



IGC

International Graduate Center
Hochschule Bremen - Germany
City University of Applied Sciences

**Masterstudiengang
Kulturmanagement (M.A.)
- berufsbegleitend -**

**Programmstruktur
Lehrinhalte
Prüfungsleistungen**

Inhaltsverzeichnis

Programmstruktur	3
Prüfungsleistungen	5
Lehrinhalte	7
Modul 1 – Kunst und Kultur in der Gesellschaft	7
Modul 2 – Entrepreneurship I: Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Kulturmanagements	7
Modul 3 – Kreative Ressourcen	8
Modul 4 – Strategisches Management und Marketing	8
Modul 5 – Entrepreneurship II: Projekt- und Eventmanagement, Businessplanung	9
Modul 6 – Entrepreneurship III: Führung und Personalentwicklung	9
Modul 7 – Die Umwelt des Kulturbetriebs: Recht, Medien und Öffentlichkeit	10
Modul 8 – Informationswirtschaft: Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Statistik	11
Modul 9 – Organisations- und Kulturentwicklung	11
Modul 10 – Die Praxis von Kulturbetrieben und –events	12
Modul 11.1 – Schlüsselkompetenzen für das Kulturmanagement	12
Modul 11.2 – Begleitetes Kurzpraktikum	13

Programmstruktur

Der Studiengang ist inhaltlich in drei Lernbereiche gegliedert: Strategie / Steuerung / Führung. Damit werden die wichtigsten Managementfunktionen, die es in der beruflichen Praxis zu integrieren gilt, in einer für das Kulturmanagement spezifischen Weise angesprochen.

Mit je einem Modul in den Semestern 1 bis 3 wird unter dem Oberthema „Die Strategie des Kulturbetriebs“ eine solide Wissensbasis vermittelt, in der soziale, politische, wirtschaftliche, rechtliche und kulturelle Rahmenbedingungen für das Management von Kultur sowie die angemessenen Instrumente für die Strategieentwicklung, ihre operative Umsetzung und öffentlichkeitswirksame Vermittlung im Mittelpunkt stehen.

Der zweite Bereich beinhaltet ebenfalls in den Semestern 1 – 3 drei Module zum Oberthema „Die Steuerung des Kulturbetriebs“. Hierbei stehen konkrete Anwendungen betriebswirtschaftlicher Konzepte im Vordergrund, bei notwendiger Vermittlung des dafür erforderlichen Fachwissens etwa zu Businessplänen und zur Informationswirtschaft in Kulturbetrieben (Finanzierung, Rechnungswesen und quantitative Methoden).

Stark auf handelnde Personen und ihre Zusammenarbeit ist der dritte Bereich orientiert, ebenfalls mit drei Modulen in Semesterfolge zum Oberthema „Die Führung im Kulturbetrieb“. Im Zentrum stehen dabei die Orientierung an der Kompetenzentwicklung von Mitarbeitern, die Mitarbeiterführung und das Management kooperativer Netzwerke. Alle drei Bereiche beinhalten einen Mix von systematisch angelegten Seminaren zur Theorievermittlung und von praxisbezogenen Workshops zum anwendungsorientierten Erwerb von methodischen Kompetenzen. Vor allem im dritten Bereich werden kommunikative und Selbststeuerungskompetenzen vermittelt, so dass insgesamt berufsrelevante Schlüsselqualifikationen generiert werden.

Im 4. Semester werden die drei Lernbereiche in einem Modul unter der übergreifenden Fragestellung nach der Zukunftsfähigkeit eines Kulturbetriebs zusammengeführt. Innovationsmanagement und Change Management sind deshalb wichtige Themen. Sie werden in Praxisprojekten vermittelt. Die Berufsbefähigung wird damit zum Ende des Studiums das wichtigste Lehr- und Lernziel. In diesem Semester wählen die Studierenden eines aus zwei Wahlpflichtmodulen. Je nach individuellem Lernziel wählen sie ein praxisbezogenes Modul in Form eines begleiteten Kurz-Praktikums oder das Modul „Schlüsselkompetenzen für das Kulturmanagement“.

