



**WINGS-FERNSTUDIUM**  
AN DER HOCHSCHULE WISMAR

*macht  
erfolgreicher*

# Modulhandbuch



**ABSCHLUSS: BACHELOR  
FERNSTUDIUM  
SPORTMANAGEMENT (BSP)**

**Stand: 01.10.2021**

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>PM 1.1: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>3</b>
<b>PM 1.2: Mikroökonomische Grundlagen der Sportökonomie</b>	<b>5</b>
<b>PM 1.3: Sport und Gesellschaft</b>	<b>7</b>
<b>PM 1.4: Personalwirtschaft</b>	<b>9</b>
<b>PM 2.1: Ökonomie des Sports</b>	<b>11</b>
<b>PM 2.2: Buchführung und Bilanzierung / KLR</b>	<b>13</b>
<b>PM 2.3: Soft Skills I: Wissenschaftliches Arbeiten/ Präsentation</b>	<b>15</b>
<b>PM 2.4: Mathematische Grundlagen und Anwendungen</b>	<b>17</b>
<b>PM 3.1: Grundlagen der Finanzierung</b>	<b>19</b>
<b>PM 3.2: Einführung in die Steuerlehre/Steuern im Sport</b>	<b>21</b>
<b>PM 3.3: Statistische Methoden im Sportmanagement</b>	<b>23</b>
<b>PM 3.4: Sportpsychologie</b>	<b>25</b>
<b>PM 4.1: Grundlagen des Rechts/Recht im Sport</b>	<b>27</b>
<b>PM 4.2: Grundlagen der Unternehmensführung</b>	<b>29</b>
<b>PM 4.3: Grundlagen des Marketings</b>	<b>31</b>
<b>PM 4.4: Einführung in das Controlling</b>	<b>33</b>
<b>PM 5.1: Strategisches Sportmarketing/Marktforschung</b>	<b>35</b>
<b>PM 5.2: Vereins- und Verbandsmanagement</b>	<b>38</b>
<b>PM 5.3: Betriebliche Softwaresysteme</b>	<b>40</b>
<b>PM 6.1: Sponsoring</b>	<b>42</b>
<b>PM 6.2: Projekt- und Prozessmanagement</b>	<b>44</b>
<b>PM 6.3: Business und Finanzplanung</b>	<b>46</b>
<b>WPM 7.1.1: Spezielles Sportrecht</b>	<b>49</b>
<b>WPM 7.1.2: Mediale Sportvermarktung</b>	<b>51</b>
<b>WPM 7.1.3: Sportcentermanagement</b>	<b>53</b>
<b>WPM 7.1.4: Management von Sportevents</b>	<b>55</b>
<b>WPM 7.1.5: Internationales Sportmanagement</b>	<b>58</b>
<b>WPM 7.1.6: Customer Relationship Management</b>	<b>60</b>
<b>WPM 7.1.7: Grundlagen des E-Sport Managements</b>	<b>61</b>
<b>WPM 7.1.8: E-Sport Management im Breitensport</b>	<b>63</b>
<b>WPM 7.1.9: Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit im Sport</b>	<b>66</b>
<b>PM 8: Praxismodul</b>	<b>69</b>
<b>PM 9: Bachelor-Thesis</b>	<b>70</b>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 1.1: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Heuer
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen und Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Handelns: Wirtschaftliche Prinzipien und Entscheidungen im Betrieb</li> <li>▪ Güter- und Finanzkreislauf: Produktion, Absatz, Beschaffung, Investition, Finanzierung</li> <li>▪ Unternehmensführung: Konstitutive Entscheidungen, Controlling und Personalwirtschaft</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Fragestellungen der BWL und insbesondere die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Teilgebieten der BWL. Dadurch sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, 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. Sie haben die Fähigkeit auf der Grundlage dieses Einführungsmoduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Ferner sind sie sich bewusst, dass Management eine ethisch/soziale Verantwortung beinhaltet.
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Das Modul legt Grundlagen für alle nachfolgenden betriebswirtschaftlichen Module des Studiengangs. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen im Fernstudium eingesetzt werden.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120.
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fahrner, M.: Grundlagen des Sportmanagements, München: Oldenbourg.</li> <li>▪ Galli/ Elter/ Gömmel/ Holzhäuser/ Straub (Hrsg.): Sportmanagement, München: Vahlen.</li> <li>▪ Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>▪ Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.