

Arts Management

Nachdiplomstudium Kulturmanagement

Executive Master of Arts Management

International akkreditiert (FIBAA)





«Kultur bewegt uns.
Wir bewegen Kultur – mit Management»

Inhalt

Das Studium	4
Das Konzept	6
Semesterüberblick	8
Diplomarbeiten	14
Kontakt	16
Zentrum für Non-Profit-Organisationen	16



Das Executive Master of Arts Management Programm ist ein wissenschaftlich fundiertes, praxisnahes und aktuelles Studium, das befähigt, strategische und operative Aufgaben im Management und in der Führung von Kulturbetrieben und Kulturprojekten kompetent und effizient zu erfüllen.

Mission

Das Executive Master of Arts Management Programm

- bietet eine wissenschaftlich fundierte, praxisnahe, berufsbegleitende Weiterbildung für Managementaufgaben im Kulturbereich
- ist in Bezug auf die Kultursparten und auf die Verbindung von Kultur und Management interdisziplinär angelegt und berücksichtigt die internationalen und transkulturellen Aspekte des Kulturmanagements
- ermöglicht lebendiges Lernen durch einen ausgewogenen Methodenmix und den vielfältigen Einbezug der Praxis. Es lehrt neben dem operativen Know-how ebenso die Fähigkeit zu kritischer Analyse, strategischem Denken und kulturpolitisch-sozialer Reflexion.

Zielpublikum

Unser Executive Master Programm richtet sich an Menschen, die im Kultursektor tätig sind und die Aufgaben im Management und in der Führung von Kulturbetrieben und Kulturprojekten kompetent und effizient erfüllen wollen:

- Führungskräfte von Kulturorganisationen aller Kulturbereiche (Theater, Orchester, Filmwirtschaft, Verlagswesen, Museen, Kunsthandel, Festival, Kulturzentren usw.)
- Führungskräfte in der Kulturverwaltung (Öffentliche Verwaltung, Ausbildungsinstitutionen, Forschungsinstitutionen, Stiftungen, Verbände etc.)
- Personen mit Berufserfahrung, die eine Führungsfunktion im Kulturbereich anstreben
- Personen aus kulturnahen Bereichen wie Medien, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Beratung
- Personen, die ein eigenes Unternehmen im Kulturbereich gründen möchten
- Künstlerisch Tätige, die sich Management-Kompetenzen aneignen möchten



Studienziele

Unser Ziel ist, unsere Absolventinnen und Absolventen für Führungs- und Managementaufgaben im kulturellen Sektor zu befähigen. Sie erkennen Probleme, können diese analysieren, Lösungen entwickeln und entsprechende Handlungs- und Verhaltensweisen ableiten.

Für die strategisch-konzeptionellen Erfordernisse ihrer Führungstätigkeit erhalten die Absolventinnen und Absolventen neben dem strategischen und operativen Managementwissen ein kulturpolitisches, kulturökonomisches, kulturtheoretisches und kultursoziologisches Grundlagenwissen. Sie können den Anforderungen im Marketing, in der Vermittlung und in der Kommunikation kultureller Produkte gerecht werden. Kenntnisse im Finanzmanagement, im Fundraising und im Sponsoring erleichtern das Ressourcenmanagement und die Finanzierung von Vorhaben im Kulturbereich. Führungskompetenz wird durch die Förderung von Sozialkompetenz und Selbstmanagement geschärft.

Die Absolventinnen und Absolventen des Executive Master of Arts Management profitieren von unserem umfassenden Netzwerk in Lehre und Praxis und werden befähigt, erworbene Kenntnisse und Erfahrungen in ihre eigene berufliche Realität umzusetzen.

Qualitätssicherung

Der Studiengang ist international akkreditiert und entspricht den Qualitätskriterien der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA).

Die Qualität unseres Studienganges wird nachhaltig sichergestellt durch:

- regelmäßige Überprüfung der FIBAA auf Einhaltung der FIBAA-Qualitätskriterien
- regelmäßige Abstimmung der thematischen Schnittstellen mit den Dozierenden durch Einzel- und Gruppentreffen und ein jährliches Dozententreffen
- regelmäßige Evaluation der Studieninhalte durch die Studierenden per Fragebogen und Evaluationsgespräche
- Gespräche mit Fachbeirat und Kooperationspartnern
- regelmäßigen Austausch mit dem Alumniverein der Kulturmanager AlumniX



Curriculum

Das Curriculum des Executive Master of Arts Management Programms baut auf unseren Studienzielen auf und berücksichtigt alle Aspekte einer interdisziplinären Praxis im Kulturmanagement. Kulturwissen, Managementwissen, kulturpolitische und kultursoziologische Wissensbereiche werden so integriert, dass sie der Schnittstellenfunktion des Kulturmanagements zwischen Kultur, Management und Politik gerecht werden.