Im 5. Semester schreiben die Studierenden ihre Masterthesis.

Programmstruktur

	STRATEGIE Zukunftsfähigkeit durch Governance und strategisches Management	STEUERUNG Zukunftsfähigkeit durch Effektivität und Effizienz von Prozessen & Strukturen	FÜHRUNG Zukunftsfähigkeit durch Entwicklung der Ressourcen von Mitarbeitern & Partnern	
1	1 Kunst und Kultur in der Gesellschaft 6 ECTS	2 Entrepreneurship I: Betriebswirt. Grundlagen des Kulturmanagements 6 ECTS	3 Kreative Ressourcen 6 ECTS	18 ECTS
2	4 Strategisches Management und Marketing 6 ECTS	5 Entrepreneurship II: Projekt- und Eventmanage- ment, Businessplanung 6 ECTS	6 Entrepreneurship III: Führung und Personal- entwicklung 6 ECTS	18 ECTS
3	7 Die Umwelt des Kultur- betriebs: Recht, Medien und Öffentlichkeit 6 ECTS	8 Informationswirtschaft: Rechnungswesen, Control- ling, Finanzierung, Statistik 6 ECTS	9 Organisations- und Kulturentwicklung 6 ECTS	18 ECTS
4	10 Die Praxis des Kulturbetriebs 6 ECTS	11 Schlüsselkompetenzen oder Begleitetes Kurzpraktikum 6 ECTS		12 ECTS
5	12 Masterthesis			24 ECTS

Gültig ab WS 2017/18

Pro Modul werden bei erfolgreicher Prüfungsleistung 6 Credits (ECTS*) vergeben + 24 Credits für die Masterthesis. = 90 Credits gesamt

*ECTS = European Credit Transfer System

Prüfungsleistungen

Semester 1

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r
Modul 1 Kunst und Kultur in der Gesellschaft	60	6	HA oder PF	
Unit 1: VWL	20			Prof. Dr. Peter Schmidt*
Unit 2: Kunst und Kultur in der Gesellschaft	28			Prof. Reinhard Strömer
Unit 3: Cultural Governance	12			Dr. Patrick Föhl
Modul 2 Entrepreneurship I: Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Kulturmanagements	60	6	KL oder PF	Prof. Dr. Philipp Maloney*
Unit 1: Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe	24			Prof. Dr. Günther Dey
Unit 2: Organisation	16			Pd. Dr. Guido Becke
Unit 3: Organisation, Führungskonzepte	8			Nadine Portillo
Unit 4: Organisation in der Konzert- und Festivalproduktion	8			Julia Baer
Unit 5: Organisation der Bremer Philharmoniker	4			Christian Kötter-Lixfeld
Modul 3 Kreative Ressourcen	60	6	MP oder LP	
Unit 1: Selbstmanagement	32			Prof. Reinhard Strömer*
Unit 2: Teambildung	12			Annette Rebers
Unit 3: Schreibkompetenz weiterentwickeln	8			Dr. Peter Holz
Unit 4: Kollegiale Beratung	8			Nadja Plothe

Semester 2

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r
Modul 4 Strategisches Management und Marketing	60	6	HA oder PF	
Unit 1: Strategisches Management und Marketing im Kulturbereich	8			Prof. Dr. Philip Maloney*
Unit 2: Markenführung und Marketing für Kultureinrichtungen und Kulturevents	12			Prof. Dr. Björn Bloching
Unit 3: Umfeld- und Unternehmensanalyse	20			Axel Clemens
Unit 4: Praxis des Museumsmarketing	12			Swantje Markus
Unit 5: Marktforschung	8			Prof. Dr. Peter Schmidt
Modul 5 Entrepreneurship II: Projekt- und Eventmanagement, Businessplanung	60	6	R oder HA	Prof. Dr. Ralf Schlemminger*
Unit 1: Ziele und Zielsysteme / Kennzahlen und Kennzahlensysteme	20			Prof. Dr. Günther Dey*
Unit 2: Projektmanagement	20			Prof. Dr. Florian Dörrenberg
Unit 3: Balanced Scorecard	12			Dieter Pleyn
Unit 4: Projektmanagement in der Festivalorganisation am Beispiel des AST	8			Julia Baer
Modul 6 Entrepreneurship III: Führung und Personalentwicklung	60	6	PR	
Unit 1: Führung und Personalentwicklung				Prof. Dr. Leena Pundt*
Unit 2: Führung im Kulturbereich	8			Christian Kötter-Lixfeld
Unit 3: Führungskonzepte	8			Nadine Portillo
Unit 4: Führung systemisch verstanden	8			Prof. Reinhard Strömer
Unit 5: Emotionale Intelligenz	8			Annette Rebers
Unit 6: Besprechungsmanagement	8			Annette Rebers
Unit 7: Personalauswahl	8			Eva Schadeck
Unit 8: Effectuation	12			Carsten Holtmann

