

Modulhandbuch



Stand: Mai 2020

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Grundlagen des Sportbusiness <ul style="list-style-type: none"> 6 ECTS, 2 Präsenztage, StA Inhalt: Einführungsveranstaltung MBA, Einführung Sportökonomie, Akteure und Besonderheiten des Sportbusiness 	Sportmanagement <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 2 Präsenztage, StA Inhalt: Grundlagen des modernen Sportmanagements 	Trendthemen im General Management & Sportmanagement I <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 5 Präsenztage, StA Trendthemen General Management: z.B. Digitalisierung; Corporate Social Responsibility; Interkulturelles Management Trendthemen Sportmanagement: z.B. Social Media Marketing und Neuromarketing; Strat. Internationalisierung und E-Sports 	Masterarbeit <ul style="list-style-type: none"> 30 ECTS Vorbereitungsseminar zur Masterarbeit (1 Präsenztage) Anfertigung der Masterarbeit zu einem Thema mit Bezug zu General Management, Leadership oder Sportmanagement (die Bearbeitungszeit beträgt vier Monate)
Grundlagen des General Management <ul style="list-style-type: none"> 6 ECTS, 8 Präsenztage, K90 Inhalt: Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling; Marketing Management; Human Resource Management; Organisation und Change Management 	Sportmarketing <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 2 Präsenztage, StA Inhalt: Grundlagen des modernen Sportmarketings & Sportsponsorings 		
Ökonomie & Recht <ul style="list-style-type: none"> 6 ECTS, 4 Präsenztage, K90 Inhalt: Mikro- und Makroökonomie; Wirtschafts-, Sport- und Vereinsrecht 	Strategische Unternehmensführung <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 2 Präsenztage, K60 Inhalt: Konzepte und Modelle der strateg. Unternehmensführung 	Trendthemen im General Management & Sportmanagement II <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 5 Präsenztage, StA Trendthemen General Management: z.B. Dienstleistungsmanagement; Gesundheitsmanagement Trendthemen Sportmanagement: z.B. Ambush Marketing und Guerilla Marketing; Ethik im Sportgmt; Sport und Medien 	
Leadership Skills <ul style="list-style-type: none"> 6 ECTS, 6 Präsenztage, StA Inhalt: Persönlichkeits- und Teamtraining (1. Sem.); Verhandlungsführung (2. Sem.); Präsentation & Moderation (3. Sem.) 	Business Research Methods <ul style="list-style-type: none"> 5 ECTS, 2 Präsenztage, StA Inhalt: Marktforschung und Consulting 	Excellence in Leadership & Sports Management <ul style="list-style-type: none"> 6 ECTS, flexible zeitliche Gestaltung, StA Exklusive Kamingespräche, Gastvorträge, Exkursionen und Eventbesuche 	
Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> 10 ECTS, 1 Präsenztage, StA Inhalt: Einführung in das Projektmanagement 	Praxisprojekt <ul style="list-style-type: none"> 20 ECTS, keine Präsenztage, StA Anfertigung einer Projektarbeit zu einem praxisrelevanten Themenbereich in den Bereichen Sportmanagement, General Management oder Leadership 		

General Management	Sportmanagement	Leadership Skills	Interdisciplinary Skills	Projektbasiertes Lernen
--------------------	-----------------	-------------------	--------------------------	-------------------------

Prüfungsleistungen: K90 = Klausur, 90 Minuten
K60 = Klausur, 60 Minuten
StA = Studienarbeit (Hausarbeit)

Modul 208-001	Grundlagen des Sportbusiness	1
Modul 208-002	Grundlagen des General Management	5
Modul 208-003	Ökonomie & Recht	15
Modul 208-004	Projektmanagement	21
Modul 208-005	Sportmanagement	24
Modul 208-006	Sportmarketing	27
Modul 208-007	Strategische Unternehmensführung	30
Modul 208-008	Business Research Methods	34
Modul 208-009	Praxisprojekt	38
Modul 208-010	Excellence in Leadership & Sports Management	41
Modul 208-011	Trendthemen Leadership & Sports Management I	45
Modul 208-012	Trendthemen Leadership & Sports Management II	51
Modul 208-013	Leadership Skills	56
Modul 208-014	Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit	63

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-001	Grundlagen des Sportbusiness

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
Die Studierenden können nach diesem Modul <ul style="list-style-type: none"> • die Sportökonomie als Teil der Sportwissenschaften definieren, • die Besonderheiten des Sportbusiness aufzeigen, • den Sportbusinessmarkt charakterisieren und mit Zahlen belegen, • die wesentlichen Modelle und Konzepte des Sportbusiness erläutern, • Themenstellungen und Fallstudien aus dem Sportbusiness bearbeiten.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: keine Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-005 Sportmanagement, Modul 208-006 Sportmarketing, Module 208-011 und 208-012 Trendthemen Leadership & Sports Management I & II, Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Im Sportbusiness wird der Aspekt der Nachhaltigkeit immer wichtiger, da auch Sportorganisationen und Sportevents immer nachhaltiger wirtschaften sollten.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	6	2
Workload		
6 ECTS-Punkte x 25 = 150	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
12% (24 UE)	44%	44%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-001	Grundlagen des Sportbusiness

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-001	Grundlagen des Sportbusiness

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Sportökonomie als Teil der Sportwissenschaften definieren, • die Besonderheiten des Sportbusiness aufzeigen, • den Sportbusinessmarkt charakterisieren und mit Zahlen belegen, • die wesentlichen Modelle und Konzepte des Sportbusiness erläutern, • Themenstellungen und Fallstudien aus dem Sportbusiness bearbeiten. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sportwissenschaften • Einführung in die Sportökonomie • Die Besonderheiten des Sportbusiness • Grundlegende Konzepte und Modelle im Sportbusiness • Marktüberblick Sportbusiness • Case Study • Wissenschaftliches Arbeiten 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
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.			
Theisen, Manuel (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München.			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Deutsch
Workload				
150		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
12% (24 UE)		44%		44%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-002	Grundlagen des General Management