</li> </ul> <p>(Jeweils aktuellste Auflagen)</p>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 1.2: Mikroökonomische Grundlagen der Sportökonomie</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung in die Funktionsweise von Märkten und Preisen; ökonomische Grundbegriffe und Prinzipien</li> <li>▪ Märkte und Wohlstand</li> <li>▪ Marktversagen, Eingriffe in die Marktpreisbildung</li> <li>▪ Unternehmerische Produktion, Kosten, Angebotsverhalten</li> <li>▪ Theorie der Konsumententscheidungen</li> <li>▪ Marktstrukturen und Unternehmensverhalten</li> <li>▪ Unternehmerische Faktornachfrage</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz / Wissensverbreiterung:</b> Die Teilnehmer verstehen die mikroökonomischen Mechanismen der Selbststeuerung in einer Marktwirtschaft. Sie können das einzel-wirtschaftliche Verhalten der Akteure auf unterschiedlichen Märkten erkennen und mit Hilfe einschlägiger ökonomischer Modell-darstellungen 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.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz / Wissenserschließung:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenzen / Schlüsselqualifikationen:</b> Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Sachverhalte systematisch zu erfassen und Lösungen strukturiert und prägnant zu formulieren.</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	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. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagenkompetenzen in Mikroökonomie vermittelt werden sollen.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (12 h Seminaristischer Unterricht, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Axel Freudenberger, Mikroökonomik - frisch gezapft, Gabler Verlag Wiesbaden, jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Michael Schleicher, Vorlesungsreihe Mikroökonomie, elektronisches Lehrmaterial, Hochschule Wismar/ Studiengang Sportmanagement, fortlaufend aktualisiert</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Robert Richerd, Mikroökonomik - schnell erfasst, Springer Verlag Heidelberg usw., jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ N. Gregory Mankiw / Mark P. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schaeffer-Poeschel Verlag Stuttgart usw., jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Marco Herrmann, Arbeitsbuch zu Mankiw/Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schaeffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Hal R. Varian, Grundzüge der Mikroökonomik, Oldenbourg Verlag München, jeweils aktuelle Auflage</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 1.3: Sport und Gesellschaft</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Jörg Förster
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faszination Sport: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbestimmtheit des Ausgangs, Wettkampf, Fairness</li> <li>▪ Öffentliches Interesse am Sport</li> <li>▪ Legitimationsfiguren des Sports (Breiten- und Leistungssport)</li> </ul> </li> <li>▪ Strukturen im Sport: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wer treibt Sport?</li> <li>▪ Sozialfiguren im Sport (Trainer, ehrenamtliche und hauptamtliche Funktionsträger)</li> <li>▪ Organisationen im Sport (Vereine, Verbände, Ligen)</li> <li>▪ Sportevents</li> </ul> </li> <li>▪ Das System des Hochleistungssports: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Spitzensportler und Betreuer</li> <li>▪ Finanzierung des Spitzensports</li> </ul> </li> <li>▪ Funktionen des Sports: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sport und Politik</li> <li>▪ Sport und Wirtschaft</li> <li>▪ Sport und Medien</li> <li>▪ Sport und Gesundheit</li> </ul> </li> <li>▪ Sport als Lebensstil: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Der Konsum sportlicher Güter</li> <li>▪ Sport als Kultur</li> <li>▪ Sportsozialisation</li> </ul> </li> <li>▪ Die Kehrseite der Medaille: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aggression, Fouls, Wettbetrug</li> <li>▪ Doping</li> <li>▪ Zur Geschichte des modernen Sports</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	Sensibilisierung der Studierenden für die Hintergründe der gesellschaftlichen Bedeutung des Sports, seiner Funktionen und Strukturen. Vermittlung von Kenntnissen über den Gegenstand und Ausgestaltung des zukünftigen Berufsfeldes.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Script, Lehrbüchern und Fachaufsätzen. Unterstützung im Lernprozess durch Kommunikation auf der Online-Plattform. Im Kontaktstudium Seminaristischer Unterricht.

Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Studiengang Bachelor Sportmanagement
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wird jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben</li> </ul>



Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 1.4: Personalwirtschaft</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklungsgeschichte und Menschenbilder in der Personalwirtschaftslehre</li> <li>▪ Das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und sozialer Effizienz</li> <li>▪ Theorie und Praxis der Motivation zur Mitarbeit</li> <li>▪ Planung und Realisierung personalwirtschaftlicher Aufgaben</li> <li>▪ Bewertung von Arbeitsleistung, Personalentlohnung und Wertschöpfungsverteilung</li> <li>▪ Die Rolle des HR-Bereichs als interner Dienstleister</li> <li>▪ Besonderheiten der Personalwirtschaft im Bereich des Sports</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende personalwirtschaftliche Aufgaben in Unternehmen. Sie erhalten einen Einblick in die wesentlichen personalwirtschaftlichen Spannungsfelder im Unternehmen und werden in die Lage versetzt, das unternehmerische Geschehen aus Sicht der Mitarbeiter zu bewerten und zu gestalten. Sie können operative und strategische Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens erkennen und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen der Handelnden eigenständig lösen. Sie sind sich der ethischen Implikationen der Personalarbeit bewusst und können diese in der Praxis einfließen lassen. Sie werden für die Besonderheiten der Personalwirtschaft im Sport sensibilisiert.
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendet werden, in denen Grundlagen des Personalwesens vermittelt werden sollen.
Dauer	1 Semester

Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 2.1: Ökonomie des Sports</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ökonomische Besonderheiten des Sports</li> <li>▪ Ökonomik von Sportligen</li> <li>▪ Produktionsprozess bei Team- und Individualsport</li> <li>▪ Nachfrageverhalten auf Sportmärkten</li> <li>▪ Arbeitsmärkte im Sport</li> <li>▪ Ökonomik des Dopings</li> <li>▪ Organisation des Sports</li> <li>▪ Ökonomik von Sportgroßveranstaltungen</li> <li>▪ Sport und Staat</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz / Wissensverbreiterung:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz / Wissenserschließung:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenzen / Schlüsselqualifikationen:</b> 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.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von bereitgestellten Lehrbüchern, wissenschaftlichen Veröffentlichungen und Materialien. Modulbegleitende Unterstützung durch individuelle Beratung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.

Art und Verwendbarkeit	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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Es werden mikroökonomische Grundkenntnisse vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frank Daumann, Grundlagen der Sportökonomie, UVK Lucius / UTB, jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Studienanweisung „Ökonomie des Sports“, Hochschule Wismar / Studiengang Sportmanagement, jeweils aktuelle Auflage</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Helmut Dietl, Besonderheiten des Sports – Was rechtfertigt eine „eigene Ökonomik“, Universität Zürich, Working Paper No 137, 2010</li> <li>▪ Sciamus Sport und Management, Fachzeitschrift für Sportmanagement, laufende Reihe, <a href="http://www.sport-und-management.de">www.sport-und-management.de</a></li> <li>▪ Michael Leeds / Peter von Allmen, The Economics of Sport, jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Oliver Budzinski / Janina Satzer, Sports Business and the Theory of Multisided Markets, University of Southern Denmark, IME Working Paper 85/09, 2009</li> </ul> </li> <li>▪ Weitere Fachquellen, die fortlaufend auf der Lernplattform der Hochschule bereitgestellt werden</li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 2.2: Buchführung und Bilanzierung / KLR</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Sandra Zeis - Diplom-Wirtschaftsjuristin (FH)/ Steuerberaterin
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Technik der doppelten Buchführung, Grundlagen der deutschen Rechnungslegung und der Kosten- und Leistungsrechnung.</li> <li>▪ Buchungen laufender Geschäftsvorfälle und Jahresabschlussbuchungen.</li> <li>▪ Erstellen eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses (Bilanz und Gewinn und Verlustrechnung).</li> <li>▪ Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inhalte und Funktion des handelsrechtlichen Jahresabschlusses und der Steuerbilanz, handels- und steuerrechtliche Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften.</li> <li>▪ Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens,</li> <li>▪ Abgrenzung zum externen Rechnungswesen.</li> <li>▪ 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.)</li> </ul>
Qualifikationsziele	Erlernen wesentlicher Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung sowie die Vermittlung grundlegender und ausgeprägter Fähigkeiten der entscheidungsorientierten Kosten- und Leistungsrechnung. 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.
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Döring, U.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben und Lösungen, Erich-Schmidt-Verlag, Berlin</li> <li>▪ Empfohlen selbst anzuschaffen: HGB</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kudert, S./Sorg, P.: Rechnungswesen leichtgemacht, Ewald-Kleist-Verlag</li> <li>▪ Plinke, W., Rese, M.: Industrielle Kostenrechnung, SpringerVieweg</li> <li>▪ Schmolke, S., Deitermann, M., Rückwart, W.-D.: Industrielles Rechnungswesen, Winklers Verlag</li> </ul> </li> <li>▪ Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 2.3: Wissenschaftliches Arbeiten</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. oec. Guido Hölker
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundsätze und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>▪ Selbständiges Verfassen wissenschaftlicher Texte und Dokumentation</li> <li>▪ Grundlagen der Rhetorik und Präsentation</li> <li>▪ Präsentation von Arbeitsergebnissen (face-to-face, online, offline)</li> <li>▪ Effektiver Umgang mit persönlichkeitspezifischen Sach- und Sozialkompetenzen unter Bezug auf die Sportpraxis</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenzen:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Methodische Kompetenzen:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Sozialkompetenzen:</b> Durch die Arbeit im Team und die dafür erforderlichen Abstimmungsprozesse haben die Studierenden ihre Kommunikations- und Konfliktkompetenz erweitert.</li> <li>▪ <b>Schlüsselqualifikationen:</b> 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.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium, unter Einsatz von E-Learning-Materialien;