KL = Klausur; HA = Hausarbeit; B = Bericht; KO = Kolloquium; LP = Lernportfolio; PR = Präsentation, R = Referat, MP = Mündliche Prüfung, PF = Portfolioprüfung; PA = Projektarbeit;

Semester 3

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r
Modul 7 Die Umwelt des Kulturbetriebs: Recht, Medien und Öffentlichkeit	60	6	KL oder PF	
Unit 1: Rechtliche Rahmenbedingungen des Kulturmanagements	16			Prof. Dr. Vera de Hesselte*
Unit 2: Spezielle Rechtsgebiete des Kulturmanagements	20			Axel Clemens
Unit 3: Presse- und Medienarbeit	16			Prof. Rainer Burchard
Unit 4: Social Media Marketing in Kunst u. Kultur	8			Helge Kaul
Modul 8 Informationswirtschaft: Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Statistik	60	6	KL	Prof. Dr. Ralf Schlemminger*
Unit 1: Erfolgs- und Finanzplanung	20			Prof. Dr. Günther Dey
Unit 2: Öffentliche Finanzierung	8			Prof. Reinhard Strömer
Unit 3: Controlling	12			Dieter Pleyne
Unit 4: Neue Finanzierungsstrukturen	4			Christian Kötter-Lixfeld
Unit 5: Sponsoring	8			Dorothee Starke
Unit 6: Statistik	8			Prof. Dr. Peter Schmidt
Modul 9 Organisations- und Kulturentwicklung	60	6	R	Prof. Dr. Leena Pundt*
Unit 1: Lernende Organisation	16			Prof. Reinhard Strömer
Unit 2: Effectuation	16			Carsten Holtmann
Unit 3: Diversity Management	12			Katrin Nissel
Unit 4: Qualitätsmanagement	8			Bettina Bohlmann
Unit 5: Netzwerkmanagement	8			Nadja Plothe

Semester 4

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r
Modul 10 Die Praxis von Kulturbetrieben und - events	60	6	PA oder MP oder R	
Unit 1: Trends: Kultur und Freizeitverhalten	12			Prof. Dr. Renate Freericks*
Unit 2: Innovieren im Kulturmanagement	12			Christian Kötter-Lixfeld
Unit 3: Effectuation	16			Carsten Holtmann
Unit 4: Diversity Management	(8)			Katrin Nissel
Unit 5: Stiftungen – Grundlagen und Förderung	(8)			Susanne Schuberth
Unit 6: Förderanträge – wo und wie?	12			Prof. Reinhard Strömer

Wahlpflichtmodul 11.1 oder 11.2

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r / Betreuung
Modul 11.1 Schlüsselkompetenzen für das Kulturmanagement	60	6	PA	
Unit 1: Crowdfunding	8			Karsten Wenzlaff
Unit 2: Networking (Vertiefung)	8			Prof. Reinhard Strömer*
Unit 3: Online-Marketing	8			Merle Schreiber
Unit 4: Verhandlungsführung	20			Bettina Bohlmann
Unit 5: Kulturmarketing am Beispiel Bremer Theater	8			Agnieszka Harmanci
Unit 6: Storytelling	8			Maike Gosch / Sabine Cole
Modul 11.2 Begleitetes Kurzpraktikum		6	B	
Praktikumsdauer mindestens 3 Wochen				Ein/e mkm Lehrende/r nach Wahl

Semester 5

Modul/Unit	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende/r / Betreuung
Modul 12 Masterthesis und Kolloquium		24	MT	
Unit 1: Masterthesis Seminar			Teilnahme	Prof. Reinhard Strömer
Unit 2: Masterthesis				N.N.