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erlangen aktuelle betriebswirtschaftliche und management-relevante Kenntnisse. • Die Studierenden können die Bedeutung der Managementgrundlagen für erfolgreiches Leadership- und Sportmanagement erkennen. • Konzepte modernen Managements können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Organisationen im und außerhalb des Sports transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltungen
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: keine Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Für einige der hier behandelten betriebswirtschaftlichen Fächer (z.B. Marketing Management) ist der Nachhaltigkeitsaspekt ein wichtiges Thema.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur 90 Minuten	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	6	8
Workload		
6 ECTS-Punkte x 25 = 150	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
48% (96 UE)	26%	26%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-002	Organisation und Change Management
208-002	Marketing Management
208-002	Human Resource Management
208-002	Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-002	Organisation und Change Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • moderne Ansätze der Organisationstheorie beschreiben, erläutern und auf die Erfordernisse von Organisationen transferieren • komplexe Probleme durch die Anwendung moderner Arbeitsmethoden lösen • den Unterschied zwischen Change und Transformation beschreiben und erläutern, • Change- und Transformationsprojekte planen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst	X		
Sozial	X	X	
Inhalte			
Organisation <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Organisationstheorie • Begriffsabgrenzung und Definition von verschiedenen Organisationsformen • Modelle und Konzepte moderner Organisationsformen • Komplexitätsbewältigung durch neue Arbeitsmethoden Change Management <ul style="list-style-type: none"> • Formen von Wandel • Begriffsabgrenzung und Definition Change- / Transformationsmanagement • Klassische Fehler und Widerstände in Veränderungen • Change- und Transformations-Prozesse / Tools 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung, Diskussionen, Workshop			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Praxisbeispielen, Reflexion der Inhalte, Anwendung von verschiedenen Kreativmethoden			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Fiedler, R. (2013): Organisation Kompakt; 3. Auflage			
Große, H.; Tillmanns-Estorf, B. (2018): Tasks & Teams; 1. Auflage			
Lewrik, M. (2018): Design Thinking: Radikale Innovationen in einer digitalisierten Welt; 1. Auflage			
Graf, N. (2017): Agiles Lernen: Neue Rollen, Kompetenzen und Methoden im Unternehmenskontext; 1. Auflage			
Häusling, A. (2017): Praxisbuch Agilität 1. Auflage			
Hofert, S.; Thones, C. (2019): Der agile Kulturwandel: 33 Lösungen für Veränderungen in Organisationen; 1. Auflage			
Herrero, L. (2008): Viral Change: The Alternative to Slow, Painful and Unsuccessful Management of Change in Organisations; 1. Auflage			
Bormann, H.; Bormann, G.; Benfer, M. (2019): Change durch Co-Creation: So verdoppeln Sie den Erfolg Ihrer Transformationsprojekte; 1. Auflage			

Besonderes

Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele aus der Organisationsentwicklung und Change Management

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Deutsch
Workload				
37,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
48% (24 UE)		26%		26%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-002	Marketing Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Marketing Managements für das moderne Sportmanagement aufzeigen, • die Grundlagen des Marketing Managements beschreiben, erläutern und bewerten, • relevante Probleme von Sportorganisationen mithilfe der Konzepte des Marketing Managements lösen • Transfer der Konzepte und Theorie in die Praxis 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X		
Selbst	X		
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Definitionen und Begriffsabgrenzungen im Marketing Management • Grundlagen des Marketing Management Prozesses • Marketingstrategien • Marketinginstrumente (4Ps) 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan (2017): Marketing 4.0. Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft, Frankfurt (Campus Verlag)			
Nufer, Gerd / Bühler, André (2013): Marketing im Sport – Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred (2015): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele. 12., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden (Springer Gabler)			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Englisch
Workload				
37,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
48% (24 UE)		26%		26%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-002	Human Resource Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Human Resource Management für das moderne Sportmanagement aufzeigen, • die Grundlagen des Human Resource Management beschreiben, erläutern und bewerten, • relevante Probleme von Sportorganisationen mithilfe der Konzepte des Human Resource Management lösen • Transfer der Konzepte und Theorie in die Praxis 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X		
Selbst	X		
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Definitionen und Begriffsabgrenzungen im Human Resource Management • Haltung und Führung • Digitalisierung im HRM 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Miebach, Bernhard (2016): Handbuch Human Resource Management: Das Individuum und seine Potentiale für die Organisation, Wiesbaden (Springer)			
Rowold, Jens (2015): Human Resource Management: Lehrbuch für Bachelor und Master, Wiesbaden (Springer)			
Weibler, Jürgen (2016): Personalführung, München (Vahlen)			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Englisch
Workload				
37,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
48% (24 UE)		26%		26%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-002	Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung des Rechnungswesens, der Finanzierung und des Controllings für das moderne Sportmanagement aufzeigen, die Grundlagen des Rechnungswesens, der Finanzierung und des Controllings beschreiben, erläutern und bewerten und so die Wirkungen von Geschäftsvorfällen auf den Jahresabschluss bzw. die betrieblichen Entscheidungen analysieren, einzelne Sachverhalte in Jahresabschlüsse von Profifußballunternehmen analysieren und anhand geeigneter Kennzahlen bewerten 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System			
Selbst	X	X	X
Sozial			X
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Definitionen und Begriffsabgrenzungen Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling Grundlagen der Finanzbuchführung und des handelsrechtlichen Jahresabschlusses Allgemeine Finanzierungsmodelle, -konzepte und -formen Controlling als Planungs-, Steuerungs- und Informationssystem Besonderheiten der Bilanzierung im Profifußball 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
<ul style="list-style-type: none"> Buchholz, R. (2019): Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: Mit Aufgaben und Lösungen, 10. Auflage, München (Vahlen Verlag) Müller, S., Serfas, S. (2017): Bilanzierung im Profifußball: Ansatz und Bewertung von Spielerwerten nach IFRS, inkl. Darstellung der Unterschiede nach HGB, Hamburg (Tredition Verlag) Nufer, Gerd / Bühler, André (2012): Management im Sport – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin (Erich Schmidt Verlag) Weber, J.; Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Auflage, Stuttgart (Schäffer-Poeschel Verlag) 			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Deutsch
Workload				
37,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit	
48% (24 UE)		26%	26%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-003	Ökonomie & Recht

