

museon
weiterbildung &
netzwerk

UNI
FREIBURG

Modulhandbuch

Wintersemester 2016/2017

Version 02/16

museOn | weiterbildung & netzwerk



Inhaltsverzeichnis

Inhalt

Inhaltsverzeichnis	2
1. Einleitung und Hinweise zur Benutzung	5
2. Impressum und Kontaktadressen.....	6
3. Das museOn Baukastensystem	7
3.1 Anrechnung bereits erreichter ECTS-Punkte.....	7
4. Übersicht über Modulstruktur	8
Präsenztermine für CAS-Kandidaten	9
5. Abschlüsse	9
5.1. Überblick	9
5.2. Teilnahmebescheinigung.....	9
5.3. Certificate of Advanced Studies (CAS).....	10
5.4 Diploma of Advanced Studies (DAS).....	10
5.5 Master of Advanced Studies (MAS) - (Ab Wintersemester 2019).....	10
6. Prüfungsleistungen.....	11
6.1. Teilnahmebescheinigung.....	11
6.2. Certificate of Advanced Studies (CAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS)	11
Projektarbeit.....	11
Allgemeine Bedingungen.....	12
Umfang und Inhalt der Projektarbeiten	13
Termine	13
6.3 Ausgabe von Teilnahmebescheinigungen und Zertifikaten	14
7. Zeitaufwand für das Studium	14
8. Terminübersicht Wintersemester 2016/2017	15
8.1. Präsenzphasen Wintersemester 2016 /2017	16
9. Technische Voraussetzungen für das Onlinestudium	17
10. Modulübersicht Wintersemester 2016/2017	19
Einleitung.....	19
Propädeutikum	20
Modul Vermitteln 1	21
Modul Vermitteln 2	26
Modul Sammeln	31
Modul Vermarkten	36

Stand 26.07.2016

Organisatorische Hinweise	41
Checkliste	41
Mein Zeitplan	42

Kapitel 1

Einführungen und Hinweise

1. Einleitung und Hinweise zur Benutzung

Herzlich Willkommen bei museOn | weiterbildung & netzwerk!

Wir freuen uns, dass Sie sich entschieden haben, eine berufsbegleitende Weiterbildung an der Universität Freiburg aufzunehmen. Das Programm von museOn ist für Berufstätige aus dem Museums-, Ausstellungs- und Sammlungsbereich konzipiert und dient der Reflexion und Professionalisierung der Museumsarbeit.

Das wissenschaftliche Weiterbildungsprogramm museOn | weiterbildung & netzwerk ist modular konzipiert. Es ist möglich einzelne Teilnahmebescheinigungen zu erhalten, aber auch ein Weiterbildungszertifikat (CAS oder DAS). In diesem Modulhandbuch erhalten Sie umfassende Informationen zum Weiterbildungsprogramm von museOn. Neben Inhalten und Lernzielen der einzelnen Teilmodule, finden Sie auch Informationen zur Studienorganisation des CAS-/DAS-Programms.

Das Programm ist im Blended Learning Format konzipiert. Das heißt, das Studium setzt sich aus intensiven Onlinephasen, die sich in Selbststudium und Gruppenarbeiten unterteilen, sowie aus Präsenzveranstaltungen an der Universität Freiburg sowie an den Institutionen unserer Kooperationspartner zusammen.

Den Teilnehmenden steht im Verlauf des Studiums tutorielle Unterstützung zur Verfügung. Geschulte Tutor_innen helfen Ihnen bei Ihrer Studienorganisation und stehen Ihnen auch im Verlauf der Onlinephasen als Ansprechpartner_innen bei organisatorischen, inhaltlichen und technischen Fragen zur Seite.

Das Modulhandbuch gibt Ihnen einen Überblick über Ansprechpersonen, Studienstruktur, Abschlussmöglichkeiten und Prüfungsleistungen, sowie einen detaillierten Einblick in die Einzelkurse und hilft Ihnen bei der individuellen Studienplanung.

Für weitere Fragen oder Beratung stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Ihr museOn – Team!

2. Impressum und Kontaktadressen

museOn | weiterbildung & netzwerk

Universität Freiburg
museOn | weiterbildung & netzwerk
Friedrichstraße 50
D - 79098 Freiburg
+49 (0)761 203 98 614
museon@uni-freiburg.de

Ansprechpartner im Team museOn:
Dr. Christian Wacker, Wiss. Projektleiter
E-Mail: christian.wacker@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98612

Für inhaltliche Fragen und Strukturfragen:
Sonja Thiel, Wiss. Koordination
E-Mail: sonja.thiel@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98613

Für methodische Fragen:
Barbara Müller, Mediendidaktik
E-Mail: barbara.mueller@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98617

Fragen hinsichtlich der Evaluation:
Sindy Lesny, Evaluation
E-Mail: sindy.lesny@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98615

Für technische Fragen:
Britta Bieberbach, Technische Koordination
E-Mail: britta.bieberbach@museon.uni-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 203-98616

➔ Wollen Sie Kontakt zu einzelnen Dozierenden aufnehmen?
Kontaktieren Sie uns gerne, wir vermitteln Sie schnell weiter!

3. Das museOn Baukastensystem

Sie sind berufstätig und haben bereits vielfältige Erfahrungen im Museumsbereich gesammelt. Sie wissen somit ganz genau, worauf es Ihnen beruflich ankommt und was Sie noch lernen wollen. Außerdem haben Sie nur begrenzt Zeit, denn der Museums- und Ausstellungsbetrieb und Ihre individuellen Verpflichtungen erfordert Ihre volle Aufmerksamkeit.

Um den Bedürfnissen von berufstätigen Museumsschaffenden entgegen zu kommen, hat museOn | weiterbildung & netzwerk der Universität Freiburg ein Studienangebot im Baukastensystem entwickelt. Jeder Kurs ist einzeln studierbar und kann mit einem Teilnahmezertifikat abgeschlossen werden. Sie können auch die einzelnen Kurse zu Modulen miteinander kombinieren und somit einen wissenschaftlichen Abschluss anstreben. Eine Übersicht über die möglichen Abschlüsse erhalten Sie im Kapitel 5.

Das Baukastenprinzip ermöglicht es Ihnen auch, zunächst nur einen oder zwei Kurse zu belegen und später zu einem wissenschaftlichen Abschluss zu kombinieren. 2016-2017 befindet sich das museOn-Studienprogramm in einer geförderten Testphase und die Angebote sind kostenfrei. Ab 2018 werden erfolgreich evaluierte Kurse gegen Gebühr angeboten, sowie perspektivisch das Angebot inhaltlich erweitert.

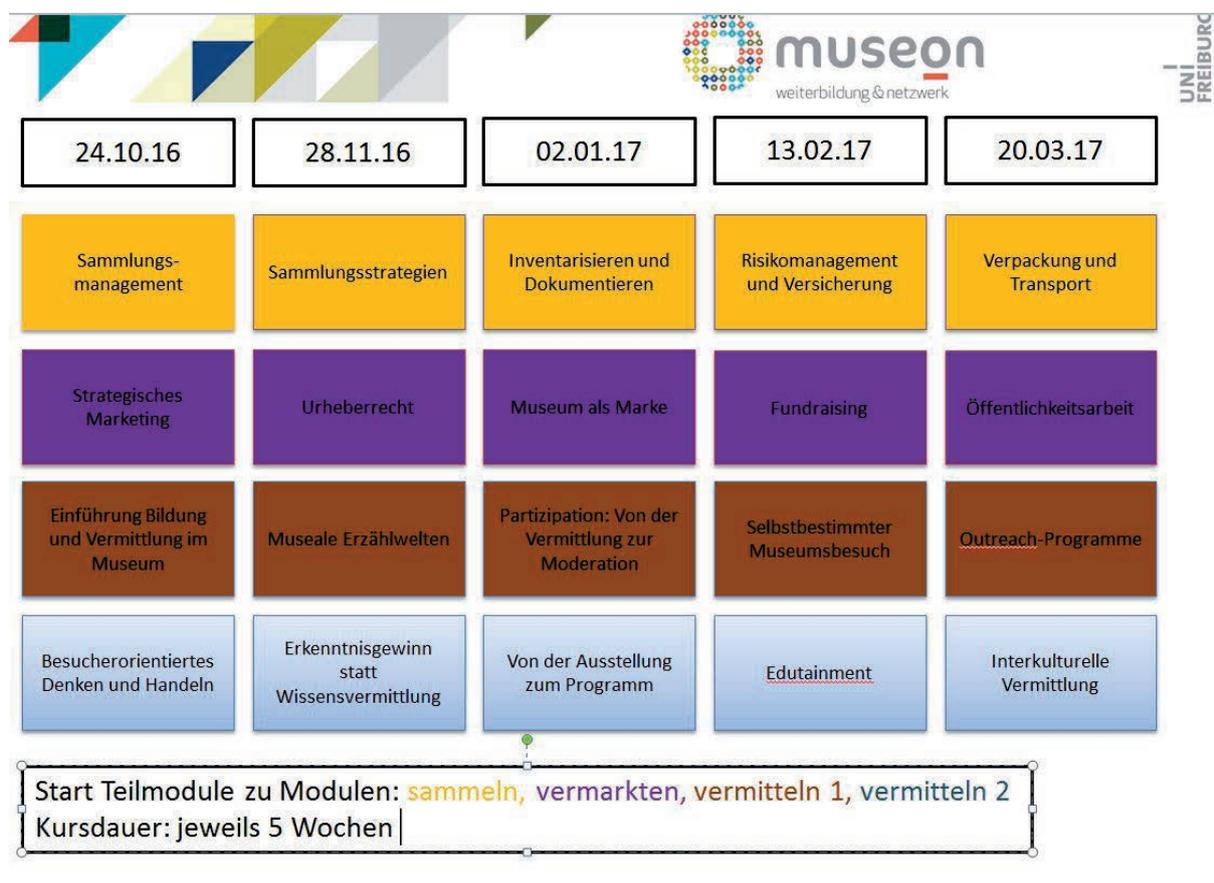


3.1 Anrechnung bereits erreichter ECTS-Punkte

Sie können bereits erreichte ECTS Punkte anderer Universitäten bei museOn anrechnen lassen, sofern kein Studienabschluss erreicht wurde und eine inhaltliche Übereinstimmung der Kurse vorliegt. Setzen Sie sich dazu mit dem museOn-Team in Verbindung.

