



Modulhandbuch Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement

Stand Februar 2014

Modulhandbuch Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement

Bezeichnung	Modul	Modulverantwortlicher
PM 1	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	Prof. Dr. Kai Heuer
PM 2	Mathematische Methoden und Anwendungen	Prof. Dr. Jan Helmke
PM 3	Statistische Methoden im Sportmanagement	Prof. Dr. Gerhard Müller
PM 4	Mikroökonomische Grundlagen der Sportökonomie	Prof. Dr. Michael Schleicher
PM 5	Ökonomie des Sports	Prof. Dr. Michael Schleicher
PM 6	Sport und Gesellschaft	Prof. Dr. Joachim Winkler
PM 7	Buchführung und Bilanzierung/KLR	Dipl. Wirtschaftsjuristin (FH) u. Stb. Sandra Zeis
PM 8	Grundlagen der Finanzierung	Prof. Dr. Norbert Schuppan
PM 9	Einführung in das Controlling	Prof. Dr. Norbert Schuppan
PM 10	Einführung in die Steuerlehre/Steuern im Sport	Prof. Dr. Axel Mutscher
PM 11	Grundlagen des Marketing	Prof. Dr. Beate Braun
PM 12	Grundlagen der Unternehmensführung	Dipl. Sportlehrerin Skadi Schuppan
PM 13	Grundlagen des Rechts/Recht im Sport	Prof. Dr. Peter Kiel
PM 14	Betriebliche Softwaresysteme	Dipl. Ing. Birger Huth
PM 15	Soft Skills I: Wissenschaftliches Arbeiten/Präsentation	Prof. Dr. Anton Hahne
PM 16	Soft Skills II: Rhetorik/Kommunikation/Moderation	Prof. Dr. Anton Hahne
SPM 17.1.1	Controlling/Businessplanung	Prof. Dr. Norbert Schuppan
SPM 17.1.2	Finanzmanagement und -planung	Prof. Dr. Norbert Schuppan
SWM 17.1.3	Investitionsplanung	Dipl. Soz. Verw. (FH) Stefan Tesch
SWM 17.1.4	Projektcontrolling/Fallstudien	Dipl. Kaufm. (Univ.) Jens Brämer
SWM 17.1.5	Investor Relationship	Dipl. Spoec. Garbit Langosch M.A.
SPM 17.2.1	Strategisches Sportmarketing/Marktforschung	Prof. Dr. Beate Braun
SPM 17.2.2	Sponsoring	Dipl. Sportlehrerin Skadi Schuppan
SWM 17.2.3	Sportstätten-/Eventmarketing	Dipl. Sportlehrerin Skadi Schuppan
SWM 17.2.4	Mediale Sportvermarktung	n.n.
SWM 17.2.5	Customer Relationship Management	Prof. Dr. Jan Helmke
SPM 17.3.1	Personalführung	Prof. Anton Hahne
SPM 17.3.2	Vereins- und Verbandsmanagement	Dipl. Kaufm. (Univ.) Jens Brämer
SWM 17.3.3	Eventmanagement	Dipl. Sportlehrerin Skadi Schuppan
SWM 17.3.4	Spezielles Sportrecht	Prof. Dr. Karsten Simoneit
SWM 17.3.5	Sportcentermanagement	Dipl. Sportlehrer u. Dipl. Betriebsw. (FH) Holger Wassmuth
PM 18 + 19	Praxisarbeit I und II	Prof. Dr. Michael Schleicher
PM 20	Bachelor Thesis	Prof. Dr. Michael Schleicher

Modulbezeichnung	PM 1: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Heuer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Handelns: Wirtschaftliche Prinzipien und Entscheidungen im Betrieb • Güter- und Finanzkreislauf: Produktion, Absatz, Beschaffung, Investition, Finanzierung • Unternehmensführung: Konstitutive Entscheidungen, Controlling und Personalwirtschaft
Kompetenzziele des Moduls	Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Fragestellungen der BWL und insbesondere die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Teilgebieten der BWL. Dadurch werden die Studierenden in die Lage versetzt, betriebswirtschaftliche Fragestellungen besser einordnen und exemplarisch lösen zu können und so grundlegende Schlussfolgerungen für die Unternehmensführung/Vereinsführung abzuleiten. Die Studierenden kennen die inneren Zusammenhänge des Leistungs- und Finanzkreislaufes und besitzen die Kompetenz, abzuleitende Schlussfolgerungen und Vorschläge zu Managemententscheidungen logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten (<i>Fachkompetenz</i>). Sie haben die Fähigkeit auf der Grundlage dieses Einführungsmoduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten (<i>Methodenkompetenz</i>). Ferner sind sie sich bewusst, dass Management stets auch eine ethisch/soziale Verantwortung beinhaltet.
ggf. Sprache	<i>Deutsch</i>
Lehr- und Lernformen	Selbststudium anhand eines Textbuches und einer Studienanweisung mit Aufgaben aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul legt Grundlagen für alle nachfolgenden betriebswirtschaftlichen Module des Studiengangs. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen im Fernstudium eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Hüttner, M./Heuer, K.: Betriebswirtschaftslehre, München: Oldenbourg.</p> <p>Fahrner, M.: Grundlagen des Sportmanagements, München: Oldenbourg.</p> <p>Galli/Elter/Gömmel/Holzhäuser/Straub (Hrsg.): Sportmanagement, München: Vahlen.</p> <p>Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.</p> <p>(Jeweils aktuellste Auflage)</p>

Modulbezeichnung	PM 2: Mathematische Methoden und Anwendungen
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Jan Helmke
Inhalte des Moduls	<p>Finanzmathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Zinseszinsrechnung, Rentenrechnung, Investitionsrechnung • Wirtschaftswissenschaftliche Anwendung der Differenzialrechnung <p>Sämtliche Inhalte werden bezogen auf das Thema Sportmanagement.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden beherrschen mathematische Verfahren zur Lösung finanzmathematischer Probleme. Sie sind befähigt, die Differenzialrechnung zur Beschreibung und Lösung wirtschaftlicher Probleme im Bereich des Sportmanagements zu nutzen. (Fach- und Methodenkompetenz)
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Internet-based teaching; Präsenzveranstaltung zur Prüfungsvorbereitung und Klärung offener Fragen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden mathematische Grundkenntnisse vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul bildet die Basis für andere quantitative Module im Studiengang. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (4 + 8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Helmke, Jan, Studienbrief zum Modul „Mathematische Methoden und Anwendungen“, aktuelle Auflage</p> <p>Dörsam, Peter: Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften, 15. Auflage 2010, PD-Verlag, ISBN 978-3-86707-015-7</p> <p>Eichholz, Wolfgang, Vilkner Eberhard: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, 6. Auflage 2013, Carl Hanser Verlag, ISBN: 978-3-446-43535-3</p>

Modulbezeichnung	PM 3: Statistische Methoden im Sportmanagement
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Fragebogengestaltung und Datenerhebungstechniken • Univariate Datenanalyse • Multivariate Analysemethoden • Zeitreihenanalyse • Empirische Untersuchungen in der Sportwissenschaft

Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</i> Die Studierenden kennen die klassischen Verfahren der deskriptiven Statistik und einfache Methoden der Prognoserechnung. Sie können Informationen durch grafische und tabellarische Darstellungen in adäquater Weise aufbereiten und durch statistische Kennzahlen verdichten.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</i> Die Studierenden erkennen die Bedeutung der Statistik als wichtiges Instrument zur Vorbereitung von Entscheidungen. Sie trainieren die Fähigkeit, in Abhängigkeit von der gegebenen Datenbasis die richtigen Verfahren auszuwählen. Damit sind sie in der Lage, über einfache Aufgabenstellungen hinaus komplexere Fallbeispiele aus dem Bereich des Sportmanagements (z.B. Zuschauerpotenzialanalysen bei Vereinen, Wirksamkeitstests von Trainingsplänen, ...) zu bearbeiten.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/ Schlüsselqualifikationen:</i> Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen ausgewählten Verfahren und die hieraus gewonnenen Ergebnisse überzeugend zu vertreten, um hieraus abgeleitet nachvollziehbare Handlungsanweisungen präsentieren zu können.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf Grundlage der ausgegebenen Lehrmaterialien und der Literaturliste, im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Das Modul fördert ein grundlegendes Verständnis formal-quantitativer Zusammenhänge im Bereich des Sports. Es steht damit in enger Beziehung zu den nachfolgenden Modulen Ökonomie des Sports, Marktforschung und Controlling/Businessplanung.</p> <p>Das Modul kann darüber hinaus aber auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen mit entsprechend quantitativen Schwerpunkten eingesetzt werden.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (4 + 8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Bourier G.: Beschreibende Statistik, Wiesbaden, Gabler-Verlag, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Bortz J., Döring N., Poschl S.: Forschungsmethoden und Evaluation, Berlin, Springer-Verlag, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Bös K., Hänsel F., Schott N.: Empirische Untersuchungen in der Sportwissenschaft, Hamburg, Czwalina-Verlag, jeweils aktuelle Auflage</p>

Modulbezeichnung	PM 4: Mikroökonomische Grundlagen der Sportökonomie
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. rer. pol. Michael Schleicher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Funktionsweise von Märkten und Preisen; ökonomische Grundbegriffe und Prinzipien • Märkte und Wohlstand • Marktversagen, Eingriffe in die Marktpreisbildung • Unternehmerische Produktion, Kosten, Angebotsverhalten • Theorie der Konsumententscheidungen • Marktstrukturen und Unternehmensverhalten • Unternehmerische Faktornachfrage

Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz / Wissensverbreiterung</i> Die Teilnehmer verstehen die mikroökonomischen Mechanismen der Selbststeuerung in einer Marktwirtschaft. Sie können das einzelwirtschaftliche Verhalten der Akteure auf unterschiedlichen Märkten erkennen und mit Hilfe einschlägiger ökonomischer Modelldarstellungen und Instrumente analysieren. Sie sind auch in der Lage, Eingriffe in das Marktgeschehen und deren Konsequenzen zu beurteilen sowie problemadäquate Lösungen zu formulieren und zu kommunizieren.</p> <p><i>Methodenkompetenz / Wissenserschließung</i> Die Studierenden sind mit den grundlegenden ökonomischen Analysemethoden und –techniken vertraut. Das Modul fördert dabei besonders die Fähigkeiten zum abstrakten und analytischen Denken. Durch die Anwendung der erworbenen Fähigkeiten auf Problemstellungen der Sportbranche sind sie in der Lage, diese als speziellen Wirtschaftsbereich aus ökonomischer Perspektive zu betrachten.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen / Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Sachverhalte systematisch zu erfassen und Lösungen strukturiert und prägnant zu formulieren.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von aufgezeichneten Vorlesungen, Lehrbüchern und Fachaufsätzen sowie Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben. Laufende Unterstützung im Lernprozess durch online-Tutorien und Kommunikation auf der online-Plattform. Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Pflichtmodul des Bachelor-Fernstudiengangs Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Basiskenntnisse und –kompetenzen, die die Grundlage für das weiterführende Modul „Ökonomie des Sports“ in diesem Studiengang bilden.</p> <p>Das Modul kann auch in anderen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagenkompetenzen in Mikroökonomie vermittelt werden sollen.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (12 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	<p>Axel Freudenberger, Mikroökonomik - frisch gezapft, Gabler Verlag Wiesbaden, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Michael Schleicher, Vorlesungsreihe Mikroökonomie, elektronisches Lehrmaterial, Hochschule Wismar/ Studiengang Sportmanagement, fortlaufend aktualisiert</p> <p>Robert Richerd, Mikroökonomik - schnell erfasst, Springer Verlag Heidelberg usw., jeweils aktuelle Auflage</p> <p>N. Gregory Mankiw / Mark P. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schaeffer-Poeschel Verlag Stuttgart usw., jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Marco Herrmann, Arbeitsbuch zu Mankiw/Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schaeffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Hal R. Varian, Grundzüge der Mikroökonomik, Oldenbourg Verlag München, jeweils aktuelle Auflage</p>
-------------------------	--

Modulbezeichnung	PM 5: Ökonomie des Sports
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. rer. pol. Michael Schleicher
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Besonderheiten des Sports • Ökonomik von Sportligen • Produktionsprozess bei Team- und Individualsport • Nachfrageverhalten auf Sportmärkten • Arbeitsmärkte im Sport • Ökonomik des Doping • Organisation des Sports • Ökonomik von Sportgroßveranstaltungen • Sport und Staat
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz / Wissensverbreiterung</i> Die Studierenden kennen die spezifischen Rahmenbedingungen und Organisationsstrukturen im Sport. Dazu zählt auch die Rolle des Staates als Regelsetzer und Akteur auf Sportmärkten. Sie sind in der Lage, die daraus resultierenden ökonomischen Zusammenhänge unter Einsatz grundlegender ökonomischer Instrumente und Verfahren zu analysieren, zu beurteilen und Schlussfolgerungen bzw. Handlungsempfehlungen abzuleiten.</p> <p><i>Methodenkompetenz / Wissenserschließung</i> Die Teilnehmer erwerben die Fähigkeit, ihre mikroökonomischen Kenntnisse auf sportspezifische Fragen und Probleme anzuwenden. Sie üben sich darin, selbstständig mikroökonomische Problemstellungen des Sports zu identifizieren, zu strukturieren und nach wissenschaftlichen Grundsätzen zu analysieren.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen / Schlüsselqualifikationen</i> Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Quellen eigenständig zu recherchieren, ihre mikroökonomische Analyse von Problemstellungen des Sports schriftlich und mündlich zu formulieren, in sachgerechter Weise zu vermitteln und auch im Vortrag zu vertreten.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von bereitgestellten Lehrbüchern, wissenschaftlichen Veröffentlichungen und Materialien. Modulbegleitende Unterstützung durch online-Sprechstunden und individuelle Beratung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht mit studentischen Vorträgen und unmittelbarer Rückkopplung.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Zulassungsvoraussetzungen. Kenntnisse der Mikroökonomik werden erwartet.
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul des Bachelor-Fernstudiengangs Sportmanagement. Das Modul baut auf den im Modul „Mikroökonomische Grundlagen“ vermittelten Basiskenntnissen und –kompetenzen auf. Die vermittelten Fach- und Methodenkompetenzen sind insbesondere für Module der Spezialisierungen „Sportmarketing“ und Personal, Organisation und Führung im Sport“ verwendbar. Die Schlüsselqualifikationen sind vor allem in Modulen verwendbar, in denen Hausarbeiten anzufertigen und Vorträge bzw. Präsentationen zu halten sind.
Voraussetzungen für die Vergabe von	Bestehen der APL (Hausarbeit mit Seminarvortrag)
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Frank Daumann, Grundlagen der Sportökonomie, UVK Lucius / UTB, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Studienanweisung „Ökonomie des Sports“, Hochschule Wismar / Studiengang Sportmanagement, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Helmut Dietl, Besonderheiten des Sports – Was rechtfertigt eine „eigene Ökonomik“, Universität Zürich, Working Paper No 137, 2010</p> <p>Sciamus Sport und Management, Fachzeitschrift für Sportmanagement, laufende Reihe, www.sport-und-management.de</p> <p>Michael Leeds / Peter von Allmen, The Economics of Sport, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>Oliver Budzinski / Janina Satzer, Sports Business and the Theory of Multisided Markets, University of Southern Denmark, IME Working Paper 85/09, 2009</p> <p>Weitere Fachquellen, die fortlaufend auf der Lernplattform der Hochschule bereitgestellt werden</p>

Modulbezeichnung	PM 6: Sport und Gesellschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. phil. Joachim Winkler
Inhalte des Moduls	<p>Faszination Sport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unbestimmtheit des Ausgangs, Wettkampf, Fairness • Öffentliches Interesse am Sport • Legitimationsfiguren des Sports (Breiten- und Leistungssport) <p>Strukturen im Sport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer treibt Sport? • Sozialfiguren im Sport (Trainer, ehrenamtliche und hauptamtliche Funktionsträger) • Organisationen im Sport (Vereine, Verbände, Ligen) • Sportevents <p>Das System des Hochleistungssport:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spitzensportler und Betreuer • Finanzierung des Spitzensports <p>Funktionen des Sports:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sport und Politik • Sport und Wirtschaft • Sport und Medien • Sport und Gesundheit <p>Sport als Lebensstil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Konsum sportlicher Güter • Sport als Kultur • Sportsozialisation <p>Die Kehrseite der Medaille:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aggression, Fouls , Wettbetrug • Doping <p>Zur Geschichte des modernen Sports</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachkompetenz (50%): Sensibilisierung der Studierenden für die Hintergründe der gesellschaftlichen Bedeutung des Sports, seiner Funktionen und Strukturen. Vermittlung von Kenntnissen über den Gegenstand des zukünftigen Berufsfeldes.</p> <p>Methodenkompetenz (15%): Einschätzung der Beziehungen zwischen Individuen und Institutionen</p> <p>Fachübergreifende Kompetenzen(15%): Erkennen der Interdependenzen zwischen Sport, Staat, Politik und Wirtschaft</p> <p>Schlüsselqualifikationen (20%): Erstellen von Berichten</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul hat Anknüpfungspunkte zur Ökonomie des Sports, zur Finanzierung und zu Marketing. Das Modul legt ein grundlegendes Verständnis für die Deutung sozialer Zusammenhänge. Es kann daher auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	Joachim Winkler: Sport und Gesellschaft. Studienbrief, (WINGS)Wismar 2012
-------------------------	---

Modulbezeichnung	PM 7 Buchführung und Bilanzierung KLR
Modulverantwortliche(r)	Sandra Zeis - Diplom-Wirtschaftsjuristin (FH)/Steuerberaterin
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Technik der doppelten Buchführung, Grundlagen der deutschen Rechnungslegung und der Kosten- und Leistungsrechnung. • Buchungen laufender Geschäftsvorfälle und Jahresabschlussbuchungen. • Erstellen eines handelsrechtlichen Jahresabschluss (Bilanz und Gewinn und Verlustrechnung). • Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inhalte und Funktion des handelsrechtlichen Jahresabschlusses und der Steuerbilanz, handels- und steuerrechtliche Bilanzierungs und Bewertungsvorschriften. • Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens, Abgrenzung zum externen Rechnungswesen. • Verfahren der traditionellen Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung), sowie die ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung und deren Einsatzgebiete (insbesondere Vor- und Nachkalkulationen, make-or buy Entscheidungen, Optimierung des Produktionsprogrammes.)
Qualifikationsziele des Moduls	Erlernen wesentlicher Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung sowie die Vermittlung grundlegender und ausgeprägter Fähigkeiten der entscheidungsorientierten Kosten- und Leistungsrechnung. (Fachkompetenz) Das Modul vermittelt die kaufmännische Basiskompetenz auf dem Gebiet der Rechnungslegung nach handelsrechtlichen Vorschriften und der internen Kostenrechnung und gehört damit zur kaufmännischen Schlüsselqualifikation der Absolventen. (Methodenkompetenz)
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Pflichtmodul im Kompetenzbereich „Rechnungswesen und Besteuerung“. Es legt Grundlagen für alle folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Module des Studienganges. Es kann ebenfalls für andere wirtschaftsnahe Studiengänge eingesetzt werden, um Grundlagen des Rechnungswesens und der Kosten- und Leistungsrechnung zu vermitteln. Das Modul vermittelt die wesentlichen Grundlagenkenntnisse und –fähigkeiten im externen und internen Rechnungswesen, auf denen die weiteren betriebswirtschaftlichen Fächer aufbauen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	<p>Döring, U.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben und Lösungen, Erich-Schmidt-Verlag, Berlin</p> <p>Kudert, S./Sorg, P.: Rechnungswesen leicht gemacht, Ewald-Kleist-Verlag, Berlin</p> <p>Jossé, G.: Basiswissen Kostenrechnung: Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger, Kostenmanagement, Deutscher Taschenbuch Verlag, München</p> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage</p>
-------------------------	---