Zu Beginn des Studiums findet ein Einführungswochenende statt, welches das berufliche Selbstverständnis vor dem Hintergrund einer kritischen Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen, ethischen und politischen Aufgaben des Kulturmanagements reflektiert. Wissenschaftlich-methodische Fähigkeiten werden in einer Einführungsveranstaltung «Wissenschaftliches Arbeiten» und im Masterkolloquium vermittelt.

Das Studienprogramm besteht aus sechs Themenmodulen:



Methodik und Didaktik

Die Methodik des Executive Master Programms trägt den Erfordernissen der modernen Erwachsenenbildung Rechnung und vermittelt Fachwissen konzentriert und gezielt. Eine fortschrittliche Lehr- und Lernkultur fördert das lebenslange Lernen.

Methodisches Ziel des Kursprogramms ist die unmittelbare Umsetzung des Gelernten in die Berufspraxis. Alle Lehrinhalte werden in einem direkten Bezug zur Praxis des Kulturmanagements vermittelt. Für den Studiengang werden Dozierende aus den verschiedenen Fachbereichen und Kultursparten engagiert. Den Studierenden wird somit die Gelegenheit geboten, das ganze Spektrum der Aufgaben des Kulturmanagements aus erster Hand zu erfahren.

Unterrichtet wird in einem wirkungsvollen Methodenmix in Form von Vorlesungen, Seminaren und Workshops. Durch den Einbezug von Case-Studies, Exkursionen, Praxis-Tagungen und Teamteaching mit Führungspersönlichkeiten aus Kulturinstitutionen erhalten die Studierenden gezielt Einblick in die Praxis des Kulturmanagements. Aktivierendes Lernen und die Förderung von Diskussion stehen ebenso im Vordergrund wie das Eingehen auf jeden einzelnen Studierenden im individuellen Coaching. Unsere einmal jährlich stattfindenden Tagungen ermöglichen einen regen Austausch mit Fachleuten zu einem aktuellen Thema im Kulturmanagement. Im Laufe des Studiums wird das erworbene Wissen durch Prüfungen, Projektarbeiten und eine praxisbezogene Master-Thesis vertieft.

Zusatzangebot

Der Vorbereitungskurs Basiskurs Kultur bietet eine Einführung in die Themenbereiche der Kulturgeschichte wie Kulturbegriffe, Anthropologische Grundlagen, Kulturepochen und Stilbegriffe. Dieser Kurs ist ein Zusatzangebot von 48 Lektionen und für alle Studierenden obligatorisch, die über kein kunst- oder kulturwissenschaftliches Universitätsstudium verfügen. Er findet im ersten Semester statt.



1. Semester

Vorlesungen	Einführungs-Workshop Kulturmanagement	16
Seminare, Workshops	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	10
	Stakeholderanalyse (Workshop)	5
	Kulturökonomie (Vorlesung)	20
	Projektmanagement (Seminar)	20
	Sitzungsmanagement (Workshop)	5
	Unternehmensführung (Vorlesung)	35
	Human Resources Management (Seminar)	10
	Kulturpolitik (Vorlesung, Seminar)	20
	Praxis Kulturmanagement (Seminar)	16
Prüfungen	Unternehmensführung, Kulturökonomie, Projektmanagement	
Sonstiges	Forum	
Ergänzungsangebot	Basiskurs Kultur	48

2. Semester

Vorlesungen	Rechnungswesen (Seminar)	30
Seminare, Workshops	Public Management (Seminar)	10
	Marketing Grundlagen und Methoden (Vorlesung)	35
	Kulturpolitik (Vorlesung, Seminar)	20
	Kulturtheorie (Vorlesung, Seminar)	30
	Recht (Vorlesung)	35
	Führungspsychologie (Vorlesung)	10
	Teamentwicklung (Workshop)	5
	Praxis Kulturmanagement (Seminar)	16
	Prüfungen	Rechnungswesen, Kulturpolitik
Semesterarbeit	Reflexion Führung	
Fachtagung	zu einem aktuellen Thema aus dem Kulturmanagement	8
Sonstiges	Forum, Exkursion	