4. Übersicht über Modulstruktur

Folgende Module und Teilmodule können Sie im Wintersemester 2016/17 bei museOn | weiterbildung & netzwerk belegen. Eine inhaltliche und detaillierte Übersicht über die Teilmodule erhalten Sie im Kapitel 10.



Modulübersicht „Vermitteln 1“	Durchführungszeitraum
Einführung Bildung und Vermittlung im Museum	24.10.2016 - 27.11.2016
Museale Erzählwelten	28.11.2016 - 8.1.2017
Partizipation und Interaktion	9.1.2017 - 12.2.2017
Selbstbestimmter Museumsbesuch	13.2.2017-19.3.2017
Outreach	20.3.2017 - 23.4.2017

Modulübersicht „Vermitteln 2“	Durchführungszeitraum
Besucherorientiertes Denken und Handeln	24.10.2016 - 27.11.2016
Erfahrungsbasiertes Lernen im Museum	28.11.2016 - 8.1.2017
Von der Ausstellung zum Programm	9.1.2017 - 12.2.2017
Edutainment	13.2.2017-19.3.2017
Interkulturelle Vermittlung	20.3.2017 - 23.4.2017

Modulübersicht „Sammeln“	Durchführungszeitraum
Sammlungsmanagement	24.10.2016 - 27.11.2016
Sammlungsstrategien	28.11.2016 - 8.1.2017
Inventarisieren und Dokumentieren	9.1.2017 - 12.2.2017
Risikomanagement und Versicherung	13.2.2017-19.3.2017
Verpackung und Transport	20.3.2017 - 23.4.2017

Modulübersicht „Vermarkten“	Durchführungszeitraum
Strategisches Marketing	24.10.2016 - 27.11.2016
Urheberrecht	28.11.2016 - 8.1.2017
Museum als Marke	9.1.2017 - 12.2.2017
Fundraising	13.2.2017-19.3.2017
Öffentlichkeitsarbeit	20.3.2017 - 23.4.2017

Präsenztermine für CAS-Kandidaten

Einführungsveranstaltung (Propädeutikum)	21.-22. Oktober 2016	Freiburg	Verpflichtend nur für CAS Kandidaten
Präsenzphase	26.-29. Januar 2017	Freiburg /Basel	Siehe Kursbeschreibungen
Abschlusspräsenz /CAS	21.-22. April 2017	Freiburg	Verpflichtend nur für CAS Kandidaten

5. Abschlüsse

5.1. Überblick

Das museOn-Programm ist im Baukastensystem aufgebaut, das heißt Kurse sind in sich abgeschlossen und einzeln studierbar, können jedoch auch individuell miteinander zu Modulen kombiniert werden und mit einem Weiterbildungszertifikat abgeschlossen werden. Das museOn Programm arbeitet mit den Abschlüssen der Swiss Uni. Teilnehmenden des Studiengangs wird ein Zertifikat der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg verliehen. Die Einbindung ins europäische Kreditpunkte-System (ECTS) gewährleistet Transparenz.

5.2. Teilnahmebescheinigung

Die museOn-Teilmodule bieten fachspezifisches Wissen für Berufstätige im Museums-, Ausstellungs- und Sammlungsbereich sowie allgemeine Inhalte für ein an wissenschaftlichen Themen interessiertes Publikum. Die Kurse haben einen Umfang

von 25-30 Stunden Lernaufwand und entsprechen 1 Creditpoint (1CP). Die Teilmodule sind entweder komplett online studierbar oder werden mit einer kurzen Präsenzphase ergänzt. Die Teilnehmenden erhalten auf Wunsch eine Teilnahmebestätigung. Ein Hochschulabschluss ist nicht unbedingt erforderlich.

5.3. Certificate of Advanced Studies (CAS)

Das Certificate of Advanced Studies (CAS) ist der kleinste universitäre Weiterbildungsabschluss. Ein CAS entspricht einem Umfang von 12 Creditpoints und einem Arbeitsaufwand von 300-360 Stunden (inkl. Selbststudium). Ein CAS bei museOn besteht aus zwei Modulen, die frei kombinierbar sind. Sie sind berufsbegleitend studierbar und beinhalten neben Onlinephasen auch zwei bis drei Präsenztermine im Semester, sowie die Teilnahme am Propädeutikum und das Erstellen einer Projektarbeit. Ein CAS ist in einem Semester studierbar oder kann über zwei Semester verteilt werden. In der Probephase wird angestrebt, das CAS in einem Semester zu absolvieren.

5.4 Diploma of Advanced Studies (DAS)

Diploma of Advanced Studies (DAS) sind eine neue Typologie von Weiterbildungsstudiengängen, die eine vertiefte Ausbildung in Museumstheorie und Praxis bieten, so dass eine Zusatzqualifikation im angestammten Beruf oder in einem neuen Fachgebiet erworben werden kann. Ein DAS umfasst Studienleistungen von 35 Creditpoints was einem Arbeitsaufwand von 875-1050 Stunden entspricht (inkl. Selbststudium). Ein DAS bei museOn besteht aus sechs Modulen, die frei kombinierbar sind. Sie sind berufsbegleitend studierbar und beinhalten neben Onlinephasen auch zwei bis drei Präsenztermine im Semester, sowie die Teilnahme am Propädeutikum und das Erstellen einer Projektarbeit. Aufgrund der modularen Struktur kann ein DAS auf einem CAS-Abschluss aufbauen oder kumulativ aus drei CAS-Abschlüssen kombiniert werden (s.a. Pkt. 6.2.3).

5.5 Master of Advanced Studies (MAS) - (Ab Wintersemester 2019)

MAS-Studiengänge sind die höchsten Weiterbildungsabschlüsse und führen zu einem akademischen Titel. Sie bieten eine umfassende Ausbildung, so dass entweder eine zusätzliche Qualifikation im angestammten Beruf erworben werden kann oder sich ein neues Berufsfeld eröffnet. MAS-Studiengänge dauern in der Regel zwei oder mehr Jahre und beinhalten neben Präsenzunterricht und Selbststudium auch eine Abschlussarbeit. Sie sind mehrheitlich berufsbegleitend und umfassen Studienleistungen im Umfang von mindestens 90 Creditpoints, was einem Arbeitsaufwand von 2250-2700 Stunden entspricht (inkl. Selbststudium). Die Abschlussarbeit wird dabei mit 30 Creditpoints bewertet. Der MAS-Abschluss berechtigt nicht zur Zulassung zum Promotionsstudium.

6. Prüfungsleistungen

6.1. Teilnahmebescheinigung

Wenn Sie sich entschlossen haben, Einzelkurse zu belegen, gibt es keine gesonderte Prüfungsleistung. Die Teilnahme am Kurs, die regelmäßige Bearbeitung der bereitgestellten Kursmaterialien sowie die aktive Teilnahme an den Übungs- und Gruppenaufgaben (Wikis, Forumsdiskussion, E-Portfolio, E-Tests, etc.) dienen hier als Grundlage für die Erstellung einer Teilnahmebescheinigung.

6.2. Certificate of Advanced Studies (CAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS)

1. Zur Erlangung des Certificate of Advanced Studies CAS ist es notwendig, 2 Module mit je 5 Teilmodulen (gesamt 10 CP) zu absolvieren. Verpflichtend ist darüber hinaus ein Propädeutikum (0,5 CP) sowie das selbständige Anfertigen einer Projektarbeit (1,5 CP = 37,5 bis 45 Stunden Aufwand).
2. Zur Erlangung des Diploma of Advanced Studies DAS ist es notwendig, 6 Module mit je 5 Teilmodulen (gesamt 30 CP) zu absolvieren. Verpflichtend ist darüber hinaus ein Propädeutikum (0,5 CP) sowie das selbständige Anfertigen einer Projektarbeit (4,5 CP = 112,5 bis 135 Stunden Aufwand).

Projektarbeit

3. Die Projektarbeit des DAS kann auch kumulativ angefertigt werden, also in der Kombination von 3 CAS Projektarbeiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die 3 CAS Projektarbeiten in einem inhaltlichen Bezug zueinander stehen bzw. idealerweise aufeinander aufbauen. Bei der Einreichung einer kumulativen DAS Projektarbeit muss ein übergeordnetes Rahmenthema klar erkennbar sein.
4. In der Projektarbeit bearbeiten die Teilnehmenden Themen, die sich aus dem eigenen beruflichen Hintergrund und Interessensgebiet ergeben. Durch die Projektarbeit zeigen sie, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer gegebenen Frist ihr erworbenes Wissen anzuwenden und ein Projekt zu planen und zu reflektieren oder ein eigenständiges Projekt zu konzipieren und theoretisch zu begründen.
5. Grundsätzlich gilt, dass im Falle einer CAS Projektarbeit bei einem Umfang von nur 1,5 CP keine komplexen Projektarbeiten durchgeführt werden können und bei der Definition des Themas das Zeitmanagement berücksichtigt werden muss. Trotzdem muss die Arbeit wissenschaftlichen Ansprüchen genügen, d.h. das Thema muss akademisch reflektiert werden und durch entsprechende Primär- und Sekundärquellen belegt werden können.
Non-kumulative DAS Projektarbeiten im Umfang von 4,5 CP sollten komplexere Themen mit Theorie- und Praxisteil zum Inhalt haben einschließlich wissenschaftlicher Reflexion des Themas.