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen aktuelle Kenntnisse in den Bereichen Mikro- und Makroökonomie sowie Sport- und Vereinsrecht. Die Studierenden können die Bedeutung ökonomischer und rechtlicher Aspekte für erfolgreiches (Sport)Management erkennen. Konzepte der Ökonomie und des Rechts können von den Studierenden auf die Erfordernisse von (Sport)Organisationen transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltungen
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: keine Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 207-013 Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Um (Sport)Organisationen professionell und nachhaltig zu entwickeln, sind grundlegende Kenntnisse im Bereich der Ökonomie und des Rechts hilfreich.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur 90 Minuten	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	6	4
Workload		
6 ECTS-Punkte x 25 = 150	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
24% (48 UE)	38%	38%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-003	Mikro- und Makroökonomie
208-003	Sport- und Vereinsrecht

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-003	Mikro- und Makroökonomie

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Denkweisen der mikro- und makroökonomischen Theorie verstehen • aus mikro- und makroökonomischen Theorien wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen ziehen • mikro- und makroökonomische Theorien für das Sportmanagement anwenden können 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	X
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Funktionsweise von Märkten • Arbeitsteilung als Grundlage des Wohlstandes • Marktversagen und wirtschaftspolitische Eingriffe • Gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht • Fiskal- und Geldpolitik • Offene Volkswirtschaften • Wirtschaftswachstum und Wohlstand 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Bofinger, Peter; Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. 4. Auflage Hallbergmoos 2015			
Bofinger, Peter; Mayer, Eric; Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Das Übungsbuch. 3. Auflage, Hallbergmoos 2015			
Daumann, Frank, Grundlagen der Sportökonomie, 2. Auflage, München 2015			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Deutsch
Workload				
75		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
24% (24 UE)		38%		38%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-003	Sport- und Vereinsrecht

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<p>Die Studierenden können und kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des Vereinsrechts, • die unterschiedlichen Zweige der Sportgerichtsbarkeit und die relevanten rechtsstaatlichen Prinzipien in solchen Verfahren, • die Überprüfungsmöglichkeiten staatlicher Gerichte und den sog. „Eilrechtsschutz“, • die typischen Konfliktlagen im Profisport, • die rechtlichen Grundlagen der Vermarktung im Profisport sowie die Beteiligten an der Vermarktung und deren Interessen. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	X
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Vereinsrechts • Sportgerichtsbarkeit • Eilrechtsschutz • Konfliktlagen im Profisport • Rechtliche Grundlagen zur Vermarktung 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Skript mit Literaturliste</p> <p>Literaturempfehlungen: Sportrecht in der Praxis, Adolphsen, Nolte, Lehner, Gerlinger (Hrsg.), 2011, Stuttgart (Kohlhammer) Handbuch Vereins- und Verbandsrecht, Schimke, Dauernheim (Hrsg.), 14. Aufl. 2018, Köln (Luchterhand Verlag) Praxishandbuch Sportrecht, Fritzsche / Pfister / Summerer (Hrsg.), 4. Auflage 2020 (im Erscheinen begriffen), München (Verlag C.H.BECK) Sportstrafrecht, Cherkeh, Momsen, Orth (Hrsg.), 2020 (im Erscheinen begriffen), München (Verlag C.H.BECK)</p>			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Rechtsprechung und Entwicklungen in der Gesetzgebung / Regeländerungen der Verbände			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	1	Deutsch
Workload				
75		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
24% (24 UE)		38%		38%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-004	Projektmanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse im Bereich des Projektmanagements. Die Studierenden können die Bedeutung des Projektmanagements für erfolgreiches (Sport)Management erkennen. Konzepte des Projektmanagements können von den Studierenden auf die Erfordernisse von (Sport)Organisationen transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: keine Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-009 Praxisprojekt, Modul 207-013 Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Auch im Projektmanagement gibt es mittlerweile relevante Bezüge zur nachhaltigen Entwicklung, z.B. durch das virtuelle Projektmanagement, das Vor-Ort-Treffen und somit CO2-Emissionen reduziert.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	10	1
Workload		
10 ECTS-Punkte x 25 = 250	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
4% (12 UE)	48%	48%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-004	Einführung in das Projektmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-004	Einführung in das Projektmanagement

