

STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul					
Code		Studienjahr		Studiensemester	
KKW343		3		5	
Bezeichnung		VL	UE	LU	ECTS
Veranstaltungsmanagement in der Kulturindustrie		3	-	-	4
Sprache	Deutsch				
Studium	Bachelor	x	Master	Doktor	
Studiengang					
Lehr- und Lernformen					
Modultyp	Pflichtfach		Wahlfach	x	
Lernziele	Verständnis für Kulturvermittlung in staatlichen Kulturinstitutionen und privaten Unternehmen; Erwerb von Kenntnissen in der Theorie der Kulturindustrie; Einsicht in die Vorteile und Probleme der Globalisierung medial vermittelter Kulturprodukte				
Lerninhalte	Einführung in die Theorie der Kulturindustrie der Frankfurter Schule; Einführung in das Verständnis der Globalisierung der Kulturindustrie; Analyse der Reproduzierbarkeit von Kunstwerken und ihrer historischen Entwicklung; Analyse gegenwärtiger Produkte im Bereich digitaler Formen der Kulturvermittlung; Vermarktungsmethoden in der Populärkultur (Suchmaschinen, Ambient TV, Populärmusik&Video)				
Teilnahmevoraussetzungen	-				
Koordination	Assist.Prof. Dr. Ralph Buchenhorst				
Vortragende(r)	Assist.Prof. Dr. Ralph Buchenhorst				
Mitwirkende(r)	Wiss. Mit. Hatice Zeynep Gürbener Şahin				
Praktikumsstatus	-				
Fachliteratur					
Bücher / Skripte	Walter Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1963; Rodrigo Duarte, Die ‚globale‘ Kulturindustrie und ihre Kritik. In: ders., Deplatzierungen, 2. Auflage 2017, Berlin: Springer, S. 121-135; Jürgen Habermas, Die Moderne – ein unvollendetes Projekt, in: ders., dass., Leipzig, Reclam 1994, S. 54-72; Max Horkheimer/Theodor W. Adorno, Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug. In: dies., Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente, Frankfurt/Main: Fischer, S. 128-176; Kai Lehmann/Michael Scheische (Hg.), Die Google-Gesellschaft: Vom digitalen Wandel des Wissens, Bielefeld: Transkript 2007, S. 17-32; Tobias Plebuch, Musikhören nach Adorno: Ein Genesungsbericht. In: Merkur, August 2002, 56. Jahrgang, Heft 640, 675-687.				
Weitere Quellen	Kayle Chayka, "Emily in Paris" and the Rise of Ambient TV, The New Yorker, 16.11.2020.				
Lernmaterialien					
Dokumente	Literarische, medientheoretische und kulturwissenschaftliche Texte				
Hausaufgaben	Textlektüre, Voranalyse der Texte, Präsentationsvorbereitung				
Prüfungen	Zwischen-/Abschlussprüfung, Präsentation				

**STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Zusammensetzung des Moduls			
Mathematik und Grundlagenwissenschaften		%	
Ingenieurwesen		%	
Konstruktionsdesign		%	
Sozialwissenschaften	100	%	
Erziehungswissenschaften		%	
Naturwissenschaften		%	
Gesundheitswissenschaften		%	
Fachkenntnis		%	
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl	Gewichtung in Endnote (%)	
Zwischenprüfungen	1	20	
Quiz	-	-	
Hausaufgaben	-	-	
Anwesenheit	1	10	
Übung	1	10	
Projekte	1	20	
Abschlussprüfung	1	40	
	Summe	100	
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	3	42
Selbststudium	Sitzungsvorbereitung	3	42
Hausaufgaben	-	-	-
Präsentation / Seminarvorbereitung	1-3	6	12
Zwischenprüfungen	1	12	12
Übung	-	-	-
Labor	-	-	-
Projekte	-	-	-
Abschlussprüfung	1	30	30
	Summe Arbeitsaufwand		138
	ECTS Punkte (Gesamtaufwand / Stunden)		4
Lernergebnisse			
1	Verständnis für Kulturvermittlung in staatlichen Kulturinstitutionen und privaten Unternehmen		
2	Erwerb von Kenntnissen in der Theorie der Kulturindustrie		

STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG

3	Einsicht in die Vorteile und Probleme der Globalisierung medial vermittelter Kulturprodukte
4	Einsicht und Analysefähigkeit hinsichtlich neuerer Vermarktungsmethoden in der Populärkultur (Suchmaschinen, Ambient TV, Populärmusik&Video)
5	Verständnis in Zusammenhänge der Globalisierung in der Produktion und Vermarktung von Kultur.
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Wöchentliche Themenverteilung

1	Einführung in die Theorie der Kulturindustrie der Frankfurter Schule;
2	Einführung in die Theorie der Kulturindustrie der Frankfurter Schule;
3	Einführung in das Verständnis der Globalisierung der Kulturindustrie;
4	Einführung in das Verständnis der Globalisierung der Kulturindustrie;
5	Analyse der Reproduzierbarkeit von Kunstwerken und ihrer historischen Entwicklung;
6	Analyse der Reproduzierbarkeit von Kunstwerken und ihrer historischen Entwicklung;
7	Analyse gegenwärtiger Produkte im Bereich digitaler Formen der Kulturvermittlung;
8	Analyse gegenwärtiger Produkte im Bereich digitaler Formen der Kulturvermittlung;
9	Analyse gegenwärtiger Produkte im Bereich digitaler Formen der Kulturvermittlung;
10	Vermarktungsmethoden in der Populärkultur (Suchmaschinen, Ambient TV, Populärmusik&Video)
11	Vermarktungsmethoden in der Populärkultur (Suchmaschinen, Ambient TV, Populärmusik&Video)
12	Vorbereitung der Abschlussarbeit
13	Vorbereitung der Abschlussarbeit
14	
15	

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	5	5	4	5		
2	4	4	4	5	5		
3	5	5	4	4	5		
4	5	5	5	4	5		
5							

**STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=04&curSunit=209#>

Erstellt von: Wiss. Mit. Hatice Zeynep Gürbener Şahin

Datum der Aktualisierung: 12.06.2022