6. Das Thema für die Projektarbeit kann selbst gewählt werden, kann aus den erlernten Inhalten der Kurse entwickelt werden oder aber aus einem Pool vorgegebener Projektarbeiten entnommen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Arbeit thematisch an die Modulinhalte angelehnt ist bzw. auf diese aufbaut. Bei der Belegung des Moduls „digitalisieren“ könnte es sich z.B. empfehlen, ein Konzept für eine *social media* Strategie für das eigene oder ein Museum freier Wahl zu entwickeln und auszuarbeiten. An das Modul „vermitteln“ könnte eine Strategie etwa für Ausstellungsprogramme angeschlossen werden, im Modul „sammeln“ könnte sich die Entwicklung einer Struktur für digitale Objektaufnahme anbieten usw.
7. Es ist möglich, eine Projektarbeit auch in der Gruppe umzusetzen. Dabei muss in der Konzeptphase klar definiert werden, welche Aufgaben die jeweiligen Teilnehmenden wahrnehmen werden. Der Umfang der Arbeit ergibt sich dann aus den Einzelleistungen der Teilnehmenden (z.B.: CAS Projektarbeit von 5 Teilnehmenden = 7,5 CP, also 187,5 bis 225 Stunden Arbeitsaufwand).
8. Die Projektarbeit wird von einer Projektkoordination mit einer/einem Tutor_in sowie einer/einem Dozent_in begleitet und betreut.

Allgemeine Bedingungen

1. Berechtigt zur Einreichung einer CAS Projektarbeit sind alle Teilnehmenden des aktuellen CAS Angebots, die den vollständigen Kurs (10 CP) und das Propädeutikum absolviert haben. Die CAS Projektarbeit ist verpflichtender Bestandteil zum Erwerb des CAS Zertifikats.
Berechtigt zur Einreichung einer DAS Projektarbeit sind alle Teilnehmenden, die Kurse im Umfang von 30 CP und das Propädeutikum absolviert haben. Die Kombination von drei CAS Zertifikaten zu einem kumulativen DAS Zertifikat ist unter Berücksichtigung von Pkt. A.2 möglich. Die (kumulative) DAS Projektarbeit ist verpflichtender Bestandteil zum Erwerb des DAS Zertifikats.
2. Die Urheberrechte für eingereichte Arbeiten verbleiben bei den Autoren. Die Nutzungsrechte an den Arbeiten werden museOn übertragen. museOn ist insbesondere berechtigt, die eingereichten Arbeiten im Rahmen der Aus- und Weiterbildung weiter zu verwenden und Teilnehmenden als Beispiel und Grundlage für weitere Arbeiten abzugeben. museOn ist ferner berechtigt, die Arbeiten zu wissenschaftlichen Zwecken als OER Open Educational Resources mit Creative Commons Lizenzen weiter zu verwerten.
3. Die Arbeiten dürfen durch die Autoren kommerziell nur nach schriftlicher Einwilligung durch museOn verwendet werden.
4. Notenskala: 1,0/ 1,3/ 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 bis.... 4,7 (ab 5,0 nicht bestanden)

Umfang und Inhalt der Projektarbeiten

1. Die CAS Projektarbeit wird mit 1,5 CP (37,5 bis 45 Stunden Arbeitsaufwand) bewertet und ist als A4-Bericht im PDF Format elektronisch einzureichen. Hinsichtlich des Layouts sollte die gängige Formatierung (1 ½ zeilig, 11pt/Arial oder 12pt/Times New Roman; Seitenränder: 2,5cm, Seiten nummeriert) eingehalten werden. Bitte halten Sie sich in der Zitierung an das museOn-Stylesheet. Der Umfang mit Abbildungen sollte 20 Seiten nicht übersteigen. Bitte speichern Sie die Datei unter Ihrem Namen ab.
Die DAS Projektarbeit wird mit 4,5 CP (112,5 bis 135 Stunden Arbeitsaufwand) bewertet und ist als A4-Bericht im PDF Format elektronisch einzureichen. Hinsichtlich des Layouts sollte die gängige Formatierung (1 ½ zeilig, 11pt/Arial oder 12pt/Times New Roman; Seitenränder: 2,5cm, Seiten nummeriert) eingehalten werden. Bitte halten Sie sich in der Zitierung an das museOn-Stylesheet. Der Umfang mit Abbildungen sollte 50 Seiten nicht übersteigen. Bitte speichern Sie die Datei unter Ihrem Namen ab.
2. Nach Absprache können Projektarbeiten auch in alternativen Formaten (z.B.: Video, Powerpoint, WiKi etc.) eingereicht werden. Umfang und Format sind mit der/dem Tutor_in sowie der/dem Dozent_in abzustimmen.
3. Erwartete Gliederung der Inhalte:
 - Ausführung der Idee/des Konzeptes.
In diesem Abschnitt sollen Sie die Bedeutung des gewählten Themas aufzeigen und die Leser an das Thema heranzuführen.
 - Übersicht zu den verwendeten Datengrundlagen (Quellen, Material, etc.)
 - Zielsetzung(en) der Arbeit:
In diesem Abschnitt sollen Sie die Ziele der Arbeit ausweisen. Es werden die zentralen Fragestellungen formuliert und das Thema begründet eingegrenzt.
 - Methodisches Vorgehen:
Leitfragen: Was sind die wichtigsten Schritte zur Zielerreichung? Welche notwendigen Daten werden erhoben? Welche Methoden und Vorgehensweisen werden im Zuge der theoretischen Themenbearbeitung und bei der Datenbeschaffung (z.B. Literaturrecherche, Dokumentenanalyse, Interviews, schriftliche Befragung) angewendet?
 - Darstellung und Erläuterungen zu den Resultaten,
Was wurde mit der Arbeit erreicht?

Termine

Einreichung der Projektarbeit spätestens 6 Wochen nach der Präsentation bei:

projektarbeit@museon.uni-freiburg.de

Entscheid zur Verleihung des CAS - Zertifikates (12 CP): 8 Wochen nach Einreichung.

Entscheid zur Verleihung des DAS – Zertifikates (35 CP): 3 Monate nach Einreichung.

Versand des Zertifikats per Post und per Mail spätestens 2 Wochen nach Entscheid zur Verleihung.

6.3 Ausgabe von Teilnahmebescheinigungen und Zertifikaten

Sie erhalten Ihre Teilnahmebescheinigung oder CAS-Bescheinigung spätestens am Ende des Semesters, bzw. 2 Monate nach Einreichung Ihrer CAS-Projektarbeit bei erfolgreich absolviertem Studium. In dringenden Fällen kann die Teilnahmebescheinigung für Einzelkurse auf Anfrage vorher ausgestellt werden.

Es werden Fehlzeiten von 15-20 % in Bezug auf das Gesamtstudienvolumen toleriert.

7. Zeitaufwand für das Studium

Jedes Teilmodul ist jeweils mit 1 Creditpoint bewertet. Dies entspricht einem Workload von 25-30 Stunden. Teilmodule werden entweder komplett online oder in einer Kombination aus Online- und Präsenzphase studiert.

Der Studienplan ist so angelegt, dass Sie je Woche ca. 8-10 Stunden für Ihr CAS-Studium einplanen sollten¹, entsprechend weniger, wenn Sie Einzelkurse belegen. Online-Meetings werden grundsätzlich in den Abendstunden durchgeführt.

Jedes Teilmodul wird über die Dauer von 5 Wochen berufsbegleitend durchgeführt. Die genauen Termine, sowie die Onlinetermine für die Teilmodule entnehmen Sie der Modulbeschreibung im Kapitel 7.

¹ Unter der Voraussetzung, dass Sie nicht mehr als 2 Teilmodule parallel belegen.