Lehrinhalte

Modul 1 – Kunst und Kultur in der Gesellschaft

Lehrinhalte

- Rationalitätskonzepte in Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.
- Grundfragestellungen der Volkswirtschaft, ordnungspolitischer Rahmen, wesentliche gesamtwirtschaftliche Größen und Ziele der Wirtschaftspolitik; Preisbildung und -strategie auf Märkten; gesamtwirtschaftliche Stellung und Bedeutung von Kultur und Kulturbetrieben.
- System- und handlungstheoretische Konzepte für kooperative Politik (Governance) im Kulturbereich.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden erworben:

- Kenntnisse der für das Kulturmanagement relevanten kultur-, politik-, volkswirtschafts- und gesellschaftswissenschaftlichen Grundlagen;
- Wissen um die komplexen und dynamischen Zusammenhänge zwischen Kultur, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft als Handlungsrahmen für Kulturmanagement;
- Vertieftes Verständnis für die unterschiedlichen Zielsetzungen und Handlungslogiken der Akteure in Kultur, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft;
- Fähigkeit, geeignete Forschungsmethoden für solche Fragestellungen auszuwählen und anzuwenden.

Modul 2 – Entrepreneurship I: Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Kulturmanagements

Lehrinhalte

- Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre;
- Management und Kulturmanagement;
- Aufbau- und Ablauforganisation;
- Zweck, Struktur und Inhalte von Businessplänen, Gründungsmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- grundlegende betriebswirtschaftliche Sichtweisen unterscheiden und beschreiben;
- die Aufgaben des Managements, insb. des Kulturmanagements, und möglicher Zielkonflikte im Managementhandeln verdeutlichen;
- aufbau- und ablauforganisatorische und sowie Steuerungs-Konzepte in der Betriebswirtschaftslehre vergleichen und beurteilen;
- den Sinn von Businessplänen und der Grundlagen betriebswirtschaftlicher Informationen verstehen;
- sich über betriebswirtschaftliche Fragen im Kulturbetrieb sachkundig auseinandersetzen.

Modul 3 – Kreative Ressourcen

Lehrinhalte

- Konzept der Kompetenzen, der Kompetenzanalyse und des ressourcenorientierten Kompetenzmanagements;
- Entwicklung eines studienbegleitenden Lernportfolios;
- Verfahren des Kreativitätsmanagements für Individuen und Gruppen.

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen für das Kompetenzmanagement von Individuen und Gruppen in Teams und Organisationen darstellen;
- Konzepte zur unternehmerischen Persönlichkeit und des Selbstmanagements unterscheiden und beschreiben;
- Techniken zur ressourcenorientierten Kompetenzentwicklung von Individuen (inklusive der eigenen Person) und von Gruppen anwenden;
- die eigene Kompetenzentwicklung im Studium planen, steuern und überprüfen.

Modul 4 – Strategisches Management und Marketing

Lehrinhalte

- Theorien zum Strategischen Management
- Methoden und Instrumente zur Umfeld- und Unternehmensanalyse sowie zur Strategieentwicklung
- Marketing-Instrumente und Marktforschung

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- grundlegende theoretische Ansätze zum Strategischen Management beschreiben; die wichtigsten Methoden zur Umfeld- und Unternehmensanalyse anwenden und diese angemessen auf Kulturbetriebe übertragen sowie sich über beispielhafte strategische Ausrichtungen von Kulturbetrieben sachkundig auseinandersetzen;
- unterschiedliche Marketing-Instrumente beschreiben und analysieren sowie diese für Kulturbetriebe bewerten und anwenden;
- Ansätze in der Marktforschung unterscheiden und wichtige Marktforschungsinstrumente gegenüberstellen und in ihren Möglichkeiten analysieren sowie diese für Kulturbetriebe bewerten und anwenden.