	Betreuung der Selbstlernphasen durch Online-Tutorien; selbstorganisierte Lern- und Arbeitsgruppen. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht mit Übungen zur Erweiterung der Medien-, Methoden- und Sozialkompetenz.
Art und Verwendbarkeit	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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (wird mit dem Semesterpaket ausgeliefert): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anton Hahne (2014): Soft Skills für Bachelor: Eine Arbeitshilfe für das gesamte Studium. Krummesse: ErasmusVerlag.</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Claus Ebster und Lieselotte Stalzer (2013): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Aufl. Wien: facultas.wuv Universitätsverlag Wien, UTB.</li> <li>▪ Matthias Garten (2016): PowerPoint. Der Ratgeber für bessere Präsentationen. Bonn: Vierfarben.</li> <li>▪ Friedrich Rost (2012): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. 7. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</li> <li>▪ Werner Sesink (2012): Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. 9. Aufl. München: Oldenbourg Verlag</li> <li>▪ Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage</li> </ul> </li> </ul>



Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 2.4: Mathematische Grundlagen und Anwendungen</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Petra Leitert
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen Funktionen</li> <li>▪ Zahlenfolgen und -reihen</li> <li>▪ Finanzmathematik: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen der Funktionen und Zahlenfolgen</li> <li>▪ Zinseszinsrechnung, Tilgungsrechnung, Rentenrechnung, Investitionsrechnung und Abschreibung</li> </ul> </li> <li>▪ Wirtschaftswissenschaftliche Anwendung der Differenzialrechnung</li> </ul> <p>Sämtliche Inhalte werden bezogen auf das Thema Sportmanagement.</p>
Qualifikationsziele	Die Studierenden beherrschen mathematische Verfahren zur Lösung einfacher und finanzmathematischer Probleme. Sie sind befähigt, die Differenzialrechnung zur Beschreibung und Lösung wirtschaftlicher Probleme im Bereich des Sportmanagements zu nutzen.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von aufgezeichneten Vorlesungen, Lehrbüchern sowie Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben. Laufende Unterstützung im Lernprozess durch Online-Tutorien. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Das Modul bildet die Basis für andere quantitative Module im Studiengang. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen eingesetzt werden.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Es werden mathematische Grundkenntnisse vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt

## Literaturangaben

- Weiterführende Literatur:
  - Dörsam, Peter: Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften, 15. Auflage 2010, PD-Verlag, ISBN 978-3-86707-015-7
  - Eichholz, Wolfgang, Vilkner Eberhard: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, 6. Auflage 2013, Carl Hanser Verlag, ISBN: 978-3-446-43535-3
  - Mayer, Christoph: Wirtschaftsmathematik für Dummies, 5. Auflage 2012, WILEY-VCH Verlag, ISBN: 978-3-527-70375-3
  - Schwarze, Jochen: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 11. Auflage 2000, nbw Verlag, ISBN: 978-3-482-51581-6
  - Larek, Emil: Analytische Methoden in der Wirtschaft, 6. Auflage 2011, Peter Lang Verlag, ISBN 978-3-631-62036-6