8. Terminübersicht Wintersemester 2016/2017

Anmeldung geöffnet	27.07 -31.08 2016	Informationen auf www.museon.uni-freiburg.de	
Online- Informationsveranstaltung	11.08.2016 (18 bis 19 Uhr)	Informationen auf www.museon.uni-freiburg.de	Danach Online einsehbar
Zusagen für das Wintersemester	Bis 12.09.2016		
Studienstart Online- Propädeutikum (CAS und Teilnahmebescheinigung)	4.10.2016	Online, Studienbrief wird Ihnen per Mail zugesandt	
Einführungsveranstaltung CAS (Propädeutikum)	21.-22.10.2016	Freiburg	Verpflichtend für CAS Kandidaten
Präsenzphase	26.-29.01. 2017	Freiburg /Basel	s. Kursbeschreibung
Abschlusspräsenzphase	19.-20.04.2017	Freiburg	s. Kursbeschreibung
Abschluss CAS	21.-22.04, 2017	Freiburg	Verpflichtend für CAS Kandidaten

8.1. Präsenzphasen Wintersemester 2016 /2017

Uhrzeit	Datum	Teilmodul	Dozent_in	Ort
14:00-18:30	Freitag, 21. Oktober 2016	Propädeutikum (nur für CAS Kandidaten)	Dr. Christian Wacker, Toni Bünemann, Sonja Thiel	Archäologische Sammlung, Freiburg
09:00-14:00	Samstag, 22. Oktober 2016	Propädeutikum (nur für CAS Kandidaten)	Dr. Christian Wacker; Dr. Clara Schlichtenberger, Sonja Thiel	Archäologische Sammlung, Freiburg

Präsenzphase	26.-29. Januar 2017	Freiburg /Basel	Siehe Kursbeschreibungen
--------------	---------------------	-----------------	--------------------------

Folgende Kurse finden während der Präsenzphase statt:

- Sammlungsmanagement (4h) (Do, 26.1.2017, 9:30 -13:30)
- Von der Ausstellung zum Programm (4h) (26.1.2017, 14:30-18:30)
- Erfahrungsbasiertes Lernen im Museum (6h) (27.1.2017, 10:00-16:00)
- Partizipation und Interaktion (6h) Sa, 28.1.2017 (10:00 -16:00)

Abschlusspräsenzphase und Abschluss CAS

Uhrzeit	Datum	Teilmodul	Dozent_in	Ort
14:00-18:30	Freitag, 21. April 2017	CAS-Abschluss	Dr. Christian Wacker, Toni Bünemann, Sonja Thiel	tba
09:00-14:00	Samstag, 22. April 2017	CAS-Abschluss	Dr. Christian Wacker; Dr. Clara Schlichtenberger, Sonja Thiel	Tba

Folgende Kurse finden in einer Abschlusspräsenzphase vor dem CAS Abschluss am 19./20.. April 2017 statt:

- Interkulturelle Vermittlung (voraussichtlich 6 h) 19.4.2017
- Outreach (6 h) (20.4.2017 10-16:00)
- Verpackung und Transport (voraussichtlich 4 h) (20.4. 13:00-17:00)

9. Technische Voraussetzungen für das Onlinestudium

- PC oder Laptop (Betriebssysteme Windows, Mac oder Linux)
- Internetverbindung (empfohlen wird DSL 2000 oder schneller)
- Einen gängigen aktuellen Browser
- Flash Plug-In (zum Betrachten der Videos, E-Lectures und zur Teilnahme an den Online-Meetings)
- Adobe Acrobat Reader (zur Anzeige der PDF-Dokumente)
- Head-Set (Kopfhörer und Mikrofon)
- Ggf. eine Kamera, um sich bei Online-Meetings live zuzuschalten.

Kapitel 2

Modulübersicht Wintersemester 2016/2017

10. Modulübersicht Wintersemester 2016/2017

Einleitung

Auf den folgenden Seiten erhalten Sie eine Übersicht über die Teilmodule, ihre Inhalte, Lernergebnisse, Lehrformen und Termine. Hier können Sie prüfen, ob das gewählte Thema gut in Ihren individuellen Studienplan passt und sich die Termine einrichten lassen.

- ➔ Bitte beachten Sie, dass wir Ihnen empfehlen nicht mehr als zwei Kurse parallel zu belegen, um den Lernaufwand berufsbegleitend realistisch zu halten.
- ➔ Die Module finden im folgenden Zeitraum statt: 3. Oktober 2016 – 22. April 2017.

Propädeutikum

Das Propädeutikum dient zur Vorbereitung auf das Weiterbildungsprogramm und ist eine **Pflichtveranstaltung** für alle Teilnehmenden, die ein CAS-Zertifikat anstreben.

Modul	Propädeutikum	Lernaufwand	12,5h
Nr.	0.1	Lehr-/Lernformen	Studienbrief, Übungen und Präsentationen auf ILIAS, Workshop
Durchführung	KW 40-42 3. - 22. Oktober 2016	Online/Präsenz	Onlineteil 3.-20.10.2016 Präsenz (nur CAS Kandidaten): 21.10.2016 14:00 -18.30 22.10.2016 09:00-14:00
Modultyp	Pflichtmodul für CAS Teilnehmende Einführungsmodul in die Lernplattform	Online: Präsenz:	Für Alle Nur für CAS-Teilnehmende
Creditpoints	0,5		
Abstract	Das Propädeutikum führt in die Arbeitsweisen im Rahmen des Weiterbildungsprogramms museOn ein. Lernmedien und - methoden werden vorgestellt. Inhalte zu den Themen Zeitmanagement, Projektarbeit und wissenschaftliches Arbeiten bearbeitet. In der Präsenzphase lernen sie die anderen Studierenden für den nachfolgenden Onlineaustausch kennen.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Vorgaben zur Erlangung einer Teilnahmebescheinigung / eines Zertifikats - Prüfungsmodalitäten - Die Funktionalitäten der Lernplattform - Für sie wichtige Termine im Semester - Regelungen zu Fehlzeiten etc. <p>Die Teilnehmenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lernmaterialien auf der Lernplattform abrufen sowie die Werkzeuge der Plattform, wie Wiki oder Foren, anwenden - Ihre Woche so einteilen, dass ausreichend Lernzeit zur Verfügung steht. <p>Die Teilnehmenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihre eigene Motivation, Lernerfahrung und das mögliche Lernverhalten kritisch zu untersuchen - mögliche Probleme und Defizite zu benennen - Lösungsstrategien zu formulieren 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung museOn 2. Lernplattform ILIAS 3. Projektarbeit 4. Zeitmanagement 5. Wissenschaftliches Arbeiten 		

Modul Vermitteln 1

Einführung Bildung und Vermittlung im Museum			
Modul	Vermitteln 1	Lernaufwand	25 h
Nr.	5.1	Lehr-/Lernformen	Lektüre, E-Lecture, Wiki, Video
Durchführung	KW 43-47 24.10.2016-27.11.2016	Online/Präsenz	Onlinekurs, 2 Onlinemeetings
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Erste Erfahrungen in der Vermittlungsarbeit Lesekompetenz Englisch
Tutor	Daniel Kiowski	Sprache	Deutsch / Englisch
Abstract	<p>Der Kurs vermittelt Grundlagen der Museumspädagogik und setzt sich mit Grundbegriffen und Prinzipien der museumspädagogischen Arbeit auseinander. Was ist Museumspädagogik, Kulturvermittlung und Kulturelle Bildung? Wie hat sich die Bildungs- und Vermittlungsarbeit im Museum entwickelt? Wo stehen wir heute und was wird in Zukunft von dieser Disziplin erwartet? Am Beispiel konkreter Praxisfälle und bereits realisierter Projekte diskutieren Sie Arbeitsformen und Vermittlungskonzepte. Es soll verdeutlicht werden, wie methodisch differenziert Bildung und Vermittlung heute sein kann und welche Chancen für innovative Museumsarbeit sich daraus ergeben. Im Zentrum steht dabei die Frage nach Qualitätskriterien. Was zeichnet gute Vermittlungsarbeit aus? Was gibt es für Standards? Was ist messbar? Das Modul hat Impulsfunktion: Die Teilnehmenden erhalten Anregungen und Ideen für ihre eigene Arbeit und können so eine stärkere fachliche Profilierung gewinnen. Aufbauend auf dem Praxiswissen und den Theoriebausteinen werden die Teilnehmenden in die Lage versetzt, ein Vermittlungskonzept für ein Museum entwickeln zu können.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – haben Kenntnis über die Grundlagen, die Entwicklung und aktuelle Diskurse in der Museumspädagogik. – kennen Qualitätskriterien, können sie definieren und sie für die eigene Bildungs- und Vermittlungsarbeit nutzbar machen. – haben Kenntnis von Bausteinen für ein eigenes Vermittlungskonzept. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Arbeitsfeld Bildungs- und Vermittlung im Museum 2. Grundlagen der museumspädagogischen Arbeit 3. Aspekte der sammlungsspezifischen Vermittlung und Formen der personalen und medialen Vermittlung 4. Diskurse, Qualitätskriterien und Vermittlungskonzepte, Zielgruppen 5. Erwartungen von (Nicht-)Besuchern und der Politik 		
Autorinnen	<p>Antje Kaisers, Leitung Abteilung Museumspädagogik TECHNOSEUM Mannheim. Sprecherin der Strukturgruppe Qualifizierung und Ansprechpartnerin für Fragen zu Studien- und Fortbildungsmöglichkeiten im Bundesverband Museumspädagogik e.V.</p> <p>Dr. Maren Ziese, Leiterin Bildung & Vermittlung beim Freundeskreis Willy-Brandt-Haus Berlin. Vorstand Länderverband Museumspädagogik Ost sowie Haus am Lützowplatz Lehrbeauftragte für Kulturvermittlung an der Europa-Universität Viadrina (Frankfurt/Oder)</p>		

