

Modulbezeichnung

430-061 Marktforschung und Analyseinstrumente im Sportmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. André Bühler		
Dozent/in: Prof. Dr. André Bühler	Status: Professor	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art:

R

Lernziele

Die Studierenden sollen die Grundlagen der Marktforschung kennenlernen sowie mit den spezifischen Analyseinstrumenten im Sportmanagement vertraut gemacht werden.

Lerninhalte

1. Einführung in die Grundlagen der Marktforschung
2. Wichtige Marktforschungsbegriffe- und Konzepte
3. Spezifische Analyseinstrumente im Sportmanagement
4. Fallstudien und praktische Übungen

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung/Seminar

Literatur/Lehrmaterial

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, 3. Aufl., Berlin.