel“, kurz „MAS UniBS“.

Der akademische Grad „Master of Advanced Studies“ (MAS) ist sowohl eidgenössisch als auch international anerkannt.

Aufnahme

Die Zahl der Studierenden ist im Interesse der Arbeitsfähigkeit der Gruppe begrenzt.

Die Anmeldeunterlagen sind über das Sekretariat des Studienzentrums erhältlich. Auf der Basis der eingereichten Anmeldedossiers entscheidet die Studienleitung über die Aufnahme.

Voraussetzungen für die Zulassung sind:

Qualifizierte Vorbildung

Abgeschlossenes Studium an einer Universität, Fachhochschule oder Höheren Fachschule, oder in Ausnahmefällen mindestens dreijährige Berufspraxis sowie besondere Qualifikation auf einem für das Kulturmanagement relevanten Gebiet; für Studierende, die nicht deutscher Muttersprache sind, Nachweis über Deutschkenntnisse auf universitärem Niveau.

Berufliche Tätigkeit im Kulturbereich

Das Studium wird berufsbegleitend absolviert, das heisst, die Studierenden sind haupt- oder nebenberuflich auf einem Gebiet tätig, das einen Bezug zum Kulturmanagement hat.

Kosten

Das Studium einschliesslich Diplom kostet CHF 21'500. Dieser Betrag ist mit einer Anzahlung und vier Semestergebühren zu begleichen. Inbegriffen sind der Studierendenausweis sowie alle Unterlagen, ohne persönliche Bücher. Kosten für Mahlzeiten, Reise und Unterkunft am Studienort Basel oder während auswärtigen Unterrichtstagen und Exkursionen sind im Studiengeld nicht eingeschlossen.

Trägerschaft, Beirat, Kooperationen

Trägerin des Masterprogramms ist die Universität Basel.

Das Studienzentrum Kulturmanagement der Universität Basel ist operativ verantwortlich für Konzeption und Administration des Masterprogramms, welches zum Weiterbildungsangebot des „Basel Advanced Study Centre“ gehört.

Ein Beirat mit Fachleuten aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Recht berät die Studienleitung in der Konzeption und Weiterentwicklung des Masterprogramms.

Das Studienzentrum Kulturmanagement kooperiert mit nationalen und internationalen Partnerinstitutionen des Kulturbereichs, mit Hochschulen sowie anderen Anbietern von Kulturmanagementausbildungen.

Studienleitung

Die Studienleitung besteht durchwegs aus einschlägig ausgebildeten Fachpersonen, die im Rahmen von Dienstleistungen des Studienzentrums für Dritte auch in der Praxis des Kulturmanagements tätig sind.

Kontakt

SKM – Studienzentrum Kulturmanagement
Masterprogramm Kulturmanagement
Universität Basel
Rheinsprung 9
CH-4051 Basel

Telefon +41 61 267 34 74
Telefax +41 61 267 34 84

skm@unibas.ch
www.kulturmanagement.org

Änderungen der Angaben in dieser Broschüre bleiben vorbehalten.

© SKM – Studienzentrum Kulturmanagement der Universität Basel, Mai 2009

Gestaltung: Oswald Siegfried Werbeagentur, www.osw.ch

SKM – Studienzentrum Kulturmanagement
Masterprogramm Kulturmanagement
Universität Basel
Rheinsprung 9
CH-4051 Basel

Telefon +41 61 267 34 74
Telefax +41 61 267 34 84

skm@unibas.ch
www.kulturmanagement.org

ADVANCED STUDIES
UNIVERSITÄT BASEL