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung des Projektmanagements für modernes (Sport)Management aufzeigen, die Grundlagen des Projektmanagements beschreiben, erläutern und bewerten, relevante Probleme von (Sport)Organisationen mithilfe der Konzepte des Projektmanagements lösen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst	X	X	
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Definition Projekte und Projektmanagement Rollen und Teamentwicklung in Projektteams Vorstellung diverser Projektmanagementinstrumente (z.B. Projektstrukturplan, Zeitablaufpläne, Kostenpläne) Projektcontrolling Trends im Projektmanagement 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen: Kerzner, H. (2013): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, Hoboken (Jon Wiley & Sons) Timinger, Holger (2017): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, Weinheim (Wiley-VCH)			
Besonderes			
Vorbereitende Lehrveranstaltung in Bezug auf das Praxisprojekt im 2. Semester			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	1	Deutsch
Workload				
250		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
4% (12 UE)	48%		48%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-005	Sportmanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen aktuelle Kenntnisse im Bereich des modernen Sportmanagements. Die Studierenden können die Bedeutung der Konzepte und Modelle für modernes Sportmanagement erkennen. Konzepte modernen Sportmarketings können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Sportorganisationen transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: Modul 208-001 Grundlagen des Sportbusiness Zeitgleich: Modul 208-006 Sportmarketing Nachgelagert: Module 208-011 und 208-012 Trendthemen Leadership & Sports Management I & II, Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Im modernen Sportmanagement spielt die nachhaltige Entwicklung von Sportorganisationen, Sportwettbewerben und Sportevents eine immer größere Rolle.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	2
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-005	Sportmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-005	Sportmanagement

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des Sportmanagements beschreiben, • zentrale Probleme in der Sportmanagementpraxis aus sportökonomischer Sicht erläutern und bewerten, • sportökonomische Konzepte auf Sportmanagementprobleme transferieren. • können mit Hilfe des sportökonomischen Instrumentariums im Gruppenrahmen kritisch diskutieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Sportmanagement • Management von Sportligen und Sportwettbewerbe • Management von Sportmegaevents • Management der Zuschauernachfrage • Management des Freizeit- und Breitensports 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Outline mit Literaturliste und Foliensammlung			
Literaturempfehlungen:			
Deutscher, C. Hovemann, G., Pawlowski, T. & Thieme, L. (2016). <i>Handbuch Sportökonomik</i> . Schorndorf: Hofmann.			
Downward, P., Frick, B., Humphreys, B. R., Pawlowski, T., Ruseski, J. & Soebbing, B. P. (2019). <i>The SAGE Handbook of Sports Economics</i> . Thousand Oaks (California): SAGE Publications Ltd			
Nufer, G. & Bühler, A. (2012): <i>Management im Sport – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie</i> (3. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt Verlag.			
Pawlowski, T. (2014). <i>Sportökonomik - Einführung kompakt</i> . Konstanz und München: UVK.			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	2	Englisch
Workload				
125		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
14% (24 UE)	43%		43%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-006	Sportmarketing

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erlangen aktuelle Kenntnisse im Bereich des modernen Sportmarketings. • Die Studierenden können die Bedeutung des Sportmarketings für erfolgreiches Sportmanagement erkennen. • Konzepte modernen Sportmarketings können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Sportorganisationen transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	<p>Vorgelagert: Modul 208-001 Grundlagen des Sportbusiness</p> <p>Zeitgleich: Modul 208-005 Sportmanagement</p> <p>Nachgelagert: Module 208-011 und 208-012 Trendthemen Leadership & Sports Management I & II, Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Im modernen Sportmarketing spielt die nachhaltige Entwicklung von Sportorganisationen und Sportevents eine immer größere Rolle.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	2
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-006	Sportmarketing

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-006	Sportmarketing

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Sportmarketings für modernes Sportmanagement aufzeigen, • die Grundlagen des Sportmarketings beschreiben, erläutern und bewerten, • Konzepte des Marketing Managements auf das Sportmarketing transferieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Sportmarketing • Begriffsabgrenzung und Definitionen • Modelle und Konzepte des Sportmarketings • Einführung in die Grundlagen- und Trendthemen des Sportmarketings • Sportsponsoring 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Bühler, André / Nufer, Gerd (2014): International Sports Marketing – Principles and Perspectives, Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
Daumann, Frank / Römmelt, Benedikt (2015): Marketing und Strategie im Sport, Konstanz/München (UVK)			
Freyer, Walter (2018): Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
Nufer, Gerd / Bühler, André (2013): Marketing im Sport – Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	2	Deutsch
Workload				
125		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
14% (24 UE)	43%		43%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-007	Strategische Unternehmensführung

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der strategischen Unternehmensführung für das moderne (Sport)Management aufzeigen, • die Grundlagen der strategischen Unternehmensführung beschreiben, erläutern und bewerten, • relevante Probleme von (Sport)Organisationen mithilfe der Konzepte der strategischen Unternehmensführung lösen.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: Modul 208-002 Grundlagen des General Management Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
<p>Professioneller Strategieentwicklung kommt auf Märkten mit verschärftem Wettbewerb eine besondere Bedeutung zu. Im Vordergrund stehen hier ökonomische Aspekte der Nachhaltigkeit. Strategiebildung, die die Zielerreichung fördert, erleichtert und umsetzt, leistet einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Qualität von unternehmerischen Entscheidungen und Strategien. Damit wird die Förderung von Innovationen und organisatorischem Wandel verbessert.</p> <p>Normatives Management behandelt die zentralen Werte der Unternehmensführung. Dabei stehen Fragen der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens (CSR, Corporate Social Responsibility) und damit des nachhaltigen Wirtschaftens im Mittelpunkt</p>

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Klausur 60 Minuten	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	2
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-007	Strategische Unternehmensführung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-007	Strategische Unternehmensführung