3. Semester

Vorlesungen	Finanzmanagement	35
Seminare, Workshops	Sponsoring (Workshop)	10
	Fundraising (Seminar)	10
	Gesprächsführung (Workshop)	20
	Konfliktmanagement (Workshop)	10
	Marketingprojekt (Workshop)	5
	Businessplan (Workshop)	21
	Masterkolloquium (Seminar)	5
	Kulturtheorie (Vorlesung, Seminar)	30
	Qualitätsmanagement (Workshop)	10
	Praxis Kulturmanagement (Seminar)	16
Prüfung	Recht, Finanzmanagement	
Semesterarbeit	Kulturtheorie	
Projektarbeit	Marketing	
Präsentation	Businessplan	
Sonstiges	Forum	

4. Semester

Vorlesungen	Public Relations (Vorlesung)	10
Seminare, Workshops	Medienarbeit (Vorlesung)	10
	Kultursoziologie (Vorlesung)	15
	Netzwerkmanagement (Workshop)	10
	Präsentation im öffentlichen Raum (Workshop)	10
	Masterkolloquium (Seminar)	5
	Praxis Kulturmanagement (Seminar)	16
Semesterarbeit	Praxis Kulturmanagement, PR & Medien	
Master-Thesis	zu einem konkreten Vorhaben im Kulturmanagement	
Fachtagung	zu einem aktuellen Thema aus dem Kulturmanagement	8
Sonstiges	Forum, Exkursion	

Diplom/Executive Master

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen des Executive Master of Arts Management Programms erhalten ein eidgenössisch anerkanntes NDS Fachhochschuldiplom und sind berechtigt, den Titel **«eidg.dipl. NDS Kulturmanagerin FH, respektive Kulturmanager FH»** zu verwenden.

Zusätzlich wird von der Zürcher Hochschule Winterthur der international anerkannte Titel **«Executive Master of Arts Management»** (FIBAA) verliehen.

Prüfungen

Alle Kernbereiche des Studiums werden geprüft (Einzelprüfung, Seminararbeit oder Projektarbeit). Eine ausreichende Anzahl Credits ist Voraussetzung für die Diplomierung. Zusätzlich ist eine angenommene Diplomarbeit erforderlich.

Credits

Für jedes Modul werden Kreditpunkte nach ECTS (European Credit Transfer System) vergeben, die sich nach der jeweiligen Studienbelastung richten. Für die Unterrichtsmodule werden insgesamt 45 Kreditpunkte vergeben. Die Master Thesis wird mit 15 Kreditpunkten zusätzlich bewertet. Ein Kreditpunkt entspricht einer «study load» von etwa 25 Arbeitsstunden. Diese Regelung entspricht den Richtlinien der Schweizerischen Universitätskonferenz (SUK).

Die Studienleitung anerkennt Kreditpunkte anderer international anerkannter Bildungsstätten.

Lernziele und Studieninhalte

Kulturelle Settings

Kulturpolitik (Vorlesung, Seminar)

Sie kennen die wichtigsten Akteure in Kulturpolitik und Kulturförderung. Sie verstehen die Mechanismen der Kulturpolitik und sind in der Lage, kulturpolitisch kohärent zu argumentieren und Projekte strategisch zu begründen: Politisch relevante Kulturbegriffe, gesellschaftliche Rahmenbedingungen der Kulturpolitik, ökonomische Aspekte der Kulturpolitik, staatliche und parastaatliche Kulturinstitutionen, Kulturpolitik der Schweiz, Europäische Kulturpolitik

Kulturtheorie (Vorlesung, Seminar)

Sie kennen aktuelle Fragestellungen und Positionen der Kulturtheorie und sind befähigt, kulturtheoretische Aspekte ihrer Tätigkeit zu analysieren, zu reflektieren und für Ihre Arbeit fruchtbar zu machen: Einführung in die Kulturtheorie, Ästhetische Theorie, Cultural Studies, Inszenierung und Rezeption, Bild- und Medientheorie, Neue Medien, Gender Studies, Kultursemiotik

Kulturökonomie (Vorlesung)

Sie kennen die volkswirtschaftlichen (mikroökonomischen) Besonderheiten des Kulturmarktes und sind in der Lage, eine Problemstellung aus volkswirtschaftlicher Sicht zu reflektieren: Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Angebot und Nachfrage, Marktgleichgewicht, Effizienz und Marktversagen, Marktversagen im Kulturbereich, Subventionierung

Recht (Vorlesung)

Sie kennen die rechtlichen Grundlagen der Tätigkeit im Kulturbetrieb: Verfassungsnormen mit Bedeutung für Kultur- und Medienschaffende, Urheberrecht, Datenschutz, Markenrecht, Wettbewerbsrecht, Namens- und Titelschutz, Vertrags- und Veranstaltungsrecht, Bewilligungen, Steuern, Sozialversicherungen, Arbeitsrecht, Bühnengengagementsrecht

