

HDL-STUDIENBIBLIOTHEK

KULTUR & MARKETING

AKADEMISCHE WEITERBILDUNG FÜR DIE PRAXIS

HDL–Studienbibliothek

Die Studienbibliothek „Kultur & Marketing“ stellt ein berufsbegleitendes Weiterbildungsangebot für praktische Anwendungen im Schnittstellenbereich von Betriebswirtschaft, Kulturbetrieb und Managementkompetenzen bereit. Ausgangspunkt für diese Entwicklung war das immer wieder angemeldete starke Interesse Kulturschaffender an der Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Grundlagen und praxisrelevantem Marketingwissen.

Das Weiterbildungsangebot „Kultur & Marketing“ besteht aus 19 fachlich aufeinander abgestimmten Modulen mit 80 fernstudiendidaktisch, zum Selbststudium aufbereiteten Studienmaterialien. Als Autoren konnten neben Hochschullehrern auch erfahrene Kulturpraxis-Experten gewonnen werden. Jeder einzelne Studienbrief umfasst zwischen 30 und 100 Seiten. Neben bereits erprobten, wurden auch 63 neue Studienmaterialien – mit Beispielen aus dem Kulturbereich – entwickelt.

Hinter den fachlichen Inhalten der neu produzierten Studienbibliothek steht der mit Experten aus Hochschulen und Praxis besetzte Fachbeirat. Für Projekt- und Qualitätsmanagement zeichnet die erfahrene Service-Agentur des HDL mit ihrem Know-how verantwortlich.

Die so entstandenen „Wissens-Bausteine“ bieten sich einzeln oder auch modulweise für den privaten Selbstunterricht an. Parallel kommen sie im sechssemestrigen akkreditierten Master-Fernstudiengang „Kulturmanagement/-marketing“ mit MBA-Abschluss – s. a.: www.kulturmarketingstudium.de/ – zum Einsatz. Die Materialien sind ebensogut von Marketing-Interessenten aus anderen Praxisfeldern nutzbar.

Hinweise zum Umgang mit diesem Dokument

Das Inhaltsverzeichnis dieses PDF-Dokuments auf Seite 3 enthält aktive Lesezeichen. Durch anklicken eines Lesezeichens in einem Themenbereich gelangen Sie automatisch auf die entsprechende Seite im Dokument. In der Lesezeichenleiste des AcrobatReaders finden Sie ebenfalls diese aktive Navigationsstruktur.

Die Titel der einzelnen Studienbriefe sind mit Links zum Studienbrief-Shop der Agentur für wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer e.V. (AWW e.V.) hinterlegt. Folgen Sie diesen Links, finden Sie detaillierte Informationen, wie Preis, Inhaltsverzeichnisse und teilweise Auszüge aus den Studienbriefen in Form einer Leseprobe (hierzu benötigen Sie eine aktive Internetverbindung).

Herausgeber

© 2009 by Service-Agentur des Hochschulverbundes Distance Learning mit Sitz an der FH Brandenburg.

Service-Agentur des HDL
Hochschulverbund Distance Learning
Leiter: Dr. Reinhard Wulfert

in der Agentur für wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer e.V.
Magdeburger Straße 50
14770 Brandenburg

Tel.: 03381 – 355 740
Fax: 03381 – 355 749

E-Mail: kontakt-hdl@aww-brandenburg.de
Internet: <http://www.aww-brandenburg.de>

THEMENBEREICHE**Einführung in das Kulturmarketing**

- ⇒ Ökonomische Grundlagen
- ⇒ Kulturpolitische und kulturwissenschaftliche Grundlagen
- ⇒ Grundlagen der Marketingtheorie

Praxisfelder des Kulturmarketing

- ⇒ Analysefelder im Kulturbereich
- ⇒ Marktforschung im Kulturbereich
- ⇒ Strategieentwicklung und Marketingmanagement im Kulturbereich
- ⇒ Planungsmethodik und Produktpolitik im Kulturbereich
- ⇒ Preispolitik im Kulturbereich
- ⇒ Kommunikations- und Distributionspolitik im Kulturbereich
- ⇒ CI / CD und Markenmanagement im Kulturbereich
- ⇒ Operative Marketingkommunikation im Kulturbereich
- ⇒ Beschaffungsmarketing im Kulturbereich
- ⇒ E-Marketing und Internetkommunikation im Kulturbereich
- ⇒ Internes Marketing
- ⇒ Standortmarketing und Kulturtourismus

Managementpraxis in Kulturbetrieben

- ⇒ Grundlagen des Unternehmensmanagements im Kulturbereich
- ⇒ Qualitätsmanagement in Kultureinrichtungen
- ⇒ Managementkompetenzen und -konzepte
- ⇒ Recht für Kulturmanager