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Kenntnisse hinsichtlich strategischer Unternehmensführung erlangen den Transfer theoretischer Modelle auf konkrete Probleme vornehmen die Bedeutung einer Vision für die Strategie eines Unternehmens kennen und an Praxisbeispielen aufzeigen die unterschiedlichen Dimensionen gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen (CSR) verstehen und eigenständig beurteilen Strategische Instrumente beschreiben, erläutern, bewerten, anwenden Ablaufphasen der Strategieentwicklung unterscheiden Strategisches Management verstehen als Balance zwischen wertebasiertem und auf Wertsteigerung / Werterhalt gerichtetem Handeln 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	X
Selbst	X		
Sozial	X		
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Einführung und Grundzusammenhänge Normative Managementebene 1: Grundlagen Normative Managementebene 2: Bausteine Strategische Programme 1: Grundlagen Strategische Programme 1: Analyse Strategische Programme 2: Findung Strategische Programme 3: Bewertung Strategieumsetzung und strategisches Controlling Hidden Champions 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Ausgewählte Literaturempfehlungen (jeweils in der neuesten Auflage):			
Coenenberg, A. G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Auflage, Stuttgart 2007			
Drucker, P. F.: Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, 3. Auflage, Berlin 2005			
Gigerenzer, G.: Bauchentscheidungen, 6. Auflage, München 2007			
Rüegg-Stürm, Johannes: Das neue St. Galler Management-Modell, 2., durchgesehene Auflage, Bern, Stuttgart, Wien 2002			
Simon, H.: Hidden Champions des 21. Jahrhunderts, Frankfurt/New York 2007			

Besonderes
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	2	Deutsch
Workload				
125		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)		43%		43%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-008	Business Research Methods

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung und Vertiefung des Marketing-Wissens um den Prozess der Marktforschung. • Unmittelbare Anwendung der erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen von Praxis-Projekten aus dem Sportmarketing.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele, ggf. Gastvortrag

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	<p>Vorgelagert: Modul 208-002 Grundlagen des General Management</p> <p>Zeitgleich: keine</p> <p>Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Im modernen Sportmarketing spielt die nachhaltige Entwicklung von Sportorganisationen und Sportevents eine immer größere Rolle.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	2
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-008	Business Research Methods

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-008	Business Research Methods

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung moderner Business Research Methods für das moderne (Sport)Management aufzeigen, • ihr Marketing-Wissen um den Prozess der Marktforschung erweitern und vertiefen, • relevante Probleme von (Sport)Organisationen mithilfe der Methoden der Marktforschung lösen. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X		
Selbst	X		
Sozial	X	X	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marktforschung • Datenerhebung • Datenanalyse • Ergebnispräsentation und Consulting 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Diskussionen • Eigenverantwortliche Projektarbeit in Kleingruppen • Praxis-Beispiele, Testfragen, Übungsaufgaben 			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Backhaus, Klaus / Erichson, Bernd / Plinke, Wulff / Weiber, Rolf (2018): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Aufl., Berlin u.a.			
Fantapíe Altobelli, Claudia (2017): Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 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, Berlin.			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele, ggf. Gastvortrag			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	2	keine	2	Deutsch
Workload				
125		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)		43%		43%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-009	Praxisprojekt

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte des Projektmanagements können von den Studierenden auf die Erfordernisse von (Sport)Organisationen transferiert werden. • Die Studierenden können eigenständige Projekte im Bereich Sportmarketing durchführen.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	Teilnahme am Modul 208-004 Projektmanagement
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: Modul 208-004 Projektmanagement Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-009 Praxisprojekt, Modul 207-013 Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Auch im Projektmanagement gibt es mittlerweile relevante Bezüge zur nachhaltigen Entwicklung, z.B. durch das virtuelle Projektmanagement, das Vor-Ort-Treffen und somit CO2-Emissionen reduziert.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	2 Semester (2. & 3. Sem)
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	20	-
Workload		
20 ECTS-Punkte x 25 = 500	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
-	50%	50%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-009	Projektmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-009	Praxisprojekt

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> eine relevante Problemstellung im Bereich Sportmarketing identifizieren, einen Plan zur Lösung dieser Problemstellung erarbeiten, mithilfe von Projektmanagementinstrumenten eigenständig ein Projekt bearbeiten. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	X
Selbst	X	X	X
Sozial	X	X	
Inhalte			
Idealerweise in Kooperation mit dem/einem Unternehmen soll ein reales Fallprojekt über zwei Semester bearbeitet und die im Modul 208-004 (Projektmanagement) vermittelten Projektmanagement-Tools angewandt werden. Hoher zeitlicher Eigenanteil der Studierenden.			
Lehr-/Lernformen			
Eigenständige Projektbearbeitung			
Lehr-/Lernmethoden			
Eigenständige Projektbearbeitung			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript Modul 208-004			
Literaturempfehlungen: Kerzner, H. (2013): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, Hoboken (Jon Wiley & Sons) Timinger, Holger (2017): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, Weinheim (Wiley-VCH)			
Besonderes			
Eigenständige Bearbeitung eines Projekts			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	-	keine	2-3	Deutsch
Workload				
500		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
-	50%		50%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-010	Excellence in Leadership & Sports Management

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • in denen von ihnen erlebten Gastvorträgen, Kaminabenden, Events und Exkursionen Beispiele für exzellentes Leadership und Sportmanagement identifizieren und reflektieren, • diese Beispiele auf sich und ihre tägliche Arbeit transferieren, • diese Beispiele für sich und ihre eigene (Sport)Organisationen anwenden. • ihre Ausführungen nachvollziehbar und stringent begründen und argumentieren.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Gastvorträge, Kaminabende, Events, Exkursionen

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: Modul 208-001: Grundlagen des Sportbusiness Zeitgleich: keine Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
In den Gastvorträgen, Kaminabenden, Events und Exkursionen kommen immer wieder Aspekte der nachhaltigen Entwicklung als eines der Trendthemen des modernen (Sport)Managements zur Sprache.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	2 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	6	2
Workload		
6 ECTS-Punkte x 25 = 150	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
10%	45%	45%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-010	Excellence in Leadership & Sports Management