Kultursoziologie (Seminar)

Sie kennen die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Kultur: Stellung des Kulturschaffenden in der Gesellschaft, Publikumssoziologie, soziologische Kulturanalyse, Soziogramme (Schicht und Milieu)

Praxis Kulturmanagement

Praxistage Kulturmanagement

Sie kennen und verstehen Eigenheiten, Umfeld und Produktionsbedingungen der wichtigsten Sparten des Kulturbetriebs. Sie kennen das Management ausgewählter, repräsentativer Institutionen und Projekte: Exkursionen in Kulturinstitutionen und Workshops mit Führungskräften von Kulturinstitutionen. Sie erhalten Einblick zum Beispiel in Tourneemanagement, Theatermanagement, Museumsmanagement, Orchestermanagement, Verlagsmanagement, Eventmanagement, u.s.w.

Tagungen

Durch die Teilnahme an unseren jährlich stattfindenden Fachtagungen zu einem aktuellen Thema im Kulturmanagement sind Sie mit den aktuellen Fragestellungen des Kulturmanagements vertraut.



Marketing und Kommunikation

Grundlagen und Methoden des Marketings (Vorlesung)

Sie kennen Philosophie, Konzepte und Methoden des Marketings und der Unternehmenskommunikation: Marketing-Management als Kommunikation, Marketingziele und Marketingstrategien, Marktsegmentierung, Marktforschung, Marketing-Mix, Strategische Unternehmenskommunikation

Marketingprojekt (Workshop)

Sie können die verschiedenen Marketing- und Kommunikationsinstrumente im Kulturbetrieb strategisch einsetzen und eine Marktbefragung durchführen: Methoden der Marktforschung, Durchführung einer empirischen Marktstudie

Public Relations (Vorlesung)

Sie können mit Ihren unterschiedlichen Ansprechpartnern zielgerichtet kommunizieren und zu diesem Zweck die Medien effizient nutzen: Ziele von Public Relations, Entwicklungsstufen der Öffentlichkeitsarbeit, das PR-Konzept, PR-Massnahmen

Medienarbeit (Vorlesung)

Sie erhalten einen Einblick in die Medienpsychologie, die Hintergründe des Medienalltags und reflektieren den Medieneinsatz: Medienanalyse, Grundlagen der Berichterstattung, Redaktionsalltag, Interviews, Pressekonferenz, Medienkampagnen

Präsentation im öffentlichen Raum (Workshop)

Sie können Ihre Projekte mündlich und schriftlich professionell präsentieren: Grundlagen der Kommunikation, Präsentationstraining

Organisation und Strategie

Unternehmensführung (Vorlesung)

Sie kennen die Grundlagen der Managementlehre, die Prozesse und Werkzeuge für die Führung von kulturellen Organisationen und von Projekten: Einführung in die Managementlehre, Managementprozesse, Unternehmensphilosophie, Strategisches Management, Organisationstheorie, Entscheidungstheorie, Organisationslehre

Projektmanagement (Seminar)

Sie kennen die Grundlagen des Projektmanagements und trainieren den Ablauf kultureller Projekte: Projektplanung, Projektorganisation, Projektsteuerung, Projektcontrolling, Projekttools. Übungen zur Umsetzung anhand eines Beispiels aus der Kultur

Netzwerkmanagement (Seminar)

Sie verstehen die Bedeutung und Funktionsweise erfolgreicher Netzwerkarbeit: Einführung in das Netzwerkkonzept, Grundprinzipien des Netzwerkmanagement anhand eines aktuellen Beispiels aus dem Kulturbereich

Stakeholderanalyse (Workshop)

Sie lernen den strategischen Umgang mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen im Kultursektor: Einführung in das Stakeholderkonzept, Kennen lernen unterschiedlicher Analyseinstrumente, Durchführung einer Stakeholderanalyse

Sitzungsmanagement (Workshop)

Sie kennen die Regeln und Prinzipien der Sitzungsleitung und ihre wichtige Bedeutung bei der Führung von Kulturbetrieben und -projekten: Sitzungsleitung, Sitzungsvorbereitung, Phasen einer Sitzung, Protokoll, Dokumentenmanagement, Sitzungsmoderation

Qualitätsmanagement (Workshop)