EINFÜHRUNG IN DAS KULTURMARKETING

Ökonomische Grundlagen		
Bestellnr.	Autor	Titel
2-800-0101	Heyne	Gegenstand und Methodik der BWL 2. Aufl. 2008
2-800-0102-Ü	Demske	Betrieb und Wirtschaftsordnung 1. Aufl. 2001
2-020-0502	Prümm	Rechtsformen und Unternehmensformen für die Erfüllung öffentlicher Aufgaben 2. Aufl. 2006
2-030-0102	Hofmeister	Das betriebliche Funktionensystem 1. Aufl. 2000

Kulturpolitische und kulturwissenschaftliche Grundlagen		
Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0121	Berg	Kulturpolitik 1. Aufl. 2004
2-080-0122	Berg	Kulturkonzepte 1. Aufl. 2004

Grundlagen der Marketingtheorie		
Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0131	Manschwetus	Wesen und Evolution des Marketing 1. Aufl. 2004
2-030-0201	Kunde	Grundlagen des Marketing 1. Aufl. 2001
2-033-0009	Beibst	Dienstleistungsmarketing 1. Aufl. 2000
2-080-0134	Munkwitz	Kultur und Markt 1. Aufl. 2004

PRAXISFELDER DES KULTURMARKETING

Analysefelder im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0211	Hannemann/ Munkwitz	Grundlagen der Umfeld- und Wettbewerbsanalyse im Kulturmarketing 1. Aufl. 2004
2-080-0212	Clemens-Ziegler	Psychologische Analyse des Nachfragerverhaltens 1. Aufl. 2004
2-080-0213	Geyer	Nachfragertypologien 1. Aufl. 2004

Marktforschung im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-033-0003	Clemens-Ziegler	Marktforschung 2. Aufl. 2002
2-080-0222	Clemens-Ziegler	Marktforschungsprojekt Komische Oper Berlin (mit CD-ROM) 1. Aufl. 2004
2-080-0223	Ehram	Methoden der Datenerhebung 1. Aufl. 2004
2-801-0106	Demske / Hohgräwe	Auswertungs- und Prognosemethoden 2. Aufl. 2002

Strategieentwicklung und Marketingmanagement im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0311	Cordes / Schimkus	Strategieentwicklung für Kultureinrichtungen 1. Aufl. 2005
2-033-0001-I	Strunz	Einführung in das Marketing-Management 2. Aufl. 2002
2-033-0001-II	Hannemann	Konsumentenverhalten 2. Aufl. 2003
2-800-0109-Ü	Seidl	Basisstrategien des erfolgreichen Marketingmanagements 1. Aufl. 2000

Planungsmethodik und Produktpolitik im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0331	Höft	Strategische Analyse- und Planungskonzepte 1. Aufl. 2005
2-080-0332	Manschwetus	Ansätze zur Bestimmung der Dienstleistungsqualität 1. Aufl. 2005
2-080-0411	Geyer	Grundlagen der Produktpolitik kultureller Betriebe 1. Aufl. 2005
2-080-0412	Vermeulen / Schwerdtfeger	Grundlagen des Produktmanagements 1. Aufl. 2005
2-080-0413	Binas	Methoden der Ideengewinnung 1. Aufl. 2005

Preispolitik im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0421	Cordes / Schneider	Preisbildung und Marktstruktur 1. Aufl. 2005
2-080-0422	Cordes / Schneider	Kulturangebote als meritorische Güter 1. Aufl. 2005
2-080-0423	Vermeulen	Methoden der Preisbestimmung 1. Aufl. 2004
2-080-0424	Vermeulen	Preispolitische Strategien 1. Aufl. 2004
2-080-0425	Cordes / Schneider	Ertragsorientierte Preis-Mengen-Steuerung: Yield-Management 1. Aufl. 2005
2-080-0426	Terlutter	Methoden zur Ermittlung der Preisbereitschaft 1. Aufl. 2005

Kommunikations- und Distributionspolitik im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0431	Geyer	Grundlagen der Kommunikationspolitik kultureller Betriebe 1. Aufl. 2005
2-080-0432	Dietze	Grundlagen der Werbung kultureller Betriebe 1. Aufl. 2005
2-080-0433	Popp	Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit kultureller Betriebe 1. Aufl. 2005
2-080-0434	Butzer-Strothmann	Grundlagen der Verkaufsförderung kultureller Betriebe 1. Aufl. 2005
2-080-0441	Ahrendt	Grundlagen der Distributionspolitik 1. Aufl. 2004

CI / CD und Markenmanagement im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0511	von Velsen-Zerweck	Grundlagen der Corporate Identity 1. Aufl. 2005
2-080-0512	Alexander	Corporate Design im Kulturbereich 1. Aufl. 2005
2-080-0513	Schwerdtfeger	Markenmanagement 1. Aufl. 2005