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-010	Excellence in Leadership & Sports Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • in denen von ihnen erlebten Gastvorträgen, Kaminabenden, Events und Exkursionen Beispiele für exzellentes Leadership und Sportmanagement identifizieren und reflektieren, • diese Beispiele auf sich und ihre tägliche Arbeit transferieren, • diese Beispiele für sich und ihre eigene (Sport)Organisationen anwenden. • ihre Ausführungen nachvollziehbar und stringent begründen und argumentieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X		
System	X		
Selbst	X	X	X
Sozial	X	X	X
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Gastvorträge und Kaminabende von/mit unterschiedlichen Funktionsträgern/Repräsentanten von (Sport)Organisationen • Events und Vortragsveranstaltungen im Rahmen der VfB Stuttgart Akademie • Exkursionen zu (Sport)Organisationen bzw. (Sport)Events im Rahmen der VfB Stuttgart Akademie 			
Lehr-/Lernformen			
Gastvorträge, Kaminabende, Events und Exkursionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Interaktive Gastvorträge und Exkursionen mit Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Literaturempfehlungen:			
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 			
Besonderes			
Teilweise exklusive Events und Vortragsveranstaltungen der VfB Stuttgart Akademie			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
		keine	2 & 3	Deutsch/Englisch
Workload				
150		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
10%		45%		45%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-011	Trendthemen Leadership & Sports Management I

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen aktuelle Trendthemen des Leadership Management kennen. Die Studierenden lernen aktuelle Trendthemen des Sportmanagements kennen. Die Studierenden können die Bedeutung der Trendthemen für erfolgreiches Leadership- und Sportmanagement erkennen. Konzepte der Trendthemen können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Organisationen im und außerhalb des Sports transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltungen
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	<p>Vorgelagert: Modul 208-001 Grundlagen des Sportbusiness, Modul 208-002 Grundlagen des General Management</p> <p>Zeitgleich: Modul 208-012 Trendthemen Leadership & Sports Management II</p> <p>Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Die nachhaltige Entwicklung selbst ist ein Trendthema des Leadership- und Sportmanagements und daher ein wichtiger Aspekt in diesem Modul.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	5
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-011	Guerilla und Ambush Marketing
208-011	Event-Marketing und -Management

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-011	Guerilla und Ambush Marketing

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Marketing-Kenntnisse • Erweiterung der Marketing-Kenntnisse um Ansätze der klassischen und nicht-klassischen Marketing-Kommunikation • Die erworbenen theoretischen Marketing-Kenntnisse werden durch die Bearbeitung von praktischen Fallstudien unmittelbar angewendet 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X		
Selbst	X		
Sozial	X	X	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Erkenntnisse aus der Werbewirkungsforschung • Marketing-Kommunikation below the line • Guerilla Marketing • Ambush Marketing 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Diskussionen • Fallstudien-Arbeit in Kleingruppen mit Ergebnispräsentation 			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Skript mit Literaturliste</p> <p>Literaturempfehlungen:</p> <p>Levinson, Jay Conrad (2018): Guerilla Marketing des 21. Jahrhunderts. Clever werben mit jedem Budget, 3. Aufl., Frankfurt/New York.</p> <p>Nufer, Gerd (2018): Ambush Marketing im Sport. Grundlagen – Best Practice – Evaluation, 2. Aufl., Berlin.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin.</p>			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	3	Deutsch
Workload				
62,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (12 UE)		43%		43%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-011	Event-Marketing und -Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Marketing-Kenntnisse • Erweiterung der Marketing-Kenntnisse um neue, innovative Ansätze aus dem Sport- und Event-Business • Die erworbenen theoretischen Marketing-Kenntnisse werden durch die Bearbeitung von praktischen Fallstudien unmittelbar angewendet 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X		
Selbst	X		
Sozial	X	X	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Event-Marketing • Event-Management 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Diskussionen • Fallstudien-Arbeit in Kleingruppen mit Ergebnispräsentation 			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Skript mit Literaturliste</p> <p>Literaturempfehlungen:</p> <p>Nufer, Gerd (2012): Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen, 4. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, André (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur, Konzepte – Fallbeispiele – Trends, Berlin.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin.</p> <p>Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin.</p>			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	3	Deutsch
Workload				
62,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (12 UE)		43%		43%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-012	Trendthemen Leadership & Sports Management II

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen aktuelle Trendthemen des Leadership Management kennen. • Die Studierenden lernen aktuelle Trendthemen des Sportmanagements kennen. • Die Studierenden können die Bedeutung der Trendthemen für erfolgreiches Leadership- und Sportmanagement erkennen. • Konzepte der Trendthemen können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Organisationen im und außerhalb des Sports transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltungen
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	<p>Vorgelagert: Modul 208-001 Grundlagen des Sportbusiness, Modul 208-002 Grundlagen des General Management</p> <p>Zeitgleich: Modul 208-011 Trendthemen Leadership & Sports Management I</p> <p>Nachgelagert: Modul 208-014 Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit</p>
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Die nachhaltige Entwicklung selbst ist ein Trendthema des Leadership- und Sportmanagements und daher ein wichtiger Aspekt in diesem Modul.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	5	5
Workload		
5 ECTS-Punkte x 25 = 125	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (24 UE)	43%	43%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-012	Management von Spitzenleistungen im Sport
208-012	Ethics and Sustainability Management

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-011	Management von Spitzenleistungen im Sport