Sie reflektieren die Bedeutung und den Stellenwert von Qualitätsmanagement im Kulturbetrieb und erhalten einen Überblick in die Grundlagen des Qualitätsmanagements: Grundlagen des Qualitätsmanagements, Controlling, Total Quality Management, Best-Practice-Beispiele

Public Management (Seminar)

Sie kennen die aktuellen Entwicklungen im Public Management und deren Auswirkungen auf die Kulturförderung: Grundlagen der Verwaltungsorganisation, Public-Private Partnership, politische Planung und Wirkungskontrolle

Führung

Führungspsychologie (Vorlesung)

Sie kennen die Grundlagen der Führungspsychologie und sind in der Lage, durch soziale Einflussnahme die Erfüllung kultureller Aufgaben zu erreichen: Führungsbegriff, Führungsstile, Aufgaben von Führungskräften, Führungskompetenzen, Emotionale Intelligenz, Führungswerkzeuge, Aspekte der erfolgreichen Führung, Führungspsychologie

Konfliktmanagement (Seminar)

Sie kennen die Instrumente und Methoden für die Entwicklung und Führung von Teams, für das Management von Konflikten und für die Gesprächsführung: Konfliktentstehung, Konflikte erkennen, Konfliktlösungsstrategien, Phasen der Konfliktlösung

Teamentwicklung (Workshop)

Sie kennen die Instrumente und Methoden für die Entwicklung und Führung von Teams: Grundlagen der Teamentwicklung, Teamverhalten (Rollenspiele), Teamführung, Teamrollen, Teamstrukturen

Gesprächsführung (Workshop)

Sie trainieren das Führen dreier wichtiger Gesprächstypen: Das Mitarbeitendengespräch, das Chefgespräch und das Teamgespräch

Finanzen

Rechnungswesen (Seminar)

Sie kennen die Grundlagen der Rechnungslegung: Grundprinzipien der Buchhaltung, Finanz- und Betriebsbuchhaltung, Buchungsregeln, Erfolgsrechnung, Jahresabschluss, Abschreibungen, Mittelflussrechnung, Kostenerfassung, Kostenanalyse

Finanzmanagement (Seminar)

Sie sind in der Lage, die geeigneten Finanzierungsformen und -prozesse für Kulturbetriebe und Kulturprojekte zu entwickeln: Zweck, Ziele und Prozess des Finanzmanagements, Finanzplanung, Budgetierung, Finanzierungsinstrumente im Kulturbetrieb

Fundraising (Seminar)

Sie kennen die Grundlagen des Fundraising: Formen, Methoden und Instrumente des Fundraising, Beispiele aus der Praxis des Fundraising, Aufbau eines Fundraisingkonzeptes

Sponsoring (Workshop)

Sie kennen die Grundlagen des Sponsoring: Theoretische Grundlagen, Sponsoringstrategien, Sponsorenprofile, Planspiel

Businessplan (Workshop)

Sie können einen Businessplan erstellen: Ziel, Zweck und Inhalt eines Businessplans, Erstellung eines Businessplans aus der beruflichen Praxis des Studierenden



Zusatzmodul Basiskurs Kultur

Sie kennen die anthropologischen Grundlagen der Kultur, die wichtigsten kulturgeschichtlichen Epochen- und Stilbegriffe und sind in der Lage, sich mit aktuellen kulturtheoretischen, ästhetischen, kunstgeschichtlichen Fragen zu befassen: Kulturbegriffe, anthropologische Grundlagen, Bedingungen und Prozesse der Kulturentstehung, Funktionen und Paradigmen der Kultur, Kulturepochen, Stilbegriffe, aktuelle Themenbereiche

Den Lehrkörper bilden Dozierende der Zürcher Hochschule Winterthur, Dozierende anderer Hochschulen und Kunsthochschulen, sowie Berater mit akademischem Hintergrund aus öffentlichen und privaten kulturellen Institutionen und aus den Medien.

Auswahl

Alexia Berchtold, lic.oec.publ. MAS

Unterrichtsmodul: Finanzmanagement II und Businessplan
Selbständige Unternehmensberaterin für Kulturmanagement
Leiterin NDK Kulturmanagement SAWI

Prof.Dr.oec. HSG Andreas Bergmann

Unterrichtsmodul: Finanzmanagement Public Management
Leiter des Public Sector und des Institut für Verwaltungsmanagement an der Zürcher Hochschule Winterthur
Dozent für Betriebswirtschaftslehre und für Strategisches Management

Martin Hoch, lic.oec. HSG

Unterrichtsmodul: Human Resources Management
Unternehmensberater für Human Resources Management
Dozent an der Zürcher Hochschule Winterthur