Museale Erzählwelten			
Modul	Vermitteln 1	Lernaufwand	25 h
Nr.	5.2	Lehr-/Lernformen	Vorstellungs- und Erklärvideo Forum E-Portfolio Onlinemeetings (KW 49, 51, 1)
Durchführung	KW 48 - 1 28.11.2016 -8.1.2017	Online/Präsenz	Online, 3 Onlinemeetings
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprachkenntnisse
Tutoren	Daniel Kiowski	Sprache	Deutsch / Englisch
Abstract	<p>Museen sind Orte des Erzählens. Künstler_innen und Kurator_innen benutzen erzählerische Strategien in ihren Arbeiten, die Vermittlung setzt auf das Erzählen um Inhalten näher zu kommen und auch für die Wissenschaftler in musealen Forschungsabteilungen gehört die Erzählung zum Standardwerkzeug. Neue Medientechnologien und -Praktiken sowie die Veränderung des Selbstverständnisses vieler Museen beeinflussen das Erzählen im Museum. Die Kuratorin, die per Video Facebook ein Kunstwerk erläutert wird damit gleichzeitig zur Vermittlerin und zur Kommunikationsbeauftragten der Institution. Klassische Rollenverständnisse lösen sich auf, Kommunikationskanäle verändern und verschieben sich. All das hat eine große Auswirkung darauf, wie Museen heutzutage erzählen. Im Kurs geht es um Erzählung in zeitgenössischen Museumskontexten: Wie funktioniert das Erzählen, wie wird es im Museum eingesetzt, und wie gehen Museen mit den Erfordernissen zeitgenössischer Medien um? Anhand von Beispielen entwickeln wir gemeinsam Erzählwelten und Geschichten, die als Basis für eine strategisch ausgerichtete Vermittlung von Kommunikation von Museumsinhalten oder als Ausgangspunkt einer Ausstellung dienen können.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage, grundlegende Begriffe der Narratologie zu erläutern. – können erkennen und beschreiben, wie Museen in Ausstellung, Vermittlung und medialer Kommunikation erzählerische Mittel anwenden und wie diese strategisch einzuordnen sind. – sind in der Lage für eine museale Institution oder ein spezifisches Museumsprojekt (z.B. Ausstellung) eine Erzählwelt zu entwickeln und daraus spezifische Geschichten abzuleiten, die als Grundlage für eine Umsetzung (z.B. Ausstellung, Vermittlungskonzept, Kommunikation) dienen können. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Erzählwelten (8h) 3. Museum als Erzählraum (8h) 4. Erzählen in den Medien (4h) 5. Abschluss 		
Autoren	Dr. Axel Vogelsang, Universität Luzern Rebecca Hagelmoser, Jelena Löckner, Narratool		

Partizipation: Von der Vermittlung zur Moderation			
Modul	Vermitteln 1	Lernaufwand	30 h
Nr.	5.3	Lehr-/Lernformen	Onlinemeetings, E-Lectures, Lektüre, Präsenzphase
Durchführung	KW 2-6 9.1.2017 -12.2.2017	Online/Präsenz	Online / Präsenztermin: 28.1.2016 (6h)
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Kulturmanager_innen, Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Tutoren	Daniel Kiowski	Sprache	Deutsch und Englisch
Abstract	<p>Aktuell verändern sich die Erwartungen der Nutzer im Kontext kultureller Aktivitäten. Nutzer_innen, besonders die Jüngeren, fordern dialogische und partizipative Formate im Rahmen von Kunst und Kultur. Dies bedeutet für Institutionen ein Mehr an Besucherorientierung statt Organisationsorientierung. Konkret müssen sie, neben ihren üblichen aus der bürgerlichen Mitte stammenden Besuchergruppen neue und unterschiedliche Besuchergruppen beteiligen und sich gegenüber deren Bedürfnissen und Interessen öffnen. Eine der zentralen Herausforderung wird sein, eine Dialogkultur zu initiieren, die einen Mehrwert für alle Beteiligten schafft. Zentral stellen wir die Frage, wie sich das Museum der Zukunft im progressiven Sinne mit den Menschen gestalten kann? Dazu vergleichen wir herkömmliche Konzepte der Vermittlung mit modernen, zukünftigen dialogischen Konzepten, stellen Modelle und Stufen der Partizipation vor, sensibilisieren für Stakeholder und diskutieren die für eine nachhaltige Partizipation notwendigen Transformationsprozesse. Abschließend führen wir Sie im Rahmen eines Planspiels in die Prozessgestaltung für Teilhabeformate/partizipative Prozesse ein und vermitteln Ihnen Kompetenzen in der dafür notwendigen Methodik.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Unterschiede von herkömmlichen Konzepten der musealen Vermittlung und aktuell dialogischen Konzepten der Innovationskultur – haben ein Verständnis für die Entwicklung partizipativer Ansätze entwickelt und kennen den aktuellen Diskurs sowie gängige Partizipationsmodelle und -formate – sind in der Lage Zielgruppen, Rahmenbedingungen und Konsequenzen partizipativer Prozesse zu identifizieren. – sind sich der Potentiale sowie der gruppendynamischen Prozesse als Voraussetzung für gelingende Partizipation bewusst. – sind in der Lage ein Teilhabeformat modellhaft mit den dafür notwendigen partizipativen Methoden zu entwickeln. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partizipative Modelle, Begriffe 2. Organisationskultur 3. Sensibilisierung für Stakeholder 4. Prozesse, Methoden, Prototyp 		
Autorinnen	Sabine Jank, szenum, Berlin Angelika Zinsmaier, Städtische Museen Freiburg		

Selbstbestimmter Museumsbesuch			
Modul	Vermitteln 1	Lernaufwand	25 h
Nr.	5.4.	Lehr-/Lernformen	Onlinemeeting, E-Lectures, Forum, Lektüre
Durchführung	KW 7-11 13.2.2017-19.3.2017	Online	Onlinemodul 3 Onlinemeetings KW 7, KW 8, KW 11
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Kulturmanager_innen, Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Tutoren	Daniel Kiowski	Sprache	Deutsch und Englische Texte
Abstract	<p>Im Zeitalter des www fordert der Einzelne zunehmend selbstbestimmte kulturelle Erfahrungen ein, in denen die Möglichkeit zur Interaktion und Kreativität einen höheren Stellenwert gegenüber dem Genießen von Kultur einnimmt. Das Internet verändert die Beziehungen von Besucher_innen zueinander und deren Umgang mit Wissen und kulturellem Erbe. So wird die Zukunft der musealen Arbeit weniger darauf fixiert sein was Menschen für die Institution tun können als darauf was Menschen für ihre eigene Entwicklung tun können, indem sie die Ressourcen der Institutionen nützen. Die Folge ist die Nachfrage nach Kulturangeboten, die mehr auf die Bedürfnisse Einzelner und einzelner Interessengruppen eingehen. So wird eine der zukünftigen Kernaufgaben von Museen sein, Kulturangebote zu schaffen, die sowohl individuelle, sinnvolle Erfahrungen ermöglichen, als auch die Chance der Vernetzung bieten. Es wird um die Rahmenbedingungen der Wissensproduktion gehen und die damit verbundenen Transformationsprozesse innerhalb der Kulturorganisationen sowie die daraus sich ergebenden persönlichen Herausforderungen denen sich Museumsschaffende zukünftig gegenübersehen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – können Kulturwandelprozesse und die dafür notwendigen Transformationsprozesse einordnen – sind in der Lage die veränderten Erwartungen des Publikums zu benennen – können Rahmenbedingungen verschiedener Formen der Wissensproduktion beschreiben – entwickeln ein Bewusstsein für Bedürfnisse von Besucher_innen und können dialogische Prozesse für verschiedene Zielgruppen initiieren – können Transformationsprozesse für ein nutzerzentriertes Museum bestimmen – erhalten einen Überblick über Methoden des nutzerzentrierten Designs – sind in der Lage, die Moderatorenrollen der Vermittler_in einzuordnen 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kulturwandel 2. Motivation der Besucher_innen 3. Wissensproduktion 4. Dialog schaffen und Umbau zum Nutzerzentrierten Museum 5. Methoden und Moderation 		
Autorin	Sabine Jank, szenum Berlin		

Outreach – Programme			
Modul	Vermitteln 1	Lernaufwand	25 h
Nr.	5.5	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Wiki, E-Lecture, Onlinemeetings, Präsenzphase
Durchführung	KW 12-16 20.3.-22.4.2017	Online/Präsenz	Online Präsenz: 20.4.2017 (10-16 Uhr) Freiburg
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englische Sprache
Tutoren	Daniel Kiowski	Sprache	Deutsch und Englisch
Abstract	<p>Interesse, Verständnis, Engagement und Teilhabe der vorhandenen wie auch der potenziellen Publika rücken ins Zentrum kultur- und gesellschaftspolitischer Aufmerksamkeit. Entsprechend stehen Besuchende in ihren sozio-demografischen und milieuspezifischen Differenzierungen, mit Bildungsansprüchen, Erwartungen, Bedürfnissen und Entwicklungsmöglichkeiten immer mehr im Mittelpunkt musealer Praxis. So scheint es nur logisch, dass Museen immer häufiger museumsfernes Publikum mit ihren Inhalten erreichen möchten. Mit Outreach erwirbt das Museum die Kompetenz, Beziehungen auf Augenhöhe auch zum nichtwissenschaftlichen Umfeld aufzubauen und die Chance zur Aktualisierung ihrer überlieferten Dingwelt. Das Modul "Outreach" gibt Einblick in theoretische Grundlagen und Best Practice Modelle von Outreach. Es werden verschiedene Formen der Motivation Outreach Programme durchzuführen diskursiv behandelt. Sie erhalten Einblick in typische Phasen eines Beteiligungsprozesses werden für eventuelle Veränderungsprozesse innerhalb ihrer Institutionen sensibilisiert und erlangen im Rahmen einer Präsenzphase Fähigkeiten und Methodenkompetenz, die sie für die Aufgabe der Moderator_in von Beteiligungsprozessen sensibilisieren. Abschließend werden neue Rollen und Möglichkeiten der Museen im Kontext von Outreach Programmen diskutiert.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die theoretischen Grundlagen und Best Practice Modelle von Outreach Strategien - können Aufwand, Personaleinsatz und Zukunftsperspektiven für Outreach Programme einschätzen und haben sich mit verschiedenen Motivationen der Museen bzgl. Outreach auseinander gesetzt. - sind für notwendige Change-Prozesse (Organisationskultur) im Kontext von Outreach-Programmen sensibilisiert - kennen die typischen Phasen eines Beteiligungsprozesses - kennen die Fähigkeiten und Methoden eines Moderators und sind in der Lage, die passende Methoden für ein individuelles Programm auszuwählen 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Best Practice Modelle 2. Motivation der Museen 3. Rahmenbedingungen 4. Methodenkompetenz 		
Autorinnen	Sabine Jank, szenum Berlin Sonja Thiel, museOn, Universität Freiburg		

