

Modulbezeichnung

430-060 Grundlagen des Sportmanagements

Organisation

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

Prüfungsleistungen

Art:

StA

Lernziele

Die Studierenden sollen die grundlegenden Konzepte, Modelle und Besonderheiten des Sportbusiness, insbesondere des Sportmanagements und Sportmarketings kennenlernen.

Lerninhalte

1. Einführung in die Sportwissenschaften
2. Einführung in die Sportökonomie
3. Die Besonderheiten des Sportbusiness und des Sportmanagements
4. Grundlegende Konzepte und Modelle im Sportmanagement

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung

Literatur/Lehrmaterial

Daumann, Frank (2019): Grundlagen der Sportökonomie, 3. Aufl., Stuttgart.

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.

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.

Modulbezeichnung

430-062 Forschungsprojekt im Sportmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. André Bühler		
Dozent/in: Prof. Dr. André Bühler	Status: Professor	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art:

StA

Lernziele

Die Studierenden sollen innerhalb eines Semesters ein eigenes Forschungsprojekt zu sportmanagement-relevanten Fragestellungen durchführen und einen eigenen Forschungsreport erstellen.

Lerninhalte

1. Themenfindung
2. Generierung von Forschungsfragen
3. Planung einer sinnvollen Methodik und Durchführung der Datenerhebung
4. Analyse, Interpretation und Ergebnispräsentation

Lehr-/Lernmethoden

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.