Operative Marketingkommunikation im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0521	Schramm	Ticketing 1. Aufl. 2006
2-080-0522	Preiß	Kundenbindung und Direktmarketing in Kulturbetrieben 1. Aufl. 2005
2-080-0523	Birnkrant / Hein	Pressearbeit 1. Aufl. 2005
2-080-0524	Biesalski / Ahrendt	Messebeteiligung 1. Aufl. 2005

Beschaffungsmarketing im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0611	Cordes / Tenz	Sponsoring 1. Aufl. 2005
2-080-0612	Gläser	Product Placement 1. Aufl. 2005
2-080-0613	Haibach	Fundraising und Friendraising 1. Aufl. 2005
2-080-0621	Schertz / Höch	Merchandising und Licensing 1. Aufl. 2005
2-080-0622	Nebelung	Investorengewinnung 1. Aufl. 2005
2-080-0623	Bartscher / Mattivi	Personalbeschaffung 1. Aufl. 2005

E-Marketing und Internetkommunikation im Kulturbereich

Bestellnr.	Autor	Titel
2-801-0206-Ü	Holewa / Dettmann	E-Marketing – Internetstrategien zur Kundenbindung 1. Aufl. 2002
2-080-0721	Horst	Internetbasierte Kommunikationskonzepte 1. Aufl. 2005
2-080-0731	Horst	Der professionelle Online-Auftritt 1. Aufl. 2005

Internes Marketing

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0911	Gläser	Einführung in das interne Marketing von Kulturbetrieben 1. Aufl. 2006
2-080-0912	Birnkrant / Hein	Personalpolitische Instrumente zur Führung von fest angestellten und ehrenamtlichen Mitarbeitern 1. Aufl. 2005

Standortmarketing und Kulturtourismus

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-1111	Manschwetus	Grundlagen des Standortmarketing 1. Aufl. 2006
2-080-1121	Altenhöner	Erlebniswelten als Instrument des Standortmarketing 1. Aufl. 2006
2-080-1131	Dreyer/ Linne	Grundlagen des Kulturtourismus 1. Aufl. 2006
2-080-1141	Dreyer	Kundenorientierte touristische Kulturvermarktung 1. Aufl. 2006

MANAGEMENTPRAXIS IN KULTURBETRIEBEN**Grundlagen des Unternehmensmanagements im Kulturbereich**

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0811	Preiß	Grundlagen des Marketingcontrollings 1. Aufl. 2006
2-080-0821	Lipke	Organisation und Organisationsgestaltung 1. Aufl. 2006
2-030-0401	Witt	Grundlagen der Unternehmensführung 2. Aufl. 2001
2-030-1601	Witt	Grundlagen des strategischen Managements 2. Aufl. 2005

Qualitätsmanagement in Kultureinrichtungen

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-0921	Cordes / Schimkus	Grundlagen des Qualitätsmanagements 1. Aufl. 2006
2-080-0922	Hempel	Qualitätsmanagementsysteme für Kultureinrichtungen 1. Aufl. 2005
2-080-0931	Westermann	Grundlagen des Business Process Reengineering 1. Aufl. 2006
2-080-0932	Gläser	Anwendbarkeit des BPR und anderer Organisationskonzepte in kulturellen Einrichtungen 1. Aufl. 2006

Managementkompetenzen und -konzepte

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-1211	Manschwetus	Selbstmanagement 2. Aufl. 2008
2-010-0506	Falck/Scheitza/ Otten	Internationales Projektmanagement 1. Aufl. 2003
2-010-0509	Hembury/Bond/ Cowper	Administrative English 2. Aufl. 2008
2-080-1232	Berg	Umgang mit Vielfalt – Managing Diversity 1. Aufl. 2005
2-010-0507	Scheitza / Keller	Verhandeln mit anderen Kulturen 2. Aufl. 2004
2-080-1234	Berg / Verkest	Strategien der interkulturellen Kommunikation 1. Aufl. 2006

Recht für Kulturmanager

Bestellnr.	Autor	Titel
2-080-1011	Timm	Einführung in das deutsche Recht 1. Aufl. 2006
2-080-1012	Timm / Manolikakis	Einführung in das Gesellschafts-, Arbeits- und Steuerrecht 1. Aufl. 2006
2-080-1021	Timm	Medienrecht 1. Aufl. 2006
2-080-1022	Decker / Bareiss	Urheber- und Geschmacksmusterrecht 1. Aufl. 2006
2-080-1023	Decker	Wettbewerbs- und Markenrecht 1. Aufl. 2006
2-080-1024	Timm / Hillgruber	Verwaltungsrecht für Kulturinstitutionen und Veranstalter 1. Aufl. 2006
2-080-1031	Decker	Vertragsgestaltung und Vertragspraxis im Kulturbereich 1. Aufl. 2006