Modulbezeichnung	PM 8 Grundlagen der Finanzierung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Inhalte des Moduls	<p>1. Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Zielstellungen der Finanzierung im Sport • Systematisierung von Finanzierungsarten <p>2. Investitionen und Kapitalbedarf von Unternehmen (Formen, Einflussfaktoren und rechnerische Ermittlung)</p> <p>3. Außenfinanzierung (Beteiligungsfinanzierung, Sponsoring, Kreditfinanzierung inkl. Bondfinanzierung und Mezzanines)</p> <p>4. Innenfinanzierung (Selbstfinanzierung, Cash-flow-Entstehung/ Ermittlung)</p> <p>5. Einführung in das Finanzmanagement (Struktur/Prozessmanagement)</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Methodenkompetenz:</i> Die Studierenden sollen die Entstehung des Kapitalbedarfs erkennen und befähigt werden, den Kapitalbedarf sowie optimale Finanzierungsalternativen mathematisch zu ermitteln.</p> <p><i>Fachkompetenz:</i> Auf der Grundlage der insbesondere der im Bereich des Sports üblichen Finanzierungsarten sollen die Studierenden in der Lage sein, für einen ermittelten Kapitalbedarf Finanzierungsalternativen aufzuzeigen.</p> <p><i>Übergreifende Kompetenz:</i> Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Finanzplanungen praktisch umzusetzen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Präsenzstudium: Vorlesung/Übung</p> <p>Selbststudium: Grundlage Lehrmaterial - Powerpoint Folien (50-70)</p> <p>Angabe von Literatur/Fixe Internetadressen/Sachwortangaben zur Internetnutzung</p> <p>Vgl. auch Workloads</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Es legt Grundlagen für alle folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Module des Studienganges. Es kann ebenfalls für andere wirtschaftsnahe Studiengänge eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120

Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>von Känel: Finanzierung und Rating. NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft. NWB-Verlag</p> <p>Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser : Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012</p> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage</p>

Modulbezeichnung	PM 9 Einführung in das Controlling
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inhalt und Aufgaben des Controllings <ul style="list-style-type: none"> • Begriff, Funktion und Einordnung des Controllings • Strategisches und operatives Controlling • Grundlagen der Analyse/ Bewertung des Risikos • Risikomanagement 2. Methoden und Techniken des Controllings <ul style="list-style-type: none"> • Techniken des strategischen Controllings <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategische Analyse/ Zielformulierungen ○ Strategiefindung/ Strategiebewertung und Implementierung • Techniken des operativen Controllings <ul style="list-style-type: none"> ○ Techniken zur Kostenbegrenzung ○ Operative Kontrolltechniken 3. Grundlagen der Planung <ul style="list-style-type: none"> • Businessplanung/ GuV-Planung • Finanzplanung
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden sollen die Zusammenhänge im Rahmen der kurz-, mittel- und langfristigen Erfolgs- und Potenzialsteuerung von Unternehmen in den Bereichen Wirtschaft und Sport erkennen.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Die Studierenden sollen befähigt werden, die strategischen und operativen Techniken des Controllings unternehmenszielgerichtet anzuwenden.</p> <p><i>Übergreifende Kompetenzen:</i> Auf der Grundlage der tieferen Kenntnisse der Methoden und Techniken des Controllings sollen die Studierenden in der Lage sein, Prozesse, Strukturen und Informationssysteme in den Unternehmen effizient zu gestalten und zu managen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<p>Präsenzstudium: Vorlesung/Übung</p> <p>Selbststudium: Grundlage Lehrmaterial - Powerpoint Folien (50-70)</p> <p>Angabe von Literatur/Fixe Internetadressen/Sachwortangaben zur Internetnutzung</p> <p>Vgl. auch Workloads</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine

Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Es legt Grundlagen für alle folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Module des Studienganges. Es kann ebenfalls für andere wirtschaftsnahe Studiengänge eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	von Känel: Controlling. NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft. NWB-Verlag Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser: Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012

Modulbezeichnung	PM 10 Einführung in die Steuerlehre Steuern im Sport
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Axel Mutscher
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> Allgemeine Grundlagen (Finanzwissenschaftliche Aspekte, Rechtsquellen, Besteuerungsverfahren, Rechtsanwendung) Überblick zu die wichtigsten Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer)
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die grundlegenden Steuergesetze zu den wichtigsten Steuerarten und können deren Inhalte wiedergeben. Sie sind in der Lage zu erkennen, welche steuerrechtlichen Regelungen für einen vorgegebenen Sachverhalt, insbesondere aus dem Bereich des Sports, relevant sind. Sie sind in der Lage, den Sachverhalt unter die Tatbestandsvoraussetzungen der gefundenen Rechtsnorm zu subsumieren. Sie können das erarbeitete Subsumptionsergebnis vor einer Gruppe präsentieren, begründen und auch verteidigen.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium anhand einer Powerpoint-Präsentation mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet „Steuern/Steuerlehre“ und greift dabei partiell auf Inhalte des Moduls „Buchführung und Bilanzierung“ zurück. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen der Besteuerung erforderlich sind.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Thomas Stobbe: Steuern kompakt, Verlag Wissenschaft und Praxis Axel Steiner, Steuerrecht im Sport, Richard Boorberg Verlag

Modulbezeichnung	PM 11 Grundlagen des Marketing
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Beate Braun
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen Marketing & Marketingmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definitionen & Begriffe • Analyseinstrumente & -methoden • Marketing-Strategie • Einflussfaktoren des Marketing • Zielgruppen - Kunden - Märkte - Wettbewerb • Grundlagen Konsumenten- & Käuferverhalten <p>Instrumente des Marketing-Mix</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- & Programmpolitik • Preis- & Konditionenpolitik • Personalpolitik • Kommunikationspolitik • Distributions- / Vertriebspolitik & -management • Grundzüge des Marketing- und Vertriebs-Controlling, • Entwicklung einer Marketing-Konzeption, Fallstudien
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Einführung in die für das Studium des Sportmanagement notwendigen Instrumente des Marketing und Vertriebs mit dem Ziel, Fähigkeiten zur Planung und Durchführung von marketingpolitischen Maßnahmen zu erwerben sowie Basiskenntnisse und Grundfertigkeiten im Marketing- und Vertriebsmanagement zu erlernen.</p> <p>Die Studierenden erkennen und verstehen die Grundlagen des Marketing, insbesondere den strategischen Aspekt des Marketing, den Marketing-Mix sowie den akquisitorischen Aspekt des „Vertriebs“ im Rahmen einer Markt- und Kundenorientierten Unternehmensführung. Sie erkennen die Bedeutung der entscheidenden Teilkomplexe des Fachgebietes und die Interdependenz der Entscheidungen für den unternehmerischen Gesamtzusammenhang. Die Studierenden sind befähigt, die Instrumente des Marketings in einfachen Fallbeispielen mit Erfolg anzuwenden.</p> <p>Fachkompetenz: 50 – Methodenkompetenz: 20 – Systemkompetenz: 20 – Sozialkompetenz: 10</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen und Best Practices aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul legt die marketingspezifischen Grundlagen im Kompetenzbereich „Leistungsprozesse im Unternehmen“ und verdeutlicht die Zusammenhänge der Entscheidungen im unternehmerischen Kontext (Marketing-Strategie). Es bildet die Grundvoraussetzungen für das Verständnis u.a. der Module „Eventmanagement“ und „Sponsoring“. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen des Marketing erforderlich sind.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120 oder APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	<p>Bernecker, Michael: Marketing Grundlagen – Strategien – Instrumente, 2. Auflage, Köln 2013.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, Andre: Marketing im Sport, 2., völlig neu bearbeitete und wesentlich erweiterte Auflage, Berlin 2011.</p> <p>Homburg, Christian / Krohmer, Harley: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Auflage, Heidelberg 2012.</p> <p>Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Marketing - Grundlagen - Instrumente – Fallbeispiele. 4. Überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2013.</p>
-------------------------	--