Modul Vermitteln 2

Besucherorientiertes Denken und Handeln / Audience Development			
Modul	Vermitteln 2	Lernaufwand	25 h
Nr.	6.1	Lehr-/Lernformen	Lektüre, E-Lecture, Filme, Onlinemeetings
Durchführung	KW 43-47 24.10.2016 - 27.11.2016	Online/Präsenz	Online, 2 Onlinemeetings
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Kurator_innen und Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Claudia Mannigel	Sprache	Deutsch
Abstract	Museen stehen heute mit Einrichtungen aus dem gesamten Kultur- und Freizeitsektor in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit, das Zeitbudget und das Geld ihrer Besucher. Dies bedeutet, dass sich auch die oft als Non-Profit-Einrichtungen geführten Museen deutlich stärker an den Mechanismen des Marktes ausrichten müssen. Einen solchen Paradigmenwechsel erfolgreich und nachhaltig zu vollziehen, erfordert eine ganzheitliche Betrachtung des gesamten Museumsbetriebs.		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kennen den einschlägigen Literatur/Forschungsstand – Haben einen Blick für kompetitives Marktverständnis entwickelt – Haben ein umfassendes Qualitätsverständnis entwickelt <p>Das vernetzte Denken und Handeln sowie die analytischen Fähigkeiten bzgl. Besucherorientierung werden im Rahmen des Teilmoduls gestärkt und verfeinert.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konzeption eines erweiterten Audience Development 2. Was ist ein ideales Museum? Analyse von Expert_innen-Interviews und eigene Feldforschung 3. Was sollen Museen heute wollen? 4. Beispiele gelungener und misslungener Zielgruppenansprache 		
Autor	<p>Dr. Matthias Henkel M.A. Member of the Board of Directors Center for Audience Development Institut für Kultur- und Medienmanagement Freie Universität Berlin</p>		

Erkenntnisgewinn statt Wissensvermittlung. Strategien aus der Kunst, Ästhetischer Forschung und Dialogischer Kunstvermittlung			
Modul	Vermitteln 2	Lernaufwand	25 h
Nr.	6.2	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Konzeption einer Vermittlungseinheit, Präsenz
Durchführung	KW 48-4 28.11.2016-27.1.2016	Online/Präsenz	Präsenz: 27.1.2017 (6h), Vitra Design Museum
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Vermittler_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Claudia Mannigel	Sprache	Deutsch
Abstract	Partizipation ist im Museum angekommen. Handeln ist jedoch noch nicht gleichbedeutend mit Erkenntnisgewinn. Es stellt sich also die Frage, wie Erkenntnisgewinn, eine Aktivierung und Veränderung der Besucherin und des Besuchers erreicht werden kann. Im Modul lernen die Studierenden verschiedene Positionen kennen, welche sich um eine Öffnung der Vermittlungsformate bemühen und erfahrungsbasierte, individuelle oder ästhetische Zugänge zu den Inhalten eröffnen. Mit Ansätzen aus der Kunst(vermittlung), der Ästhetischen Forschung und der Dialogischen Kunstvermittlung erstellen die Studierenden ein Konzept für eine Vermittlungseinheit, die im Plenum erprobt und diskutiert werden kann.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> – sind in der Lage sich kritisch mit aktueller Vermittlungsarbeit in Museen auseinanderzusetzen und eigene Erfahrungen und Vorstellungen zu reflektieren. – kennen Positionen der Ästhetischen Forschung und der Dialogischen Vermittlung – haben ein Konzept für eine Vermittlungseinheit entwickelt, welche in Idee und konkreter Ausführung Bezug auf behandelte Positionen nimmt 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung: (Kunst)Vermittlung in Museen 2. Positionen Ästhetische Forschung und Dialogische Kunstvermittlung 3. Entwicklung eines eigenen Konzeptes 4. Präsentation (Präsenz, 6h) 		
Autorin	Julia Hefti, Vitra Design Museum		

Von der Ausstellung zum Programm			
Modul	Vermitteln 2	Lernaufwand	25h
Nr.	6.3	Lehr-/Lernformen	Video, E-Lectures, Skripte, Literatur, Wiki, Präsenz
Durchführung	KW 2-6 9.1.2017-12.2.2017	Online/Präsenz	Onlinekurs: 20 h Präsenz: 3h, 26.1.2017, 14:30-17:30
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Bildung & Vermittlung, Kurator_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Claudia Mannigel	Sprache	Deutsch
Abstract	Die Entwicklung und Umsetzung von Programmen und Begleitprogrammen ist integraler Bestandteil des Ausstellungswesens. Das Bewusstsein darüber, dass gelungene Programmgestaltung Teil der Ausstellungsplanung sein sollte, wird unter Berücksichtigung pädagogischer, administrativer und logistischer Parameter geschaffen bzw. vertieft. In diesem Teilmodul wird anhand des <i>practice</i> -Beispiels Archäologisches Museum Colombischlössle in Freiburg auf die Vielfalt an Vermittlungswegen aufmerksam gemacht, um darauf aufbauend Konsequenzen für die Ausstellungsdidaktik zu denken und Checklisten für Ausstellungsprogramme zu entwickeln. Welche Programme und Begleitprogramme sind denkbar und vor allem im Rahmen der eigenen Möglichkeiten (Größe des Museums oder der Ausstellung, Budget, Personal, pädagogische Intention etc.) auch umsetzbar?		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden <ul style="list-style-type: none"> – haben ein Bewusstsein dafür entwickelt, dass die Konzeption von Ausstellungsprogrammen als integraler Bestandteil der Ausstellungsplanung anzusehen ist. – Kennen die Grundlagen zur Programmgestaltung einschließlich von Checklisten, welche die Konzeption von Programmen erleichtern. – Sind in der Lage, eine qualitative Beurteilung von Programmen vorzunehmen und damit Programmkonzeption und Durchführung zu verbessern. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vermittlungswege in der Ausstellung 2. Ausstellungsprogramme 3. Wege der Vermittlung 4. Erstellen von Ausstellungsprogrammen 5. Checkliste zu Ausstellungsprogrammen 		
Autor_innen	Dr. Helena Pastor, Städtische Museen Freiburg Dr. Christian Wacker, museOn Weiterbildung & netzwerk		

Edutainment			
Modul	Vermitteln 2	Lernaufwand	25 h
Nr.	6.4	Lehr-/Lernformen	E-Lecture, Filme, E-Portfolio, Onlinemeeting / Wiki
Durchführung	KW 7-11 13.2.-19.3.2017	Online/Präsenz	Online 1 Onlinemeeting
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Bildung und Vermittlung Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Sprachkompetenz Englisch
Tutoren	Claudia Mannigel	Sprache	Englisch
Abstract	<p>This course explores the concept of Edutainment, tracing its evolution through the history of museums and interrogating its relevance – and possible application – to the museum of the future.</p> <p>This course will help you understand <i>why</i> and <i>how</i> you should be creating popular, entertaining, fun experiences in your museum.</p>		
Lernergebnisse	<p>By weaving together academic discourse with industry benchmarks, it provides a unique analysis of Edutainment – or “playful learning” – to help foster your critical assessment skills with regards to museums and exhibitions.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. What is Edutainment? 2. Fun Palaces 3. Hard Fun – challeinging not overwhelming 4. Film as Edutainment 5. The Edutainment Tool Box 6. Reeinvention of Edutainment 7. The Future 		
Autoren	Eric Langham, BARKER LANGHAM, London		

Interkulturelle Vermittlung			
Modul	Vermitteln	Lernaufwand	25 h
Nr.	6.5	Lehr-/Lernformen	
Durchführung	KW 12-16 20.3.2017 -23.4.2017	Online/Präsenz	19.4.2017
Modultyp	Teilmodul Vermitteln	Zielgruppe	Bildung & Vermittlung, Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	
Tutoren		Sprache	
Abstract			
Lernergebnisse			
Inhalt des Kurses			
Autorin	Angelika Zinsmaier, Städtische Museen Freiburg		