Modul 5 – Entrepreneurship II: Projekt- und Eventmanagement, Businessplanung

Lehrinhalte

- Ziele und Zielsysteme
- Projektmanagement
- Eventmanagement
- Businessplanung (Planspiel oder Fallstudien)

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- strategische und operative Steuerungsinstrumente für Kulturbetriebe systematisieren, darstellen und unterscheiden
- ausgewählte Instrumente, insb. des Projekt- und Eventmanagements, anwenden und anhand ihrer Vor- und Nachteile beurteilen
- die Funktionen, den Inhalt und die Darstellungsform von Businessplänen beschreiben und darauf aufbauend zweckorientiert Pläne erstellen.

Modul 6 – Entrepreneurship III: Führung und Personalentwicklung

Lehrinhalte

- Führungskonzepte und -instrumente
- Potenzialmanagement
- Besprechungsmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- unterschiedliche Konzepte der Mitarbeiter-Führung unterscheiden; die situative Angemessenheit unterschiedlicher Führungskonzepte beurteilen; Führungsinstrumente (u.a. Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräche, Zielvereinbarungsgespräche) wirkungsvoll einsetzen.
- Verfahren der Potenzialdiagnostik von Mitarbeitern und Partnern einordnen und Entwicklungspotentiale erkennen und fördern.
- Bedingungen für effektive und effiziente Besprechungen in Teams verdeutlichen und Team-Besprechungen wirkungsvoll leiten.

Modul 7 – Die Umwelt des Kulturbetriebs: Recht, Medien und Öffentlichkeit

Lehrinhalte

- Kulturrecht
- Strukturen der öffentlichen Medien in Deutschland
- Praxis der Kommunikation mit öffentlichen Medien
- Neue Medien als Kommunikationsinstrumente
- Strategien erfolgreichen Verhandeln

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- rechtlichen Rahmenbedingungen allgemeiner und spezieller Rechtsgebiete des Kulturmanagements beschreiben, die relevanten Gesetzestexte angemessen interpretieren; aktuelle Entwicklungen der einschlägigen Rechtsprechung verfolgen und für die berufliche Praxis auswerten; kulturspezifische wirtschaftsrechtliche und öffentlich-rechtliche Zusammenhänge und die Grenzen der eigenen juristischen Kompetenzen beurteilen sowie bei Bedarf kompetente Unterstützung akquirieren und mit ihr problemadäquat kommunizieren. Zudem sind sie in der Lage, auf der Grundlage von Rechtsinteressenpositionen Verhandlungen zu führen.
- die Struktur öffentlicher und privater Medien in Deutschland darstellen, spezifische Eigenlogiken medialer Vermittlung unterscheiden, Grundsätze wirksamer öffentlicher Kommunikation durch Medien bewerten, unterschiedliche Formate medialer Darstellung wirkungsvoll konzipieren und realisieren – auf Basis eines Verständnisses für die Chancen und Risiken medialer Kommunikation.
- die Bedeutung neuer Medien für Kulturbetriebe und die Nutzungsmöglichkeiten für das Kulturmanagement insbesondere im Bereich der Kommunikation mit Kunden und Publikum darstellen und beurteilen.

Modul 8 – Informationswirtschaft: Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung, Statistik

Lehrinhalte

- Grundzüge der Unternehmensrechnung, insbesondere Erfolgs- und Finanzplanung, Jahresabschluss sowie Kalkulation, Budgetierung, Controlling, Finanzierung.
- Grundsätze für die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand, privatwirtschaftlichen Unternehmen und Stiftungen.
- Instrumente betrieblicher Statistik

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die grundlegenden Aufgaben der betrieblichen Funktionen Rechnungswesen, Controlling und Finanzwirtschaft beschreiben und Unterschiede benennen;
- quantitative/monetäre Steuerungsinstrumente aus diesen Bereichen für Kulturbetriebe systematisieren, darstellen und unterscheiden;
- Methoden der Erfolgs- und Finanzplanung und -kalkulation anwenden und anhand ihrer Vor- und Nachteile beurteilen
- mehrdimensionale Finanzierungsstrategien für Kulturbetriebe entwickeln – und zwar aus dem Verständnis für Motive, Ziele und Restriktionen von Finanziers;
- Finanzierungen aus unterschiedlichen Quellen analysieren und ihre Konsequenzen bewerten;
- Erkenntnisse aus einfachen statistischen Methoden generieren.