Modulbezeichnung	PM 12 Grundlagen der Unternehmensführung
Modulverantwortliche(r)	Skadi Schuppan - Diplomsporthelehrerin mit Schwerpunkt Sportmanagement
Inhalte des Moduls	<p>-Einführung in die Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe • Funktionen <p>-Das System der Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungsebenen • Führungsprozess • Integriertes Führungssystem • Management-Rollen <p>-Grundlagen des Managementprozesses:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Planung • Steuerung und Kontrolle aus Managementsicht <p>-Einführung in die Organisation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Organisation? • Von der Gesamtaufgabe zur Organisation <p>-Formen der Primär- und Sekundärorganisation Aktuelle Konzepte in der Unternehmensführung</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Teilnehmer erlangen grundlegendes Wissen über die Führung von Unternehmen und Organisationen. Die Vermittlung der Zusammenhänge und eines ganzheitlichen Verständnisses steht dabei im Vordergrund. Sie kennen die Ebenen der Unternehmensführung (normativ, strategisch, operativ) ebenso wie deren innovative Methoden. Durch Fallstudien- und Aufgabenbearbeitung wird die Anwendungskompetenz (Handlungs- und Sozialkompetenz) gefördert. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:</p> <p>Fachkompetenz: 50 Methodenkompetenz: 20 Systemkompetenz: 20 Sozialkompetenz: 10</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut auf den in den Modulen „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“ und "Grundlagen des Marketing" erworbenen Kenntnissen auf. Es legt weitere Grundlagen zur Methode und Technik der Planung, Organisation, Führung und Kontrolle für alle übrigen betriebswirtschaftlichen Module des Studiengangs. Das Modul ist auch in anderen Bachelor-Studiengängen, in denen es um den Erwerb der Grundkenntnisse der Unternehmensführung geht, einsetzbar.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Hungenberg, H., & Wulf, T. (2011). Grundlagen der Unternehmensführung. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.</p> <p>Nufer, G, & Bühler A. (Hrsg.)(2012). Management im Sport. Berlin: Erich Schmidt Verlag</p> <p>Galli, A., Elter, V-C., Gömmel, R., Holzhäuser, H. Straub, W. (Hrsg.)(2012). Sportmanagement. München: Verlag Franz</p> <p>Göke, S., & Wirkes, T. (2010). Führungssysteme für Sportvereine. Berlin: Erich Schmidt Verlag</p> <p>Macharzina, K., & Wolf, J. (2012). Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p>Steinmann, H., & Schreyögg, G. (2005). Management. Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p>Schmidt, M. (2004). Unternehmensführung im Profifußball. Berlin: Erich Schmidt</p> <p>Rahn, H.-J. (2012). Unternehmensführung. Herne: NWB Verlag</p>

Modulbezeichnung	PM 13 Grundlagen des Rechts - Recht im Sport
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. iur. Peter Kiel
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das deutsche Rechtssystem <ul style="list-style-type: none"> ○ Unterscheidung zw. öffentlichem Recht und Privatrecht ○ Normenhierarchie ○ Aufbau des Gerichtssystems • Vertrags- und Haftungsrecht im Sport • Vereins- und Gesellschaftsrecht
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</i> Die Studierenden überblicken die Grundstrukturen des deutschen Wirtschaftsrechts. Sie können typische, mit der Tätigkeit von Vereinen und Unternehmen auf dem Gebiet des Sports verbundene rechtliche Probleme und Risiken erkennen und den jeweiligen Rechtsgebieten zuordnen.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</i> Die Studierenden sind mit den Grundlagen der juristischen Arbeitstechnik vertraut. Sie sind befähigt, diese Methode auf einfach gelagerte Rechtsfälle aus der Praxis von Sportvereinen und Unternehmen anzuwenden und dafür interessengerechte und rechtsbeständige Lösungen zu entwickeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen:</i> Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen entwickelten Problemlösungen schriftlich wie mündlich überzeugend zu vertreten und dabei schlüssig und logisch stringent zu argumentieren.</p>
Ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	Lehrbrief mit Übungsaufgaben zum angeleiteten Selbststudium, unterstützt durch Online-Tutoring, im Kontaktstudium Lehrgespräch auf der Basis von Powerpointfolien und Fallstudien.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul zeigt die rechtlichen Rahmenbedingungen auf, in denen Sport und Sportmanagement stattfindet. Es bildet die Grundlage für die Vertiefung im Wahlfach „Spezielles Sportrecht“. Das Modul kann in allen betriebswirtschaftlich ausgerichteten Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagenkompetenzen im Wirtschaftsrecht vermittelt werden sollen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Arbeitsaufwand	150 h (8h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Lange, Knut-Werner: Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht. Ein Lehrbuch für Wirtschaftswissenschaftler, jeweils aktuelle Auflage Haas, Ulrich/Martens, Dirk-Reiner: Sportrecht - Eine Einführung in die Praxis, jeweils aktuelle Auflage Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, jeweils aktuelle Auflage

Modulbezeichnung	PM 14 Betriebliche Softwaresysteme
Modulverantwortliche(r)	Birger Huth – Diplom Ingenieur
Inhalte des Moduls	Durchführung von typischen Aufgaben der kaufmännischen Verwaltung, wie Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und Datenverwaltung, mit Hilfe von Standardsoftwaresystemen der Bürokommunikation (auf Fallbeispiele gestützt). Dazu zählen die Datenerfassung und Verarbeitung in Excelsheet, das Erstellen von Serienbriefen, die Arbeit mit Projektmanagementsoftware und die Verarbeitung der Daten innerhalb des gesamten Softwarekomplexes.
Qualifikationsziele des Moduls	<i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden können selbständig gängige Aufgaben der kaufmännischen Verwaltung computergestützt realisieren. Sie beherrschen die notwendigen Funktionen und Algorithmen, um die Standardsoftwarekomponenten und automatisierten Abläufe rationell und adäquat anwenden zu können. Zur Projektplanung und -durchführung können sie relevante Software in Grundzügen anwenden. <i>Methodenkompetenz:</i> Die Studierenden können sich neue Officeprogramme selbstständig erschließen und Daten und Dateien programmübergreifend nutzen. <i>Fachübergreifende Kompetenz:</i> Die Studierenden sind in der Lage, Daten, Dateien und Zusammenhänge darzustellen und komplex zu Präsentieren
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	- onlinegestütztes angeleitetes Selbststudium - seminaristischer Präsenzunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt grundsätzliche Herangehensweisen im Umgang mit betrieblicher Standardsoftware und zeigt Lösungen für die Verarbeitung, Veranschaulichung und Darstellung der Ergebnisse. Das Modul ist in allen Studiengängen verwendbar, in denen der grundsätzliche Umgang mit Office-Standardsoftware relevant ist.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (4+8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Online gestelltes Studienmaterial auf der Ilias-Plattform Klaus Fahrenstich, Rainer G. Haselier: Microsoft Office 2013 - Das Handbuch: Für alle Editionen. Insider-Wissen - praxisnah und kompetent Rosenstock: Microsoft Project 2013: Das umfassende Handbuch

Modulbezeichnung	PM 15 Soft Skills I: Wissenschaftliches Arbeiten/Präsentation
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Anton Hahne
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsätze und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens • selbständiges Verfassen wissenschaftlicher Texte und Dokumentation • Grundlagen der Rhetorik und Präsentation • Präsentation von Arbeitsergebnissen (face-to-face, online, offline) • effektiver Umgang mit persönlichkeitspezifischen Sach- und Sozialkompetenzen unter Bezug auf die Sportpraxis.
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Die Studierenden beherrschen die Grundsätze wissenschaftlicher Arbeit bezüglich der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Arbeiten (insbes. Zitierweise, Quellenangaben, Gliederungsstruktur). Sie kennen und nutzen die gängigen Verfahren der Quellenrecherche.</p> <p><i>Methodische Kompetenzen:</i> Sie sind in der Lage, eigenständig Texte zu verfassen, die den üblichen akademischen Anforderungen entsprechen. Auch können sie ihre Arbeitsergebnisse situationsadäquat und unter Nutzung aktueller Medien und Techniken präsentieren.</p> <p><i>Sozialkompetenzen:</i> Durch die Arbeit im Team und die dafür erforderlichen Abstimmungsprozesse haben die Studierenden ihre Kommunikations- und Konfliktkompetenz erweitert.</p> <p><i>Schlüsselqualifikationen:</i> Sie haben gelernt, die dazu nötigen Sach- und sozialen Kompetenzen persönlichkeits- und situationsadäquat zu nutzen. Die Studierenden sind in Bezug auf ihre rhetorische Kompetenz sensibilisiert, was sie in die Lage versetzt, komplexe Sachverhalte zunehmend verständlicher zu vermitteln und in Diskussionen Standpunkte argumentativ zu begründen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium, unter Einsatz von E-Learning-Materialien, Betreuung der Selbstlernphasen durch Telefon- und Videokonferenzen, Unterstützung von selbstorganisierten Lerngruppen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht mit Übungen zur Erweiterung der Medien-, Methoden- und Sozialkompetenz. .
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul „Soft Skills I“ legt die Grundlagen für die wissenschaftliche Arbeit in den folgenden Fachmodulen. Insbesondere ist es die Basis für das Modul „Soft Skills II“ im 3.Semester. Da es damit Basis- Charakter hat, könnte es auch im grundständigen Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre eingesetzt werden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (4+8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Claus Ebster und Lieselotte Stalzer (2013): <i>Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler</i>. 4. Aufl. Wien: facultas.wuv Universitätsverlag Wien, UTB.</p> <p>Norbert Franck / Joachim Stray (2011): <i>Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens</i>. 16. Aufl. Paderborn u.a. Schöningh, UTB.</p> <p>Matthias Garten (2013): <i>PowerPoint. Der Ratgeber für bessere Präsentationen (inkl. DVD-ROM mit Gestaltungsvorlagen und Lernvideos)</i>. Bonn: Vierfarben.</p> <p>Friedrich Rost (2012): <i>Lern- und Arbeitstechniken für das Studium</i>. 7. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Werner Sesink (2012): <i>Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten</i>. 9. Aufl. München: Oldenbourg Verlag</p> <p>(Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage)</p>