Modul Sammeln

Sammlungsmanagement			
Modul	Sammeln	Lernaufwand	25 h
Nr.	7.1	Lehr-/Lernformen	Skript, Lektüre, Onlinemeeting, Forum, Film, Präsenz
Durchführung	KW 43-47 24.10.2016 - 27.11.2016	Online/Präsenz	Online: 21h Präsenz: 4 h Do, 26.1.2017, 9:30 -13:30)
Modultyp	Teilmodul Sammeln	Zielgruppe	Sammlungsmitarbeiter_innen Volontär_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Grundkenntnisse Dokumentation, Grundkenntnisse Projektmanagement
Tutoren	Nora Langensiepen	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Der Begriff "Sammlungsmanagement" - in Abgrenzung zum Begriff des "Sammlungswesens" soll ein analytisches und strukturiertes Vorgehen implizieren. Dabei soll es darum gehen, Geschäftsgänge, Abläufe, Workflows im alltäglichen Umgang mit Sammlungen und Sammlungsstücken in ihre Teilprozesse zu zerlegen, um diese auf ihre Potentiale und Risiken prüfen und gegebenenfalls neu ordnen und festlegen zu können. Weiterhin soll sich "Sammlungsmanagement" auf die Notwendigkeit beziehen, bestehende Sammlungen durch ihre strukturierte Erschließung zu qualifizieren, ihren Wert für Wissenschaft und Museumsarbeit zu steigern und sie so einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es hat sich gezeigt, dass dadurch die Nachfrage nach Sammlungen und Ausstellungen steigt. Sammlungsmanagement bedeutet auch eine "Demokratisierung" von Beständen, die bisher Kustoden und privilegierten Fachwissenschaftlern zugänglich waren und erhöht somit die Legitimation des betriebenen Aufwands gegenüber politischen Gremien und Entscheidungsträgern.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennen die Instrumentarien der Standardisierung und Dokumentation von Vorgängen und haben ein Bewusstsein für deren Notwendigkeit entwickelt - verstehen die Notwendigkeit der strukturierten Erschließung von Beständen, kennen die hierfür relevanten Instrumentarien und sind in der Lage dies in Zusammenhang mit der Wertsteigerung von Sammlungen zu bringen. 		
Inhalt des Kurses	<p>Teil 1: Standortverwaltung: Ortsveränderungen von Objekten Teil 2: Retrospektive Dokumentation oder die Erschließung von Sammlungen Teil 3: Laborphase: Sammlungsmanagement im Zentralen Kunstdepot der Städtischen Museen Freiburg als Best Practice-Beispiel</p>		
Autoren	<p>Edgar Dürrenberger M.A., hat Ethnologie und Soziologie studiert sowie sich mit Archivwissenschaften beschäftigt. Derzeit leitet er das Zentrale Kunstdepot der Städtischen Museen Freiburg Dr. Tilmann von Stockhausen, Leitender Direktor der Städtischen Museen Freiburg und Direktor des Augustinermuseums Freiburg</p>		

Sammlungsstrategien			
Modul	Sammeln	Lernaufwand	
Nr.	7.2	Lehr-/Lernformen	
Durchführung	KW 48-1 28.11.2016-8.1.2017	Online/Präsenz	
Modultyp	Teilmodul Sammeln	Zielgruppe	
Creditpoints	1	Voraussetzungen	
Tutoren		Sprache	
Abstract			
Lernergebnisse			
Inhalt des Kurses			
Autorin	Prof. Dr. Anja Grebe, Donauuniversität Krems		

Inventarisieren und Dokumentieren			
Modul	Sammeln	Lernaufwand	25 h
Nr.	7.3	Lehr-/Lernformen	
Durchführung	KW 2-6 9.1.2017 - 12.2.2017	Online/Präsenz	
Modultyp	Teilmodul Sammeln	Zielgruppe	
Creditpoints	1	Voraussetzungen	
Tutoren		Sprache	
Abstract			
Lernergebnisse			
Inhalt des Kurses			
Autor	Volker Thiel, Registrars Deutschland e.V., Haus der Geschichte, Bonn		

Risikomanagement und Versicherung			
Modul	Sammeln	Lernaufwand	25 h
Nr.	7.4	Lehr-/Lernformen	Filme, E-Lectures, Lektüre
Durchführung	KW 7-11 13.2.-19.3.2017	Online/Präsenz	Online
Modultyp	Teilmodul Sammeln	Zielgruppe	Verantwortungsträger, Registrare, Logistiker, Kuratoren und Ausstellungsmanager
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Nora Langensiepen	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Inhaltlicher Schwerpunkt des Teilmoduls ist zunächst das Aufzeigen von Risikosphären und -Kategorien sowie Haftungs-, Substanz-, Bewegungs- und stationären Risiken. Die Teilnehmer sollen an die Risikoerkennung und den Umgang mit jenem herangeführt werden. Abschließend werden konkrete Methoden zur Risikovermeidung bzw. -Minimierung vorgestellt.</p> <p>Jener erste größere Themenkomplex ergibt sich aus dem Kontext von Sammlungsbeständen; hinsichtlich Leihgaben befasst sich das Modul mit den Prinzipien der Risikogewichtung, zeigt verschiedene Möglichkeiten der Gefahrüberwälzung auf Versicherer auf und geht des Weiteren auf die Staatshaftung ein.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden haben im Laufe des Teilmoduls ein Gefühl für Risiken entwickelt, und sind in der Lage Risiken zu diagnostizieren. Sie kennen verschiedene Maßnahmen, angepasst auf die jeweilige individuelle Situation. Die Teilnehmenden kennen den Unterschied zwischen Haftungs- und Substanzrisiken sowie den Managementregelkreis für das Risikomanagements. Durch das im Teilmodul entwickelte Bewusstsein für Fallstricke und Hürden ist es den Teilnehmenden langfristig möglich, den Umgang mit versicherungstechnischen Themen in ihrer eigenen Einrichtung zu professionalisieren.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung, Risiko allgemein, Funktion der Marktteilnehmer; 2. Schritte der Schadensprüfung 3. Haftungsformen; museales vs. privates Sammeln 4. Schaden- und Unfallversicherung; Spartenrennung 5. Allgefahrendeckung; Inhalt, Ausschlüsse, rechtlicher Rahmen 6. Stationär- vs. Bewegungsrisiken, Formen der Vermittlung und Beratung 		
Autor_innen	Dr. Stephan Zilkens, Antonia Schwingen, Gina Labetzsch, Zilkens Fine Art Insurancebroker GmbH		

Verpackung und Transport			
Modul	Sammeln	Lernaufwand	25 h
Nr.	7.5	Lehr-/Lernformen	E-Lectures, Lektüre, Onlinemeeting, Laborphase
Durchführung	KW 12-16 20.3.-23.4.2017	Online/Präsenz	Online 21h Präsenz 4 h (20.4.2017; 13-17:00) Freiburg
Modultyp	Teilmodul Sammeln	Zielgruppe	Sammlungsmitarbeiter_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Die Grundlagen der Qualitätssicherung sind bekannt
Tutoren	Nora Langensiepen	Sprache	Deutsch
Abstract	Das Teilmodul vermittelt Informationen über die Ermittlung und Behandlung von Risiken im Zusammenhang mit der räumlichen Verlagerung von Kulturgütern. Es gibt einen Einblick in Verpackungs- und Transportaspekte als Entscheidungshilfe zur Risikominimierung durch die Wahl geeigneter Verfahren.		
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden kennen die Komplexität des Transportes von Kulturgütern und sind in der Lage ihre eigene Rolle und Verantwortlichkeit in diesem Kontext zu definieren. Die Teilnehmenden kennen die Risiken in Bezug auf den Transport von Kulturobjekten und haben ein Bewusstsein für die Möglichkeiten der Risikominimierung durch geeignete Verpackungs- und Transportverfahren. Die Teilnehmenden kennen Spezifika von Verpackungsmaterialien und deren Einsatz in verschiedenen Verpackungskontexten.		
Inhalt des Kurses	1. Risikofaktoren, 2. Recht & Normen; 3. Prozesse und Risikobewertung; 4. Verpackung: Materialien und Verfahren; 5. Ladung und Transport		
Modulverantwortliche	Michael Golz, Hasenkamp Holding, Köln		

Modul Vermarkten

Strategisches Marketing			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	30h
Nr.	8.1	Lehr-/Lernformen	Video, Etherpad, E-Lecture, Lektüre, Online-Meeting
Durchführung	KW 43-47 24.10.2016 - 27.11.2016	Online/Präsenz	Online
Modultyp	Teilmodul Vermarkten	Zielgruppe	Quereinsteiger, Verantwortliche, Volontäre, Verwaltungsmitarbeiter, Pressereferenten, Kuratoren
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Ann-Kathrin Hardenberg	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Arbeitsfeld Marketing in Museen ist im Vergleich zur Historie der Museen noch sehr jung. Erst seit etwa 10 Jahren setzt sich Marketing in Museen erst langsam durch. Dabei ist es ein besonders wichtiges und notwendiges Tool, um ein Museum in seiner Besonderheit und in seinen Angeboten besonders herauszustellen. Durch die Entwicklung der Gesellschaft zur Freizeitgesellschaft sind Museen in einem stark konkurrierenden Umfeld vieler Anbieter und Einrichter im Freizeit- und Kulturbetrieb. Museen müssen mit strategischem Marketing Position beziehen, neue Zielgruppen erschließen, bekannt machen und bleiben. Heute steht der Besucher im Zentrum der Museumsarbeit. Wie ein Unternehmen muss das Museum sich um seine Kunden bemühen und deren Wünsche, Anforderungen und Erwartungen einbeziehen. Marketing ist allein nicht mehr nur mit Werbung gleichzusetzen, wengleich der Spruch „Wer nicht wirbt, der stirbt“ heute mehr denn je für Museen gilt. Marketing ist ganzheitliches und ein strategisch-operatives Management. Das Teilmodul wird die Marketingkonzeption als strategisches Vorgehen vorstellen.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die kurze Historie der Marketinggeschichte, Fachbegriffe des Marketings und Best Practice-Beispiele von Museen als Marke sowie das aktuelle Feld des Online-Marketings. – Sind in der Lage die Planung einer strategischen Konzeption von Marketing mit den Inhalten Analyse, Ziele und Zielgruppen, Strategie und Marketing-Mix wiederzugeben. - haben ein Verständnis für die Umsetzung der Marketing-Planung und sind in der Lage diese im Alltag anwenden. – Haben ein Verständnis für Marketing entwickelt und sind in der Lage Ansätze daraus in ihrer eigenen Arbeit zu integrieren 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Best Practice Beispiele 2. Von der Wirtschaft lernen 3. Marketing als ganzheitliches Management 4. Onlinemarketing und Abschluss 		
Modulverantwortliche	Dr. Ulrike Lehmann, PR ORANGE		