Prof.Dr. Armin Klein

Unterrichtsmodul: Internationales Kulturmarketing
Professor für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft PH Ludwigsburg
Leiter Masterstudium Kulturmanagement PH Ludwigsburg

Pius Knüsel, lic.phil. I

Unterrichtsmodul: Kulturmanagement Praxis der Kulturförderung und Kulturfinanzierung
Direktor Pro Helvetia

Peter Schweiger

Unterrichtsmodul: Kulturtheorie – Szenisches Inszenieren
Regisseur

Bruno Seger, lic.phil. I

Unterrichtsmodul: Kulturtheorie, Basiskurs Kultur, Praxis Kulturmanagement
Leiter Zentrum für NPO/Kulturmanagement
Dozent an der Zürcher Hochschule Winterthur

Matthias Städeli, lic.iur., LL.M., MAS

Unterrichtsmodul: Recht
Jurist, selbständig

Dr. Peter Stücheli-Herlach

Unterrichtsmodul: Kulturpolitik
Leiter Forschung am Zentrum für NPO/Kulturmanagement
Leiter NDK Politische Kommunikation
Dozent an der Zürcher Hochschule Winterthur

Mireille Troesch, lic.oec.

Unterrichtsmodul: Marketing
Leiterin des Zentrums für Marketing und Dozentin für Marketing an der Zürcher Hochschule Winterthur



Ausgewählte Diplomarbeiten

- Adaption und Neukonzeptionierung des Festivals NEUE STÜCKE AUS EUROPA 2004
- Art Connect – Marketingkonzept für eine Künstleragentur
- Balanced Scorecard – Das strategische Managementsystem für Kulturbetriebe?
- Banca del Gottardo: Kunstsponsoringskonzept Peggy Guggenheim Collection Venedig
- Branding – Reorganisation im Sponsoring der Credit Suisse Financial Services
- Business Plan zur Gründung der Fine Arts Advisory GmbH in Zürich
- Das Robert-Walser-Institut – Nationale Ausbildungsstätte für literarische AutorInnen in der Schweiz
- Das Stadthaus Zürich als Ausstellungsort – Eine Analyse der Dokumentar Ausstellung im Stadthaus mit dem Ziel, einen Leitfaden für Inhalt und Qualität der Ausstellungen zu definieren
- Die Bedeutung der Filmkritik für den Filmverleih
- Die Differenz der Sichten zwischen Sponsor und Gesponsertem am Projekt Zürich Swing City 2001
- Die internationale Ausrichtung des Kultursponsorings der Credit Suisse
- Die Künstlergruppe Winterthur – Im Fokus des Umfeldes und der Kunstschaaffenden
- Die Rechtfertigung von Kultursubventionen unter besonderer Berücksichtigung der Umwegrentabilität
- Dynamische Prozesse im Kultursponsoring – Innovative Formen, Obligationsveränderungen, Ausstiegsszenarien
- Evaluation und Strategien für die Bildvermietung-DIE ARTOTHEK in Zürich
- Finanzierungsmodell Förderorganisation – Zur finanziellen Unterstützung des Heidelberger Step-tanz-Festivals Human Rhythm Project
- Flamejam – Marketing und Projektmanagement einer verbotenen Kunst
- Fuge – Evaluationskonzept für ein Kulturprojekt
- Fundraisinganalyse und -konzept für das Int. Literaturfestival Leukerbad
- Humanized Structures – Planung einer neuartigen Konzertreihe unter Berücksichtigung der veränderten soziologischen Bedürfnisse des modernen Menschen
- Indiana Konzept für ein fächerübergreifendes musikalisches Projekt an der Volksschule
- Int. Musik Festival Davos – Businessplan, Marketingkonzept, Organisationskonzept
- Kann das Museum der Kulturen, Basel, Grossfirmen oder KMU's als regelmässige Kunden gewinnen, wenn es für diese Standartangebote entwickelt?
- Kennzahlen als Leistungsindikatoren in der Theaterpraxis
- Konzept zur ergänzenden Mittelbeschaffung für das Kino Kunstmuseum in Bern
- Kreatives und innovatives Kultursponsoring im Bühnenbereich
- Kultursponsoringsstrategie der SBB – Der Kluge reist im Zuge, denn die Kunst reis(s)t mit!
- Manuskript Handbuch Veranstaltungsorganisation
- Marketinganalyse und -Konzept forum: claque Das Kunstlabor (Baden)
- Marketing an der Musikschule Frauenfeld – Marktanalyse und Kommunikationskonzept
- Marketingkonzept – Kulturbüro Zürich – Ein Projekt des Migros-Kulturprozents Youth & Chaos
- Marketingkonzept: Mittelmeer – Sahel Festival in Luzern
- Marketingkonzept Neue Stadtbibliothek am Kirchplatz Winterthur
- Museen im Wandel. Organisatorische und strukturelle Rahmenbedingungen heute
- Museumshop und Gastrobetrieb – Beitrag zur Neukonzeption der Nebenbetriebe des neuen Schweizerischen Landesmuseums Zürich
- Papiertiger oder Papier mit Biss? Das Berner Kulturkonzept von 1996 – Eine kulturpolitische Bestandesaufnahme
- Partizipation in der Kunst und Kultur von Kindern – Ein Leitfaden zur praktischen Anwendung für kulturelle Institutionen
- Programmation von zeitgenössischer Musik im heutigen Konzertbetrieb
- Projektmanagement einer aussereuropäischen Konzerttournee
- Qualitätsmanagement in einem Kulturbetrieb am Beispiel des Kaufleuten
- Qualitätssicherung an Musikschulen
- Saal für Neue Musik – Von der Idee zum politischen Projekt – Ein Beispiel politischen Handelns
- SBB-Remise beim Bahnhof Thalwil – Überlegungen für ein Nutzungskonzept
- Schatzkammer der Gegenwartskunst – Konzept für eine neues Instrument der Kunstvermittlung
- Schweizer Bühnen zwischen Kunst und Kommerz Eine Untersuchung des Wandels der letzten 20 Jahre
- St.Galler Kulturangebote & Schulen: Neue Konzepte der Zusammenarbeit
- Subventionierte Theater der Stadt Zürich – Subventionsvertrag, Leitbild und Mission Statement
- Tanztheaterszene Zürich – betriebswirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze
- Turnaroundkonzept für das Symphonische Orchester Zürich
- Überlegungen zur Evaluation des Programms Centrelyuropdriims – Central Europe Dreams Kulturszene Polen, Slowakei, Tschechien, Ungarn
- Weekends der Kunst – Bündner Kunstschaaffende öffnen die Türen zu ihren Ateliers
- Wird KULTUR in Thalwil gross geschrieben? IST-Erhebung und Bedürfnisanalyse