Modul 9 – Organisations- und Kulturentwicklung

Lehrinhalte

- Organisationsentwicklung
- Diversity Management
- Netzwerkmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Funktionsprinzipien „lernender Organisationen“ und ihres Beitrags für die Effizienz und Effektivität von Kulturbetrieben darstellen;
- das Konzept der Organisationskultur beschreiben, unterschiedliche Organisationskulturen in Kulturbetrieben unterscheiden und ihre Bedeutung für die Leistungsfähigkeit der Betriebe einschätzen;
- Konzepte des Diversity Managements unterscheiden und die Diversität in Kulturbetrieben und in der Umwelt von Kulturbetrieben als Entwicklungsimpuls nutzen.
- Organisationskulturen identifizieren und darüber mit Organisationsmitgliedern entwicklungsorientiert kommunizieren.

- Strukturmerkmale von Netzwerken im Kulturbereich beschreiben, Prozesse beim Aufbau von Netzwerken differenzieren sowie Netzwerke für die persönlichen beruflichen Ziele und Ziele des Kulturbetriebs nutzen.

Modul 10 – Die Praxis von Kulturbetrieben und –events

Lehrinhalte

- Trendforschung
- Innovations- und Change Management
- Eventmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die für das Kulturmanagement relevanten Entwicklungstrends in Kultur, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft als Voraussetzung für Zukunftsfähigkeit von Kulturbetrieben beschreiben und analysieren;
- die Komplexität und Wechselwirkungen zwischen diesen Trends verstehen;
- Innovation und Wandel in der Organisationsstruktur und Organisationskultur von Kulturbetrieben verankern;
- Projekte und Events planen und durchführen;
- die eigene Berufsrolle im Kulturmanagement mittelfristig bestimmen.

Modul 11.1 – Schlüsselkompetenzen für das Kulturmanagement

Wahlpflichtmodul

Lehrinhalte

Vertiefung von in vorangegangenen Modulen behandelten Inhalten unter Berücksichtigung der spezifischen Kompetenzentwicklungsziele von Studierenden; u.a. Zeitmanagement und Selbstorganisation; Lern- und Kreativitätstechniken; Rhetorik und Präsentation; Selbst-Coaching; Einsatz neuer Medien; Konfliktmanagement.

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden:

Organisations- und Kommunikationskompetenzen für leitende Funktionen im Kulturmanagement, insbesondere bei der Bearbeitung von neuen komplexen Aufgaben- und Problemstellungen.

Kompetenz zur eigenverantwortlichen strategischen Steuerung von Prozessen.

Fähigkeiten, auf unvorhersehbare Änderungen angemessen zu reagieren.

Modul 11.2 – Begleitetes Kurzpraktikum

Wahlpflichtmodul

Lehrinhalte

Reflexion der Praxis von Strategie, Steuerung und Führung in Kulturbetrieben und Kulturprojekten im Rahmen von problem- und lösungsorientiertem Lernen.

Das Modul vermittelt exemplarisch das für das Management in leitenden Funktionen von Kulturorganisationen erforderliche Spezialwissen und erweitert den Horizont für angrenzende Wissensgebiete.

Das Modul vermittelt die Fähigkeit, verschiedene für das Kulturmanagement relevante Beurteilungsmaßstäbe (aus Politik, Ökonomie, Kultur, Gesellschaft etc.) anzuwenden und in konkreten Problemsituationen gegeneinander abzuwägen.

Das Modul unterstützt den Erwerb von Sozial- und Selbstkompetenzen in Praxissituationen, insbesondere bei der Bewältigung komplexer Herausforderungen. Die Fähigkeit, den eigenen Lernprozess zielgerichtet zu steuern, steht im Vordergrund.