Modulbezeichnung	PM 16 Soft Skills II: Rhetorik/Kommunikation/Moderation
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Anton Hahne
Inhalte des Moduls	<p>Grundlegende Methoden der Kommunikationspsychologie unter Berücksichtigung sportpsychologischer Elemente; Soziale Kompetenz als Grundlage der Handlungsfähigkeit, Gestaltungselemente der Rhetorik-/ Verhandlungs- und Moderationstechnik in Theorie und Praxis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verbale und nonverbale Anteile • Argumentationsformen • Anweisung, Rede und Vortrag • Führen und Moderieren von Meetings und Diskussionen • Gesprächsführung und Konfliktlösung im Sportmanagement • Arbeit mit modernen Kommunikationsmedien (Foren, Groupware, Telefon- und Videokonferenzen)

Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Schlüsselqualifikationen:</i> Ziel ist die Verbesserung der kommunikativen Kompetenz. Vermittelt werden die für akademische Diskurse und Diskussionsformen relevanten Redemittel sowie rhetorische Grundregeln mit einer Einführung in Gesprächsrhetorik und Argumentationslehre.</p> <p><i>Fachbezogene Kompetenzen:</i> Den Studierenden wird ein grundlegendes Verständnis für die sport- und managementspezifischen Themen des Verhaltens und seines kommunikativen Ausdrucks vermittelt. Sie erkennen den besonderen Bezug zur Praxis durch Exkurse in die Kommunikationspsychologie und das Konfliktmanagement.</p> <p><i>Methodische Kompetenzen:</i> Die Studierenden sind befähigt, insbesondere Problemsituationen in sportbezogenen Interaktionen (bspw. Verhandlungsführung, Konfliktbewältigung) eigenständig zu erkennen, Lösungswege vorzubereiten und die Umsetzung zu moderieren.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium. Einsatz von E-Learning-Materialien. Tutorengestützte Betreuung der Selbstlernphasen. Unterstützung von selbstorganisierten Lerngruppen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul „Soft Skills II“ baut auf dem Modul „Soft Skills I“ auf und gehört damit zu den primär extrafunktionalen Modulen. Es ist Voraussetzung für alle Module der Spezialisierungen, soweit dort kommunikative Kompetenzen erforderlich sind. Da die Inhalte einen engen Anwendungsbezug zum Sportmanagement aufweisen, ist die Verwendbarkeit nur innerhalb des Bachelor-Fernstudiengangs Sportmanagement gegeben.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (4+8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Benien, Karl (2003): Schwierige Gespräche führen. Modelle für Beratungs-, Kritik- und Konfliktgespräche im Berufsalltag. 3. Aufl. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Tb.-Verlag.</p> <p>Schulz von Thun, Friedemann u.a. (2003): Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte. Rowohlt Vlg.: Reinbeck.</p> <p>Borggreffe, Carmen (2008): Kommunikation im Spitzensport. Theoretische Reflexionen zu kommunikativen Erfolgsstrategien von Trainern. Hofmann Vlg: Schorndorf.</p> <p>Kanitz, Anja von / Scharlau, Christine (2011): Gesprächstechniken. 2. Aufl. Haufe Vlg.: Freiburg/Br.</p> <p>Winkler, Maud / Commichau, Anka (2011): Reden: Handbuch der kommunikationspsychologischen Rhetorik. Nicol: Hamburg.</p> <p>(zur Anwendung kommt jeweils die aktuellste Auflage)</p>

Modulbezeichnung	SPM 17.1.1 Controlling/Businessplanung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inhalt und Ableitung von Konzepten der strategischen Entwicklung von Unternehmen (Restrukturierungskonzepte, Fusionskonzepte, Business-Migration-Konzepte) 2. Methodische Umsetzung einer komplexen betrieblichen Planung unter Nutzung von Controllingtechniken und auf Grundlage der Abteilung hierarchisch gegliederter Unternehmensziele 3. Sportspezifische Businessplanung – GuV-Planung (Komplexe PC-Übung) 4. Bewertung der Ergebnisse der Businessplanung anhand von Kennzahlen und Plan - Ist - Vergleiche
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden sollen Kenntnisse zu Inhalten strategischer Unternehmenskonzepte und Fähigkeiten zur Ableitung von Konzepten in Abhängigkeit von Umweltbedingungen besitzen und entwickeln.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Daneben sollen methodische Fähigkeiten zur Realisation einer komplexen Unternehmensplanung erworben werden. Das schließt die Beherrschung spezifischer Methoden und Techniken der GuV-Planung ein. Es wird ein komplexes rechnergestütztes Planungsmodell, ausgelegt auf ein Sportunternehmen, behandelt.</p> <p><i>Übergreifende Kompetenz:</i> Die Studierenden erwerben Fähigkeiten, Sportunternehmen langfristig - strategisch über die Konzeptionen der Potenzialsteuerung bis hin zur kurzfristigen Planung im Sinne der Erfolgsvorsteuerung zu führen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Kontaktstudium: Vorlesung/Übung Selbststudium: Angabe von Literatur/Fixe Internetadressen/ Sachwortangaben zu Internet- Recherchen Vgl. auch Workloads
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Grundlagen des Controlling
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Controlling und Finanzierung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (4+8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Graumann, Mathias/Thieme, Lutz: Controlling im Sport - Grundlagen und Best Practice für Vereine, Verbände und Ligen Von Känel: Contolling. NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft. NWB-Verlag</p> <p>Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser : Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012</p> <p>Deheselles, T.; Frdel, C. : Sportmanagement. Franz Vahlen Verlag 2012</p> <p>(zur Anwendung kommt jeweils die aktuellste Auflage)</p>

Modulbezeichnung	SPM 17.1.2 Finanzmanagement und -planung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finanzierungsmixplanung anhand allgemeiner und sportspezifischer Finanzierungsinstrumente 2. Übersicht zur tool box des Finanzmanagements auf den Entscheidungsebenen 3. Methoden der Finanzplanung <ul style="list-style-type: none"> • dispositive Entscheidungsebene/ Liquiditätsplanung • operative Entscheidungsebene/ Dynamische Finanzplanung/ Cash-flow-statement • strategische Entscheidungsebene/Kapitalflussplanung 4. Abwendung von Finanzanalysen und Bonitätsbewertung
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden sind mit den anerkannten und praktisch anwendbaren Methoden und Instrumenten des Finanzmanagements und der Finanzplanung vertraut.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Sie sind befähigt, auf der Grundlage fundierter Unternehmenskonzepte und eingeordnet in die Businessplanung die Methoden und Instrumente des Finanzmanagements auf der dispositiven, operativen und strategischen Entscheidungsebene differenziert und praxisorientiert anzuwenden.</p> <p><i>Übergreifende Kompetenz:</i> Die Studierenden kennen die inneren Zusammenhänge des Zustandekommens der Finanzplanungsergebnisse und sind in der Lage, diese kritisch zu bewerten und adäquate Managemententscheidungen abzuleiten sowie gegenüber internen und externen Partnern fundiert zu vertreten. Der Studierende soll Kenntnisse zu Inhalten strategischer Unternehmenskonzepte und Fähigkeiten zur Ableitung von Konzepten in Abhängigkeit von Umweltbedingungen besitzen und entwickeln.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Präsenzstudium: Vorlesung/Übung Selbststudium: Grundlage Lehrmaterial - Powerpoint Folien (50-70) Angabe von Literatur/Fixe Internetadressen/Sachwortangaben zur Internetnutzung Vgl. auch Workloads
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen Grundlagen Controlling/ Finanzierung
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Controlling und Finanzierung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (4+8 h Kontaktstudium, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	<p>Dworak, Alexander: Finanzierung für Fußballunternehmen - Erfolgreiche Wege der Kapitalbeschaffung</p> <p>von Känel: Finanzierung und Rating. NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft. NWB-Verlag</p> <p>Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser : Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012</p> <p>Schuppan, N.: Globale Rezession. Callidus Verlag 2011.</p> <p>Deheselles, T.; Frdel, C. : Sportmanagement. Franz Vahlen Verlag 2012</p> <p>(zur Anwendung kommt jeweils die aktuellste Auflage)</p>
-------------------------	---

Modulbezeichnung	SWM 17.1.3: Investitionsplanung
Modulverantwortliche(r)	Stefan Tesch - Dipl.-Soz.-Verw. (FH)
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Begriff und Inhalt von Investitionen - Einordnung der Investitionsrechnung die Entscheidungsprozesse des Unternehmens 2. Überblick und Charakteristik der Investitionsrechnungsmethoden - Statische/ Dynamische Verfahren 3. Statische Verfahren und ihre Anwendungsmöglichkeiten. 4. Dynamische Verfahren und ihre Anwendung 5. Investitionsanalytische Gesamtbewertung
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden kennen die operativen und strategischen Wirkungszusammenhänge der Investitionsplanung, -rechnung und -steuerung und deren Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Sie wenden die Verfahren der Investitionsrechnung sicher an und können diese differenziert in alle Planungs- und Erfolgsrechnungen von Unternehmen einordnen.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Die Studierenden sind in der Lage, anhand einer Fallstudie selbstständig ein Konzept für eine unternehmenszielorientierte Investitionsplanung unter Berücksichtigung von Risikogesichtspunkten zu erarbeiten. Sie können wesentliche Erfolgsparameter identifizieren sowie deren Veränderungen im Gesamtkonzept darstellen und daraus resultierende Entwicklungen bewerten.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen entwickelten Investitionsplanungskonzepte schriftlich wie mündlich überzeugend zu vertreten und diese hinsichtlich verschiedener Szenarien zu bewerten. Dabei berücksichtigen sie alle relevanten Schnittstellenbereiche im Unternehmen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien /Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen "Grundlagen der Finanzierung" und "Einführung in das Controlling" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Controlling und Finanzierung im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)

Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Schulte, Gerd (2007) Investition, Investitionscontrolling und Investitionsrechnung, 2. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München. Kruschwitz, Lutz (2011) Investitionsrechnung, 13. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München. Poggensee, Kay (2011) Investitionsrechnung, 2. Auflage, Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Modulbezeichnung	SWM 17.1.4: Projektcontrolling/ Fallstudien
Modulverantwortliche(r)	Jens Brämer, Dipl.-Kaufmann (Univ.)
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden des Projektcontrolling • Fallstudien mit Schwerpunkten • Rechtsformumwandlung • Investitionsprojekte (Sportstättenumbau usw.) • Marketingmaßnahmen-Controlling (Sportevent) • Vertragscontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden sind mit den etablierten Methoden des Projektcontrollings und deren Anwendung vertraut.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Sie sind befähigt, Projekte zu konzipieren und dabei die Erfordernisse eines systematischen Projektcontrollings aus betriebswirtschaftlicher, rechtlicher und organisatorischer Sicht adäquat zu berücksichtigen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Aufgrund der Kenntnis der Fallstudien sind die Teilnehmer in der Lage, unter projektbezogen unterschiedlichen Rahmenbedingungen Managemententscheidungen vorzubereiten und umzusetzen. Sie erlangen die Kompetenz, mit der Entwicklung und Umsetzung von Projekten zur langfristigen Konzeption der Sportorganisation/-unternehmung beizutragen.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium anhand einer Powerpoint-Präsentation mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen "Grundlagen der Finanzierung" und "Einführung in das Controlling" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Controlling und Finanzierung im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL

Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Berta C. Schreckeneder, (2013), Projektcontrolling - mit Arbeitshilfen online: Projekte überwachen, steuern, präsentieren [Broschiert], 4. Auflage, Haufe-Lexware-Verlag</p> <p>Roland Wanner, (2013) Projektcontrolling: Projekte erfolgreich planen, überwachen und steuern [Taschenbuch], 1. Auflage, CreateSpace Independent Publishing Platform</p>

Modulbezeichnung	SWM 17.1.5: Investor Relationship Management / Finanzkommunikation
Modulverantwortliche(r)	Garbit Langosch, M.A. & Dipl.-SpOec.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Idee des IRM • Instrumente des IRM • Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Balanced Score Card • Informationskanäle • Ergebnisse und Schlussfolgerungen des IRM
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</i> Den Studierenden werden Kenntnisse über die Rolle und Bedeutung des Investor Relationship Management / Finanzkommunikation als integriertes Instrument des Kommunikationsmix für Sportvereine/-verbände/-unternehmen, über dessen rechtliche Rahmenbedingungen, Ziele, Zielgruppen, Instrumente und Erfolgsmessung vermittelt.</p> <p><i>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</i> Die Studierenden sind mit den Grundlagen des Investor Relationship Management / Finanzkommunikation vertraut. Sie werden befähigt, dieses Instrument auf die Praxis von Sportvereinen/-unternehmen zu übertragen und adäquate Lösungen zu entwickeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen:</i> Die Studierenden werden befähigt, Interdependenzen zwischen dem Investor Relationship Management / Finanzkommunikation und den anderen Kommunikationsinstrumenten zu erkennen sowie in der Praxis anzuwenden.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse aus den Modulen PM1, PM 9, PM 13, PM 15 sowie PM 16 werden vorausgesetzt
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Controlling und Finanzierung im Sport.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120 oder APL
Arbeitsaufwand	150 (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Kirchhoff, Klaus Rainer / Piwinger, Manfred (2009): Praxishandbuch Investor Relations - Das Standardwerk der Finanzkommunikation, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage Schnorrenberg, Thomas (2008): Investor Relations Management - Praxisleitfaden für erfolgreiche Finanzkommunikation

Modulbezeichnung	SPM 17.2.1: Strategisches Sportmarketing / Marktforschung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Beate Braun
Inhalte des Moduls	<p>Strategisches Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Inhalte, Abläufe und Spezifika der • Strategischen Planung • SWOT-Analyse, Abnehmer-, Wettbewerbs-, Absatzmittlergerichtete Strategietypen • Strategieimplementierung • Strategiebewertung • Fallbeispiele / „Case Studies“ <p>Marktforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben der Marktforschung („MaFo“) • Marktforschungsprozess • Konsumentenverhalten & Einflussfaktoren • Entscheidungsbedarf • Einführung in die Konzeption & Realisierung eines „MaFo“-Projekts über <ul style="list-style-type: none"> ○ Entwicklung eines Fragebogens, Vorbereitung & Durchführung einer Befragung, Datenanalyse, Daten-Interpretation & Präsentation der Marktforschungsergebnisse

Qualifikationsziele des Moduls	<p><u>Strategisches Marketing</u> Die Studierenden kennen und verstehen das Instrumentarium der strategischen Marketingplanung. Sie sehen seine Bedeutung im Rahmen der Unternehmensführung, mit dem Schwerpunkt auf das „Sportmanagement“. Sie sind befähigt, die strategische Marketingplanung in der Praxis mit Erfolg anzuwenden. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in marketingstrategischen Zusammenhängen an und können wissenschaftlich fundierte Marketing-Strategie-Konzepte entwickeln und diese argumentativ vertreten. Die hier gewonnenen Kenntnisse und Fähigkeiten befähigen sie, z.B. in den Modulen Eventmanagement und Sponsoring entsprechende Anforderungen zu übertragen und umzusetzen.</p> <p><u>Marktforschung</u> Die Studierenden kennen und verstehen das Instrumentarium der Marktforschung. Sie sehen seine Bedeutung im Rahmen der Unternehmensführung, sowohl auf operativer als auch auf strategischer Ebene. Die Studierenden trainieren an praktischen Fällen die vermittelten theoretischen Wissens- und Erkenntnis-gewinne. Sie eignen sich strukturiertes Denken hinsichtlich der Anforderungen der Marktforschung im an. Sie sind befähigt, eigene Marktforschungsprojekte in der Praxis mit Erfolg durchzuführen, die Ergebnisse zu interpretieren und argumentativ zu vertreten.</p> <p>Fachkompetenz: 50 – Methodenkompetenz: 20 - Systemkompetenz: 20 – Sozialkompetenz: 10</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketing" sind Voraussetzung.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Studienanweisung; Tristan Laier, Prof. Beate Braun Bernecker, Michael: Marketing Grundlagen – Strategien – Instrumente, 2. Auflage, Köln 2013.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, Andre: Marketing im Sport, 2., völlig neu bearbeitete und wesentlich erweiterte Auflage, Berlin 2011.</p> <p>Bruhn, Manfred: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis, 11., überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2012.</p> <p>Homburg, Christian: Grundlagen des Marketingmanagements, 3. Auflage, Wiesbaden 2012.</p> <p>Homburg, Christian/Krohmer, Harley: Marketingmanagement – Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2006.</p>

Modulbezeichnung	SPM 17.2.2: Sponsoring
Modulverantwortliche(r)	Skadi Schuppan - Diplomsporthelehrerin mit Schwerpunkt
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • psychologische Grundlagen • Charakteristik Sportsponsoring • Integratives Sponsoring (Sponsoring-Management-Kreislauf; Abverkauf durch Sponsoring) • Messbarkeit/ Erfolgskontrolle (Marktforschung, Medienforschung, Erfolg von Sponsoring, Kontaktquantität und -qualität; Probleme) • Sportbusinessmarkt Deutschland (Agenturen, Verbände, etc.) • Sponsoring von Veranstaltungen/ Vereinen (Unterschiede, Ambush, Probleme, etc.) • Sponsoring und Medien (Bedeutung von Medienverträgen für Sponsoring) • Testimonialsponsoring (Chancen und Gefahren) • Sponsoring und Recht (steuerliche Behandlung von Hospitality, privates Sportwettenverbot in Deutschland – Folgen für den Sport) • Sponsoringkonzeption/ -Maßnahmenplanung/ -Akquise (Planungsschritte, vertragliche Grundsätze, Umsetzung der Maßnahmen, Imagebeeinflussung durch Sponsorenwahl)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten umfassende Kenntnisse über das Sportsponsoring und dessen Messbarkeit. Sie sind sowohl in der Lage Sponsoringkonzepte zielgruppengerecht anzufertigen, als auch maßgeschneiderte Konzepte für die Sponsorenakquise zu entwickeln. Hierbei nutzen Sie das Wissen um die verschiedenen Sponsoringmöglichkeiten, deren Chancen und Risiken sowie die vertraglichen Grundregeln. Die Studierenden entwickeln analytische und konzeptionelle Kompetenzen bei der Planung, Umsetzung und Evaluierung von Sponsoringprojekten und Sponsoringmaßnahmen.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 40, Methodenkompetenz: 20, Systemkompetenz: 30, Sozialkompetenz: 10</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketing" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester

Literaturangaben	<p>Bruhn, M. (2010). Sponsoring. Wiebaden: Gabler IGI/W Fachverlage GmbH.</p> <p>Nufer, G., & Bühler, A. (. (2013). In Marketing im Sport. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG.</p> <p>Falkenau, J. (2013). Sportsponsoring. Freiburg: Haufe Lexware GmbH & Co. KG.</p> <p>Sachse M. (2010): Negative Kommunikationseffekte von Sponsoring und Ambush-Marketing bei Sportgroßveranstaltungen Gabler Verlag/ Springer Fachmedien, Wiesbaden.</p> <p>Benz B. (2010): Optimiertes Management im Sportsponsoring: Die Auswahl des passenden Sponsorships als Instrument der Markenkommunikation, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.</p> <p>Sachse M. (2010): Negative Kommunikationseffekte von Sponsoring und Ambush-Marketing bei Sportgroßveranstaltungen Online-Quellen, Gabler Verlag/ Springer Fachmedien, Wiesbaden.</p> <p>Benz B. (2010): Optimiertes Management im Sportsponsoring: Die Auswahl des passenden Sponsorships als Instrument der Markenkommunikation, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.</p>
-------------------------	--

Modulbezeichnung	SWM 17.2.3: Sportstätten- und Eventmarketing
Modulverantwortliche(r)	Skadi Schuppan - Diplomsporllehrerin mit Schwerpunkt Sportmanagement
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur, Betrieb und Charakteristika der unterschiedlichen Sportstättenformen • Eventdefinition (Eventeigenschaften, Eventerfolg, Besonderheiten von Sportevents, Unterscheidung einmalige Events, wiederkehrende Events) • Eventstättenauswahl Strategie / Zielgruppenanalyse für verschiedene Events • Analyse aller Vermarktungsmöglichkeiten von Sportstätten und Events, Chancen und Risiken • Strategisches und operatives Marketing speziell für Sportstätten und Events (Marketingprozess, Marketingplanung und Umsetzung, Marketing-Mix) • Markenbildung und -führung • Vermarktungspotentiale und -risiken speziell in den Bereichen Nachhaltigkeit, Transport, Sicherheit und Ticketing
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten detaillierte Kenntnisse zur Vermarktung von Sportstätten und Events. Sie sind in der Lage zielgruppenorientierte, strategische und operative Marketingkonzepte zu erstellen und deren Umsetzung zu steuern. Sie erkennen die aus dem Betrieb und der Organisation einer Eventstätte und die aus den einzelnen Eventmanagementfeldern resultierenden Vermarktungschancen und -Risiken und können daraus die zu erfüllenden Aufgaben ableiten. Die Studierenden sind zudem befähigt, Konsequenzen für die Vermarktung aus Entscheidungen, die Gesamtorganisation betreffend, abzuleiten. Sie wissen um die in (Marketing)Verträgen beinhalteten Rechte und Pflichten und lassen dies in die Umsetzung einfließen. Ganzheitliches und flexibles Denken und Handeln werden gefördert.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 40, Methodenkompetenz: 20, Systemkompetenz: 30, Sozialkompetenz: 10</p>
ggf. Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketing" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Oliver Nickel (Hrsg.): Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele. 2. Auflage. Vahlen, München 2007</p> <p>Sigrun Erber: Eventmarketing. Erlebnisstrategien für Marken. München. 2009</p> <p>Axel Gundlach: Wirkungsvolle Live-Kommunikation. Wiesbaden. 2013</p> <p>Gerd Nufer: Event-Marketing und -Management. Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. 3. Auflage. Wiesbaden 2007</p> <p>Stephan Schäfer-Mehdi: Event-Marketing. 2. aktualisierte Auflage. Cornelsen, Berlin 2005</p> <p>Stefanie Zimmermann: Hospitality in Sportstätten: am Beispiel der SAP-Arena Mannheim. 2007</p>

Modulbezeichnung	SWM 17.2.4: Mediale Sportvermarktung
Modulverantwortliche(r)	n. n.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Mediale Sportvermarktung durch visuelle, auditive und interaktive Medien • Sportrechteerwerb und -agenturen • Mediaagenturen und Werbekunden • Sportübertragung im Öffentlich Rechtlichen Fernsehen durch duale Finanzierung vs. FreeTV und PayTV im deutschen Markt und europäischen Vergleich • Weitere Erlösquellen: PayPerViews, Call-Ins, Games, Sportwetten

Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden kennen die grundlegenden Zusammenhänge der medialen Sportvermarktung in Deutschland und in europäischen Nachbarländern. Sie kennen die Rolle und den Einfluss von Verbänden und Vereinen sowie die Relevanz von Einschaltquoten und vom gesetzlich definierten Auftrag der Informationsgrundversorgung.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Sie sind befähigt eigenständig Konzepte zum Erwerb und zur Vermarktung von Medienrechten zu entwickeln.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Die Teilnehmer reflektieren die Macht und Einflussmöglichkeiten der medialen Berichterstattung.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketing" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Nufer, G., & Bühler, A. (. (2013). In Marketing im Sport. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG.

Modulbezeichnung	SWM 17.2.5: Customer Relationship Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Helmke
Inhalte des Moduls	<p>Anwendung der verschiedenen Anwendungsbereiche des CRM auf den Bereich des Sports:</p> <ul style="list-style-type: none"> • operatives CRM • kommunikatives CRM • analytisches CRM
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die verschiedenen Möglichkeiten des IT-gesteuerten CRM. Sie können die Instrumente und Verfahren auf die spezifischen Anforderungen im Umfeld der Sportbranche übertragen und sind in der Lage, praxisorientierte Lösungen unter den speziellen Rahmenbedingungen von Sportvereinen, -verbänden und -unternehmen zu entwickeln. (Fach- und Methodenkompetenz) Sie erlernen einen unternehmensweiten, ganzheitlichen Einsatz.
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketing" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Helmke, Stefan; Uebel, Matthias; Dangelmaier, Wilhelm (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management, 5. Aufl. 2013 Hippner, Hajo; Hubrich, Beate, Wilde, Klaus D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl. 2011

Modulbezeichnung	SPM 17.3.1: Personalführung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Anton Hahne
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Human Resource Managements • Führungstheorien, -aufgaben und -techniken • Führungs- und Managementtheorien im Wandel der Zeit • Situationsgerechte Führung von Personen und Teams • Personalbeurteilung als Führungsaufgabe • Führung im Zusammenhang mit Personal- und Organisationsentwicklung
Qualifikationsziele des Moduls	<p><i>Fachbezogene Kompetenzen:</i> Die Studierenden verstehen die Grundfunktionen des Human Resource Managements. Sie erhalten einen Überblick über die wesentlichen Wirkmechanismen der Mitarbeiterführung, auch unter den spezifischen Rahmenbedingungen des Sports.</p> <p><i>Methodische Kompetenzen:</i> Sie werden in die Lage versetzt, fachliche und disziplinarische Führungsaufgaben einzuschätzen, zu planen, entsprechende Entscheidungen vorzubereiten und die Ausführung zu übernehmen.</p> <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Die Studierenden sind sich der besonderen Verantwortung von Führungskräften im Spannungsfeld zwischen den Zielen des (Sport)Unternehmens oder Vereins und den individuellen Zielen der Mitarbeiter im Unternehmen bewusst und verfügen über die notwendige Kompetenz, als Führungskräfte dementsprechend verantwortlich und situationsgerecht zu handeln.</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetportalen / Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen der Unternehmensführung" werden vorausgesetzt.

Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Personal, Organisation und Führung im Sport.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Reiner Bröckermann (2012): Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. 6. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Ralf Brand (2010): Sportpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Reiner Bröckermann (2011): Führungskompetenz. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Jürgen-Michael Reimer / Anton Hahne / Bernd Meyer-Eilers (Hrsg.) (2006): Führung im Wandel. Bern u.a.: Haupt Verlag.</p> <p>Hans J. Schneider / Hans Klaus (Hrsg.) (2008): Mensch und Arbeit. Handbuch für Studium und Praxis. 11.Aufl. Düsseldorf: Symposion Verlag.</p> <p>(Zur Anwendung kommt die jeweils neueste Auflage)</p>

Modulbezeichnung	SPM 17.3.2: Vereins- und Verbandsmanagement
Modulverantwortliche(r)	Jens Brämer, Dipl.-Kaufmann (Univ.)
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur und Charakteristika der unterschiedlichen Rechtsformen (Vereinen / Verbänden und Unternehmen) im Sport und deren Konsequenzen für das Management • Strukturen und Branchenumfeld im Amateur- und Profisport; Non-Profit-Organisationen und profitorientierte Organisationen und deren Eingliederungen in die Sportinfrastruktur Deutschlands • Interdependenz von Führung und sportlichem Erfolg- • Besonderheiten des Managements im Sport: Ehrenamt – Funktionen, Herausforderungen; Gemeinnützigkeit - Voraussetzungen und Grenzen • Übertragbarkeit der Grundsätze und Instrumente der Unternehmensführung und des Managements auf die Vereins- und Verbandsführung (strategisch und operativ)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse zum Aufbau und den Besonderheiten von Vereinen / Verbänden und Unternehmen im Sport. Sie kennen die Unterschiede zwischen Non-Profit und profitorientierten Organisationen / Unternehmen und sind befähigt, entsprechend der Rechtsform und der Besonderheiten im Sport differenzierte Führungs- und Managementmethoden abzuleiten und diese praktisch anzuwenden. (<i>Fach- und Methodenkompetenz</i>)</p> <p>Für die im Kontext des Sports, insbesondere im Umgang mit ehrenamtlich tätigen Mitarbeitern, notwendige Sozialkompetenz, erhalten die Studierenden zudem eine wichtige Basis. (<i>Fachübergreifende Kompetenzen</i>)</p>

ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnis der Inhalte des Moduls „Grundlagen der Unternehmensführung“ wird vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Personal, Organisation und Führung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL oder K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Göke, Stefan/Wirkes Thorsten: Führungssysteme für Sportvereine - Die Managementpraxis im deutschen Profisport; Erich Schmidt Verlag Keller, Christian: Steuerung von Fußballunternehmen: Finanziellen und sportlichen Erfolg langfristig gestalten; Erich Schmidt Verlag Schlesinger, Torsten/Egli, Benjamin/Nagel, Siegfried (2013): Bindung Ehrenamtlicher in Sportvereinen - Entwicklung eines Modells zur Analyse von Mitarbeiterentscheidungen in Kempf, Hippolyt/Nagel, Siegfried/Dietl, Helmut u.a.: Im Schatten der Sportwirtschaft - Arbeitskreis Sportökonomie Band 15; hofmann Verlag

Modulbezeichnung	SWM 17.3.3: Eventmanagement
Modulverantwortliche(r)	Skadi Schuppan - Diplomsporthelehrerin mit Schwerpunkt Sportmanagement
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagementmethoden (Strukturierung, Steuerung, Projektführung, Erfolgsfaktoren, Risikoanalyse- und Management, Priorisierung) • Problemlösungsstrategien, Zielsetzungen, Kontrolle – Messbarkeit des Projekterfolges • Budget- und Ressourcenplanung, Zeitmanagement • Eventmanagementfelder für Sport(groß)veranstaltungen und deren Charakteristika • Besonderheiten von Projekten im Sport (Ehrenamt, Gemeinnützigkeit, Finanzierung, Sportstruktur Deutschlands, „Massenkompetenz“)

Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten detaillierte Kenntnisse, um Projekte zu konzipieren, zu bearbeiten und erfolgreich durchführen zu können. Sie verstehen die Komplexität des Projekt-/ Eventmanagements und werden befähigt ziel- und lösungsorientiert Projekte in Teilprojekte zu unterteilen und diese koordiniert zum Gesamtkonzept zusammenzufügen. Die erworbene Projektmanagementkompetenz kann auf (Groß-) Events im Sport angewendet werden. Die Studierenden wissen um die besonderen Gegebenheiten im Sport und berücksichtigen diese in der Projektbearbeitung. Multitasking, koordiniertes und flexibles Agieren sowie Teamarbeit werden gefördert.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 50, Methodenkompetenz: 20, Systemkompetenz: 20, Sozialkompetenz: 10</p>
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien /Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung mit Beispielen aus dem Sportmanagement nebst Erläuterungen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen der Unternehmensführung" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Personal, Organisation und Führung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Ulrich Holzbaur: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 4. Auflage. Springer, Berlin 2010</p> <p>Christoph Klein: Eventmanagement in der Praxis. 2. Auflage. Interna, Bonn 2010</p> <p>Irmtraud Schmitt: Praxishandbuch Event Management. 3. Auflage. Wiesbaden 2012</p> <p>Dirk Güllemann: Veranstaltungsmanagement und Recht. Vertrags- und Haftungsfragen bei Veranstaltungen, Events, Messen und Ausstellungen. Luchterhand, Köln 2009</p> <p>Gerd Nufer: Event-Marketing und -Management. Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. 3. Auflage. Wiesbaden 2007</p> <p>Cornelia Zanger (Hrsg.): Events und Sport. Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wiesbaden. 2013</p>

Modulbezeichnung	SWM 17.3.4: Spezielles Sportrecht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Karsten Simoneit
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organisationsstrukturen im Sport</i> • <i>Vertiefung Vereins-, Gesellschafts- und Steuerrecht</i> • <i>Recht des Profisports</i> • <i>Recht der Sportveranstaltungen einschl. Sporthaftungs- und -versicherungsrecht</i> • <i>Sportmarketingrecht und Sponsoring</i> • <i>Staatliche, Verbands- und Schiedsgerichtsbarkeit</i>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden überblicken die rechtlichen Grundstrukturen des nationalen Sportrechts mit seinen verfassungsrechtlichen und europarechtlichen Bezügen. Sie kennen typische Organisationsstrukturen im Sport. (Fachkompetenz)</p> <p>Sie können sporttypische</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertragliche Gestaltungen identifizieren und bewerten, • Risiken der außervertraglichen Haftung erkennen • Rechtsprobleme mit juristischen Beratern kompetent erörtern (Fach- und Methodenkompetenz, Sozialkompetenz)
ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen "Grundlagen der Unternehmensführung" und "Grundlagen des Rechts / Recht im Sport" werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Personal, Organisation und Führung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Kontaktstudium, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	<p>Studienbrief</p> <p>Nolte/Horst, Handbuch Sportrecht, 1. Auflage 2009</p> <p>Haas/Martens, Sportrecht – eine Einführung in die Praxis, erste Auflage 2011</p> <p>Adolphsen/Nolte/Lehner/Gerlinger, Sportrecht in der Praxis, 1. Auflage 2012</p> <p>Partikel, Formularbuch für Sportverträge, 1. Auflage 2006</p>

Modulbezeichnung	SWM 17.3.5: Sportcentermanagement
Modulverantwortlicher	Holger Waßmuth- Diplomsporthelehrer u. Diplom-Betriebswirt (FH)
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Historische und aktuelle Entwicklungen des Fitnessmarktes • Kundengewinnung und Kundenbindung • Mitarbeiterführung und Mitarbeiterentwicklung • Faktoren der Standortentscheidung • Markenaufbau in der Fitnesswirtschaft • Networking • Controlling im Fitnessstudio
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Teilnehmer erlangen Kenntnisse über die unterschiedlichen Aufgabenfelder, die die Führung eines Fitnesscenters beinhalten. Sie lernen die bisher im Studium erworbenen allgemeinen Fähigkeiten in den Bereichen Mikroökonomie, Unternehmensführung, Controlling, Personalführung und Unternehmensberatung auf das konkrete Management eines Sportcenters zu übertragen.</p> <p>Die Schlüsselqualifikation besteht darin, die Situation eines bestehenden Betriebes mit Hilfe der im Studium im Allgemeinen und im Fach Sportcentermanagement im Speziellen erworbenen Kenntnisse zu analysieren und gegebenenfalls Vorschläge zur Optimierung zu machen.</p> <p>Dadurch erwerben Sie die erforderlichen Fähigkeiten, um eine gehobene Position in diesem Bereich erfolgreich ausüben zu können und sind in der Lage, die unternehmerischen Chancen und Risiken und auch die Option einer Existenzgründung sachgerecht zu bewerten.</p>
Ggf. Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur Eigenrecherche in einem Fitnessstudio der eigenen Wahl Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht und Vorträge und inhaltliche Gestaltung durch die Teilnehmer.
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul „Grundlagen der Unternehmensführung“ werden vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungswahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Personal, Organisation und Führung im Sport
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Vortrag und Präsentation der Ergebnisse einer Untersuchung eines Fitnessstudios der eigenen Wahl. Schwerpunkte der Untersuchung werden mit dem Dozenten im Vorfeld individuell besprochen.
Arbeitsaufwand	150 (8 h Kontaktstudium, 142 angeleitetes Selbststudium)
Leistungspunkte	6
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Literaturangaben	Studienbrief (wird mit dem Semesterpaket ausgehändigt) Deloitte Studie 2012

Modulbezeichnung:	PM 18 / 19: Praxisarbeit I und II
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden und Kenntnisse in der Praxis • Entwicklung und schriftliche Darstellung von Problemlösungskonzepten • Mitwirkung bei der praktischen Umsetzung der Konzepte
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden arbeiten selbständig oder zusammen mit Praktikern in ihrem Arbeitsumfeld oder im Rahmen ehrenamtlichen Engagements an betriebswirtschaftlichen Problemlösungen in speziellen Bereichen des Sportmanagements. Sie ordnen die praktischen Problemlösungen in den wissenschaftlichen Zusammenhang ein und dokumentieren ihre praktische Tätigkeit und Problemlösungskompetenz in jeweils einer Praxisarbeit.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Praxisarbeit, Präsentation im Kontaktstudium
Voraussetzungen für die Teilnahme/ Zulassung	keine
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodule im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement.
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	keine Begrenzung
Arbeitsaufwand	Jeweils 450 h (16 h Kontaktstudium, 434 h Praxisarbeit)
Leistungspunkte	Jeweils 18
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Dauer des Moduls	4 Semester (3. – 6. Studiensemester)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Teilnahme / Praxisarbeit (unbenotet)

Modulbezeichnung	PM 20: Bachelor Thesis
Inhalte des Moduls	Je nach Thema der Bachelor-Thesis
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden beherrschen die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens; sie sind in der Lage, ein betriebswirtschaftliches Problem aus dem Bereich des Sportmanagements mit wissenschaftlichen Methoden selbständig zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.
Sprache	Deutsch. Auf Antrag des Kandidaten kann die Bachelor- Thesis in einer anderen Sprache verfasst werden. In diesem Fall muss sie eine Zusammenfassung in deutscher Sprache enthalten (§ 15 Abs. 9 der Prüfungsordnung).
Lehr- und Lernformen	Schriftliche Abschlussarbeit und Referat mit anschließender Diskussion
Voraussetzungen für Teilnahme/Zulassung	Erwerb von mindestens 150 ECTS-Credits

Verwendbarkeit des Moduls	-----
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	-----
Arbeitsaufwand	300 Stunden
Leistungspunkte	12 CR
Angebotsturnus	Laufend
Dauer des Moduls	12 Wochen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bachelor-Thesis und Kolloquium (mündliche Verteidigung der Bachelor-Thesis)
Literatur	Je nach Thema der Bachelor-Thesis