Studienbeginn, Studienumfang und Studiendauer

Der Studiengang beginnt jeweils im März.

Das Studium dauert 4 Semester inkl. Diplomarbeit. Es umfasst mindestens 600 Kontaktlektionen und ergänzende Studien wie Projekt- und Seminararbeiten und die Master-Thesis.

Studienzeiten

Pro Wochenende finden durchschnittlich 10 Lektionen statt:

Freitag: 13.45 – 18.15 Uhr

Samstag 08.30 – 13.00 Uhr

In Ausnahmefällen findet der Unterricht auch ganztags (Freitag oder Samstag) statt.

Zulassung

Die Zulassung setzt in der Regel den Abschluss einer Hochschule (Fachhochschule, Universität oder ETH) oder den Abschluss einer Höheren Fachschule voraus. In Ausnahmefällen können auch Studierende aufgenommen werden, die nicht über einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss verfügen. Die Entscheidung über eine Zulassung zum Studium obliegt in diesen Fällen der Studiengangsleitung.

Zudem muss der Bewerber über eine mindestens fünfjährige Berufserfahrung und entsprechende Führungserfahrung im Kulturbereich (Leitungsfunktion, Projekt- oder Bereichsverantwortung) verfügen.

Studienort

Der Studiengang wird an der ZHW in Winterthur, in den modernen, hellen Räumen des Departements W (Wirtschaft und Management) direkt beim Bahnhof durchgeführt. Die modernen Schulräume sind technisch auf dem neuesten Stand, die Studierenden erhalten Zugang zur Fachhochschulbibliothek und zum Intranet des Studiengangs. Das Weiterbildungssekretariat ist permanent besetzt. In der Cafeteria besteht die Möglichkeit, zu Mittag zu essen und kleinere Snacks zu sich zu nehmen.

Studiengeld

Die Kosten des Studiums belaufen sich insgesamt auf CHF 19200.