Urheberrecht			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25 h
Nr.	8.2	Lehr-/Lernformen	Video, E-Lecture, Lektüre, Forumsdiskussion, Multiple Choice Test
Durchführung	KW 48-1 28.11.2016 - 8.1.2017	Online/Präsenz	Online
Modultyp	Teilmodul Vermarkten	Zielgruppe	Verantwortungsträger_innen, Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Englischkenntnisse, insbesondere Hörverständnis
Tutoren	Ann-Kathrin Hardenberg	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Teilmodul gibt im Rahmen von vier Themeneinheiten einen Überblick über das deutsche Urheberrecht.</p> <p>Zunächst werden die Funktion und der Anwendungsbereich des Urheberrechts erläutert.</p> <p>Anhand des UrhG werden die geschützten Werkarten, die Ausschussrechte von Urhebern und deren Schranken vorgestellt.</p> <p>Mit den Teilbereichen Urhebervertragsrecht und CC-Lizenzen lernen die Teilnehmer sodann den Umgang als Nutzer mit urheberrechtlich geschützten Werken.</p> <p>In dem Modul wird der Umgang mit der Urheberrechtsgesetz insbesondere anhand von Beispielen aus dem Museumskontext erlernt.</p> <p>Auch bei der Vermittlung der Inhalte werden hauptsächlich die Regelungen besprochen, die für die Museumsarbeit relevant sind, insbesondere im Bereich der Schrankenregelungen im UrhG.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden haben ein Problembewusstsein für Urheberrechtsfragen aufgebaut. Sie haben ein Grundverständnis für rechtliche Fragen und deren Einordnung entwickelt. Die Teilnehmenden sind in der Lage Gesetzestexte aus dem Bereich Urheberrecht zu lesen, auszulegen, zu verstehen und anzuwenden.</p>		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Deutsche Urheberrecht 2. Das Urheberrechtsgesetz 3. Das Urhebervertragsrecht 4. CC-Lizenzen 		
Autorinnen	<p>Eva-Maria Bauer Franziska Brinkmann Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen am Zentrum für Angewandte Rechtswissenschaft am Karlsruher Institut für Technologie.</p>		

Das Museum als Marke. Strategische Kommunikation und Markenbildung.			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25h
Nr.	8.3	Lehr-/Lernformen	
Durchführung	KW 2-6 9.1.2017 - 12.2.2017	Online/Präsenz	Online
Modultyp	Teilmodul Vermarkten	Zielgruppe	Öffentlichkeitsarbeit Verantwortungsträger_innen
Creditpoints	1	Voraussetzungen	Keine
Tutoren	Ann-Kathrin Hardenberg	Sprache	Deutsch
Abstract			
Lernergebnisse	Die Teilnehmenden kennen die Definition des Marken-Begriffs in Zusammenhang mit der strategischen Kommunikation für Museen. Sie kennen relevante Literatur. Sie sind in der Lage die Markenbildung als ganzheitlicher Prozess innerhalb des Museumsbetriebs zu verstehen und kennenden Baukasten der Markenbildung.		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Marke 2. Esch, Wallace, Meffert, John, Holt und Co. 3. Sammeln - Bewahren - Erforschen - Präsentieren - Vermitteln. 4. CD [Corporate Design], CC [Corporate Communication], CI [Corporate Identity], CA [Corporate Architecture], CB [Corporate Behaviour] 5. Tate, MoMA und Co 		
Autor	Dr. Matthias Henkel M.A. Member of the Board of Directors Center for Audience Development Institut für Kultur- und Medienmanagement Freie Universität Berlin		

Fundraising			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25h
Nr.	8.4	Lehr-/Lernformen	Lektüre, Onlinemeetings, Etherpad
Durchführung	KW 7-11 13.2.2017-19.3.2017	Online/Präsenz	Online
Modultyp	Teilmodul Vermarkten	Zielgruppe	Abteilung Fundraising/Öffentlichkeitsarbeit
Creditpoints	1	Voraussetzungen	keine
Tutoren	Ann-Kathrin Hardenberg	Sprache	Deutsch
Abstract	<p>Das Teilmodul "Fundraising und Sponsoring" beleuchtet das Phänomen des Fundraising durch nicht-erwerblich-wirtschaftliche bzw. gemeinnützige Organisationen. Welche Organisationen dürfen überhaupt Fundraising betreiben? Was sind die wichtigsten Formen der Geldbeschaffung und wie hat sich das Verständnis des Fundraising über den Verlauf der Zeit entwickelt? Wichtiges Thema ist der Prozess des Fundraising. Hierbei werden entsprechend einer Konzeption von Worth (2016) folgende sechs Prozess-Schritte berücksichtigt: (1) Festlegung von Prioritäten und „Case for support“, (2) Identifikation und Bewertung der Spender, (3) Pflege der Beziehung zu den Spendern, (4) Einwerben der Spende, (5) Bestätigung der Spende und Anerkennung der Spender sowie (6) Treuhänderisches Verwalten der Spende / Transparenz schaffen. Außerdem geht es um Determinanten des Verhaltens privater Spender. Darüber hinaus werden unterschiedliche Ansätze der Segmentierung von privaten Spendern präsentiert. Zuletzt wird Crowdfunding als besondere Formen des Fundraising thematisiert. Die Themeneinheit schließt mit der Darstellung der sogenannten "Campaign"-Methode, welche ein integratives Konzept des operativen Fundraising darstellt.</p>		
Lernergebnisse	<p>Die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> – können wiedergeben, was unter Fundraising zu verstehen ist – kennen Formen der Geldbeschaffung sowie Instrumente des Fundraising. – können den Prozess des Fundraising strukturiert darstellen und die Prozessschritte anwendungsbezogen mit eigenen Inhalten und Ideen füllen. – sind in der Lage bestehende Fundraising-Programme zu evaluieren und darauf aufbauend Empfehlungen zur Weiterentwicklung bestehender Fundraising-Programme zu entwickeln. 		
Inhalt des Kurses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevanz, Formen der Geldbeschaffung und Entwicklungslinien 2. Der Fundraising-Prozess 3. Spenderverhalten und -segmente 4. Besondere Formen der Geldbeschaffung und die "Campaign"-Methode 5. Entwicklung einer Skizze eines Fundraising-Programms (Entwicklung neuer Methoden) 		
Autor	Prof. Dr. Jörg Lindenmeier, Universität Freiburg		

Öffentlichkeitsarbeit			
Modul	Vermarkten	Lernaufwand	25h
Nr.	8.5	Lehr-/Lernformen	
Durchführung	KW 12-16 20.3.-23.4.2017	Online/Präsenz	
Modultyp	Teilmodul Vermarkten	Zielgruppe	
Creditpoints	1	Voraussetzungen	
Tutoren	Ann-Kathrin Hardenberg	Sprache	
Abstract			
Lernergebnisse			
Inhalt des Kurses			
Autor	Klaus Schopen, Schokoladenmuseum Köln		

Organisatorische Hinweise

- Bitte organisieren Sie Anreise und Unterkunft selbst. Sie erhalten zum Studienstart von museOn Empfehlungen zu günstigen und guten Übernachtungsmöglichkeiten in Freiburg.
- Sie erhalten einen separaten Ablaufplan über die Präsenzphasen bei Studienstart, bzw. rechtzeitig vor dem Propädeutikum.
- Sie erhalten Informationen zum Zugang zur Lernplattform ILIAS per Mail.
- Für Rückfragen steht Ihnen das museOn-Team jederzeit zur Verfügung!

Checkliste

Haben Sie an folgende Aspekte gedacht?

- ✓ Abschlussart gewählt - Einzelkurse oder Certificate of Advanced Studies?
- ✓ Kursauswahl getroffen - anhand des Modulhandbuchs detailgeprüft
- ✓ Präsenztermine geblockt - finden meist am Wochenende statt
- ✓ Ggf. schon Onlinetermine geblockt - finden meist abends unter der Woche statt (Di/Mi/Do)
- ✓ Individuelles Zeitmanagement - Jeder Kurs hat einen wöchentlichen Arbeitsumfang von mind. 5 h - wir empfehlen nicht mehr als 2 Kurse gleichzeitig zu belegen!
- ✓ Zeitmanagement - Kurse und Arbeitsumfang mit Arbeitgeber abgestimmt?
- ✓ CAS-Abschlussarbeit eingeplant - Umfang: ca. 40 Wochenstunden

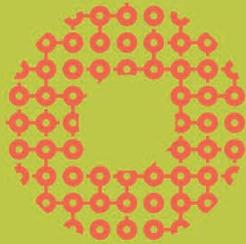
Mein Zeitplan

Wir empfehlen Ihnen, sich gleich bei der Kursauswahl die Termine zu blocken, nicht mehr als zwei Teilmodule parallel zu belegen damit Ihr Lernaufwand 10 Stunden pro Woche nicht übersteigt.

24.10.2016 - 27.11.2016	28.11.2016 - 8.1.2017	9.1.2017 - 12.2.2017	13.2.2017 - 19.3.2017	20.3.2017 - 23.4.2017

Meine Präsenztermine:

❖ Viel Freude und Erfolg!



museon
weiterbildung &
netzwerk

Modulhandbuch In der Version 01/16

Herausgegeben von:
Universität Freiburg - FRAMAS
museOn | weiterbildung & netzwerk
Friedrichstraße 50
D - 79098 Freiburg
+49 (0)761 203 98 614
museon@uni-freiburg.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