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung und Unterschiede von Management und Leadership des für Organisationen im Spitzensport aufzeigen, die Grundsätze und Aufgaben wirksamer Führung beschreiben, erläutern und bewerten, Konzepte des strategischen und Systemorientierten Managements und auf das Komplexe Sportsystem transferieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Managementmodelle Transaktionale und transformationale Führung Wirksame Teamführung Strategisches und systemisches Management im Porofessionellen Teamsport Management Komplexer Systeme „Bracktisches „Management von sportlichen Spitzenleistungen 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Nufer, Gerd / Bühler, André (2012): Management im Sport – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
Malik, Fredmund (2006): Führen, Leisten, Leben: Wirksames Management für eine neue Zeit. Frankfurt: Campus-Verlag			
Brack, R. (2005). Erfolg im professionellen Mannschaftsport: Der Beitrag von Trainings- und Managementlehre. Trainingswissenschaft : Facetten in Lehre und Forschung ; Festschrift zur Verabschiedung von Prof. Dr. Manfred Letzelter, pp. S. 158-170.			
Brack, Rolf (2005): Erfolg im professionellen Mannschaftssport .Der Beitrag von Trainings- und Managementlehre. In: Burger, R. et al. (2005): Trainingswissenschaft - Facetten in Lehre und Forschung.. Niedernhausen:(Schors Verlag S. 158 -170.) Brack, R. (2005). Coaching. Handbuch Sportspiel, pp. S. 365-375.			
Brack, R. (2008): Kompetenz und Expertise von Sportspieltrainern. Sportspielkulturen erfolgreich gestalten : Beiträge vom 6. Sportspiel-Symposium der dvs vom 30. September bis 2. Oktober 2008 in Konstanz, pp. S. 49-63.			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	3	Deutsch
Workload				
62,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
14% (12 UE)		43%		43%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-011	Ethics and Sustainability Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • ethische Fragestellungen im Management Alltag erkennen • ethische Dilemma Situationen im Spannungsfeld Sport/Wirtschaft/Ethik analysieren • Lösungen anhand der erlernten theoretischen Grundlagen erarbeiten • Aspekte der Nachhaltigkeit und CSR in der Organisation und im Management integrieren 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X		x
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffe der Ethik und der Nachhaltigkeit • Analyse von Dilemma Situationen mit Hilfe der Theorie sozialer Funktionssysteme • Stärken und Schwächen (wirtschafts)ethischer Ansätze 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen: Nufer, Gerd / Bühler, André (2012): Management im Sport – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin (Erich Schmidt Verlag) Luetge, Chhristoph (2013), Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics, Netherlands (Springer)			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	3	Englisch
Workload				
62,5		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
14% (12 UE)	43%		43%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-013	Leadership Skills

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen grundlegende und moderne Aspekte des Leadership-Managements kennen. Die Studierenden können die Bedeutung der Leadershipaspekte für erfolgreiches Leadership- und Sportmanagement erkennen. Konzepte des Leaderships können von den Studierenden auf die Erfordernisse von Organisationen im und außerhalb des Sports sowie auf ihre eigenen Erfordernisse transferiert werden.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltungen
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei den Lehrveranstaltungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: keine Zeitgleich: Modul 208-010 Excellence in Leadership & Sports Management Nachgelagert: keine
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Modernes Leadership-Management berücksichtigt auch immer den Aspekt der nachhaltigen Entwicklung.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Studienarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	3 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	6	6
Workload		
6 ECTS-Punkte x 25 = 150	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
36% (72 UE)	32%	32%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-013	Persönlichkeits- und Teamtraining
208-013	Strategische Verhandlungsführung
208-013	Präsentation & Moderation

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-013	Persönlichkeits- und Teamtraining

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung von Persönlichkeits- und Teamtrainings für das moderne Sportmanagement aufzeigen, die Grundlagen des Persönlichkeits- und Teamtrainings beschreiben, erläutern und bewerten, relevante Probleme von Sportorganisationen mithilfe der Konzepte Persönlichkeits- und Teamtrainings lösen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X		
System			
Selbst	X	X	X
Sozial	X	X	X
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Aspekte des Team- und Persönlichkeitstrainings Erlebnispädagogische Konzepte Reflexion und Transfer 			
Lehr-/Lernformen			
Exkursion und persönliches Erleben in einem Outdoor-Camp			
Lehr-/Lernmethoden			
Eigenes Erleben unter Anleitung, Diskussionen, Reflexions- und Transferübungen			
Literatur/Lehrmaterial			
Literaturempfehlungen: -			
Besonderes			
Outdoorveranstaltung am Bodensee mit Hochseilgarten, Kanufahren, eigenständigem Erleben			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	keine	1	Deutsch
Workload				
50		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
36% (24 UE)		32%		32%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-013	Strategische Verhandlungsführung

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte der strategischen Verhandlungsführung beschreiben und diese auf Gespräche anwenden • Gesprächsführungen durch gezielte Techniken aufbauen, durchführen und durch ihr eigenes Verhalten beeinflussen • Verhandlungen analysieren und daraus Konsequenzen ziehen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst	X	X	
Sozial	X	X	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die strategische Verhandlungsführung • Begriffsabgrenzung und Definition • Modelle und Konzepte der strategischen Verhandlungsführung • Techniken zur konstruktiven Gesprächsführung • Exkurs: Interkulturelle Verhandlungsführung 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen: Roger Fisher, William Ury, Bruce M. Patton (2018): Das Harvard-Konzept. Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse – Erweitert und neu übersetzt, 3. Auflage, (Deutsche Vertragsanstalt (DVA)) C. G. Jung Bents, Richard Blank , Reiner Peter J Athmann, (1992): Der M.B.T.I (MTBI): Die 16 Grundmuster unseres Verhaltens nach C.G. Jung. Eine dynamische Persönlichkeitstypologie, Claudius Verlag (2000) Sigfried W. Kartmann (2005): Aktiv zuhören und clever fragen: Erfolgreiche Kommunikationstechniken für Führung und Verkauf, GABAL Verlag)			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	keine	2	Deutsch
Workload				
50		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
36% (24 UE)		32%		32%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-013	Präsentation & Moderation