Das Studiengeld wird pro Semester erhoben und setzt sich wie folgt zusammen:

1. Semester	CHF 5200.–
2. Semester	CHF 5200.–
3. Semester	CHF 5200.–
4. Semester	CHF 3600.–
Zusätzlich: Basiskurs Kultur	CHF 300.–

Das Studiengeld beinhaltet die Unterlagen, vorgeschriebene Fachliteratur sowie bei auswärtigen Blockseminaren die Übernachtung. Nicht enthalten sind die Kosten für Reisen und Verpflegung, fakultative Vertiefungsliteratur, Druckkosten für die Diplomarbeit sowie allenfalls benötigte Unterkunft am Studienort Winterthur. Nachprüfungen sind in den Kurskosten nicht enthalten und werden separat verrechnet. Pro Nachprüfung werden CHF 250.– in Rechnung gestellt.

Eine Vorauszahlung von CHF 2000.– ist 30 Tage nach der Anmeldebestätigung fällig, damit der Studienplatz garantiert werden kann. Preisanpassungen bleiben vorbehalten.



Zentrum für Non-Profit-Organisationen Fachbereich Kulturmanagement

Das Zentrum für NPO verfügt über Know-How in Lehre, Forschung und Dienstleistung und über ein gut ausgebautes Netzwerk von Experten, Dozierenden, Wissenschaftlichen Mitarbeitenden und Assistierenden zu allen Themen in Management & Kultur.

Aktivitätsfelder

- Kulturmanagement
- Sportmanagement
- Fundraising
- Forschung und Dienstleistung
- Tagungen und Events

Weiterbildungsangebote

- NDS Kulturmanagement
- NDK Sport und Management
- NDK Fundraising Management
- NDK Event-Management

Leitung

Bruno Seger, lic.phil I
Tel. 0041 (0)52 267 79 50
E-Mail: bruno.seger@zhwin.ch

Kontakt

www.kulturmanagement.ch

Programmleitung

Bruno Seger, lic.phil
E-Mail: bruno.seger@zhwin.ch
Tel. 0041 (0)52 267 79 50
Fax 0041 (0)52 268 78 70

Studienleitung

Diana Betzler, M.A.
E-Mail: diana.betzler@zhwin.ch
Tel. 0041 (0)52 267 78 54
Fax 0041 (0)52 268 78 70

Anna Schindler, lic.phil.

E-Mail: anna.schindler@zhwin.ch
Tel. 0041 (0)52 267 71 07
Fax 0041 (0)52 268 78 70

Sekretariat

Cornelia Stutz
E-Mail: cornelia.stutz@zhwin.ch
Tel. 0041 (0)52 267 78 70
Fax 0041 (0)52 268 78 70

Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt über das dieser Broschüre beigelegte Anmeldeformular.



- 1 Volkartgebäude
- 2 Im Park

Zürcher Hochschule Winterthur ZHW
Zentrum für NPO/Kulturmanagement
Im Park, St.Georgenstrasse 70
Postfach 958
8401 Winterthur

Anmeldung NDS Kulturmanagement Executive Master of Arts Management

Name	Vorname
Strasse / Nr.	PLZ / Ort
Geburtsdatum	Heimatort
Telefon Privat	E-mail Privat
Telefon Mobil	
Matura Typus / Abschlussjahr	Gymnasium (Name, Ort)
Arbeitgeber	Tätigkeit / Funktion
Strasse / Nr.	PLZ / Ort
Telefon Geschäft	E-mail Geschäft
Fax Geschäft	

Dieser Anmeldung lege ich bei:

- Zeugniskopien der Ausbildung
- Lebenslauf
- 2 Passfotos
- _____

Anmeldung und Bestätigung

Ich melde mich hiermit zum NDS Kulturmanagement an. Der Entscheid über die Aufnahme wird mir umgehend mitgeteilt.

Ort und Datum _____

Unterschrift TeilnehmerIn _____

Bitte senden Sie die Anmeldung mit den entsprechenden Unterlagen an:

Zürcher Hochschule Winterthur
School of Management
Zentrum für NPO / Kulturmanagement
Postfach 958
8401 Winterthur

Aufnahmebestätigung
(wird durch die Leitung NDS KM entschieden)

Ausbildung und Berufstätigkeit

Ausbildung nach Matura oder Berufslehre

Berufspraxis nach Universitäts-/Hochschul-/Fachhochschulabschluss

Besuchte Aus- und Fortbildungskurse

Allfällige frühere Tätigkeiten speziell im Kultur-, Kunst- oder Medienbereich

Berufliche Weiterentwicklung

Was ist das Hauptmotiv für den Besuch dieses Nachdiplomstudiums?

Beschreiben Sie Ihre Berufsvorstellungen/-wünsche bzw. Berufliche Weiterentwicklung

Welche Projekterfahrung haben Sie?

Wie haben Sie von diesem Angebot erfahren?