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden können			
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Kommunikation und Führung verstehen • die Grundlagen der Präsentationstechnik anwenden • ihren Umgang mit unterschiedlichen Menschentypen situativ anwenden 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System			
Selbst		X	
Sozial			X
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Kommunikations-, Präsentations- und Moderationstechnik • Benützung verbaler und nonverbaler Elemente, Empathische Kommunikation • Umgang mit schwierigen Ansprechpartnern und in heiklen Situationen (Konfliktmanagement) • Die Emotionale Intelligenz als Basis für Zusammenarbeit und Menschenführung 			
Lehr-/Lernformen			
Unterricht und Diskussion			
Lehr-/Lernmethoden			
Interaktiver Unterricht, Präsentationen, individuelle und Gruppensimulationen			
Literatur/Lehrmaterial			
Skript mit Literaturliste			
Literaturempfehlungen:			
Gaspardo, N.: Von harten Hunden und hyperaktiven Affen. Der richtige Umgang mit Menschen im Beruf und Alltag, UVK Verlag, 2018			
Goleman, D.: Emotionale Intelligenz, München und Wien, 1996 und 2015, Suitable readings for learning purpose			
Watzlawick, P./Beavom, J.H./Jackson, D.: Menschliche Kommunikation, Formen, Störungen, Paradoxien, Bern, 1985			
Besonderes			
Differenzierter Umgang mit unterschiedlichen Charakteren, Passender Führungsstil			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	keine	3	Deutsch
Workload				
50		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
36% (24 UE)	32%		32%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
208-014	Wissenschaftliches Arbeiten & Masterarbeit

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele
Mit der Masterarbeit stellen die Studierenden ihre Fähigkeiten unter Beweis, eine komplexe Fragestellung innerhalb einer vorgegebenen Zeit selbständig zu bearbeiten, wissenschaftliche Erkenntnisse und geeignete Methoden anzuwenden, die fachlichen Zusammenhänge zu überblicken und die gewonnenen Erkenntnisse überzeugend und in übersichtlicher Form darzustellen.
Inhalte
Siehe Lehrveranstaltung
Lehr-/Lernformen
Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben bei der Lehrveranstaltung

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen des Studiengangs	Vorgelagert: alle Module Zeitgleich: keine Nachgelagert: keine
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Einzelne Masterarbeiten können sich inhaltlich auch der nachhaltigen Entwicklung von (Sport)Organisationen oder (Sport)Events widmen.

Prüfungsleistungen

Art und Dauer (min)	Anteil %
Masterarbeit	100

Organisation

Modulverantwortlicher		
Prof. Dr. André Bühler		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jährlich	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
Keine	30	1
Workload		
30 ECTS-Punkte x 25 = 750	Stunden mit der folgenden Aufteilung:	
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
1% (12 UE)	80%	19%

Ausgestaltung

Modulelemente	
208-014	Wissenschaftliches Arbeiten
208-014	Masterarbeit

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-014	Wissenschaftliches Arbeiten

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<p>In dieser Lehrveranstaltung werden die grundlegenden Schlüsselqualifikationen auf dem Gebiet des wissenschaftlichen Arbeitens aufgefrischt. Die in der Lehrveranstaltung vermittelten Kenntnisse bilden die Grundlage für zu erbringende wissenschaftliche Arbeiten in allen anderen Modulen, insbesondere für die Master Thesis.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Teilnehmer sind in der Lage, eigenständig eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen. Die Teilnehmer lernen für Recherchen und Analysen moderne Informationsquellen und Datenbanken zu nutzen. Die Teilnehmer sollen nach der Lehrveranstaltung in der Lage sein, kompetent gegenüber einem Fachpublikum wissenschaftliche Ergebnisse zu präsentieren und zu dokumentieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	
Selbst	X	X	X
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Allgemeine Einführung/Auffrischung Wissenschaftliches Arbeiten Vertiefung/spezifische Anforderungen an die Masterarbeit 			
Lehr-/Lernformen			
Vorlesung und Diskussionen			
Lehr-/Lernmethoden			
Interaktive Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Diskussionen			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Skript mit Literaturliste</p> <p>Literaturempfehlungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Brunner, Hans / Knitel, Dietmar / Resinger, Paul Josef (2015): Leitfaden zur Bachelor- und Masterarbeit: Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und berufsfeldbezogenes Forschen an Hochschulen und Universitäten, Marburg. Theisen, Manuel (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München. 			
Besonderes			
Berücksichtigung neuer Trends, Entwicklungen und Praxisbeispiele			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
	1	keine	4	Deutsch
Workload				
25		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
36% (12 UE)		32%		32%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung:

Code	Titel
208-014	Masterarbeit

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<p>Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe Fragestellung innerhalb einer vorgegebenen Zeit selbständig zu bearbeiten, wissenschaftliche Erkenntnisse und geeignete Methoden anzuwenden, die fachlichen Zusammenhänge zu überblicken und die gewonnenen Erkenntnisse überzeugend und in übersichtlicher Form darzustellen. Sie beherrschen einschlägige PC-Programme zur Datenanalyse, Textgestaltung, Bildverarbeitung und Präsentation.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	X	X	X
System	X	X	X
Selbst	X	X	X
Sozial	X		X
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl eines geeigneten Themas aus dem Bereich Leadership und/oder Sportmanagement • Selbständige Durchführung aller notwendigen Arbeiten und dazugehörige umfangreiche Recherche von Quellen • Präzise Dokumentation der Methodik • Dokumentation und Diskussion der Ergebnisse im Sinn der Anfertigung einer anwendungsorientierten wissenschaftlichen Abschlussarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zur Ergebnissicherung • Ableitung von praxisorientierten Schlussfolgerungen 			
Lehr-/Lernformen			
Eigenständige Bearbeitung			
Lehr-/Lernmethoden			
Eigenständige Bearbeitung			
Literatur/Lehrmaterial			
Besonderes			
Eigenständige Bearbeitung eines Themas nach wissenschaftlichen Kriterien			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
		keine	4	Deutsch/Englisch
Workload				
725		Stunden mit folgender Aufteilung:		
Präsenz/Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
-	100%		-	