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 3.1: Grundlagen der Finanzierung</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung</li> <li>▪ Aufgaben und Zielstellungen der Finanzierung im Sport</li> <li>▪ Systematisierung von Finanzierungsarten</li> <li>▪ Investitionen und Kapitalbedarf von Unternehmen (Formen, Einflussfaktoren und rechnerische Ermittlung)</li> <li>▪ Außenfinanzierung (Beteiligungsfinanzierung, Sponsoring, Kreditfinanzierung inkl. Bondfinanzierung und Mezzanines)</li> <li>▪ Innenfinanzierung (Selbstfinanzierung, Cashflow-Entstehung/Ermittlung)</li> <li>▪ Einführung in das Finanzmanagement (Struktur/Prozessmanagement)</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Methodenkompetenz: Die Studierenden sollen die Entstehung des Kapitalbedarfs erkennen und befähigt werden, den Kapitalbedarf sowie optimale Finanzierungsalternativen mathematisch zu ermitteln.</li> <li>▪ Fachkompetenz: 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.</li> <li>▪ Übergreifende Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Finanzplanungen praktisch umzusetzen.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien (Foliensatz) und Literatur/Fixe Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium Seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Es legt Grundlagen für alle folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Module des Studienganges. Es kann ebenfalls für andere wirtschaftsnahe Studiengänge eingesetzt werden.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Von Känel: Finanzierung und Rating. IWK-Lernsoftware Betriebswirtschaft. IWK-Verlag</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser: Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 3.2: Einführung in die Steuerlehre/Steuern im Sport</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Axel Mutscher
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Allgemeine Grundlagen (Finanzwissenschaftliche Aspekte, Rechtsquellen, Besteuerungsverfahren, Rechtsanwendung)</li> <li>▪ Überblick zu die wichtigsten Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer)</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Studierenden kennen die grundlegenden Steuergesetze zu den wichtigsten Steuerarten und können deren Inhalte wiedergeben.</li> <li>▪ Sie sind in der Lage zu erkennen, welche steuerrechtlichen Regelungen für einen vorgegebenen Sachverhalt, insbesondere auch aus dem Bereich des Sports, relevant sind.</li> <li>▪ Sie sind in der Lage, den Sachverhalt unter die Tatbestandsvoraussetzungen der gefundenen Rechtsnorm zu subsumieren.</li> <li>▪ Sie können das erarbeitete Subsumtionsergebnis vor einer Gruppe präsentieren, begründen und auch verteidigen.</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6

Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pflichtliteratur (wird mit dem Semesterpaket ausgeliefert):<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Thomas Stobbe: Steuern kompakt, Verlag Wissenschaft und Praxis</li></ul></li><li>▪ Empfohlen selbst anzuschaffen:<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Wichtige Steuergesetze</li></ul></li></ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 3.3: Statistische Methoden im Sportmanagement</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prof. Dr. Gerhard Müller</li> </ul>
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fragebogengestaltung und Datenerhebungstechniken</li> <li>▪ Univariate Datenanalyse</li> <li>▪ Bivariate Zusammenhangsmaße</li> <li>▪ Prognoseverfahren</li> <li>▪ Empirische Untersuchungen in der Sportwissenschaft und im Sportmanagement</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</li> <li>▪ Die Studierenden kennen die klassischen Verfahren der deskriptiven Statistik und einfache Methoden der Prognose-rechnung. Sie können Informationen durch grafische und tabellarische Darstellungen in adäquater Weise aufbereiten und durch statistische Kennzahlen verdichten.</li> <li>▪ Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</li> <li>▪ 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, Wirksamkeits-tests von Trainingsplänen, ...) zu bearbeiten.</li> <li>▪ Fachübergreifende Kompetenzen/ Schlüsselqualifikationen:</li> <li>▪ 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.</li> </ul>
Sprache	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deutsch</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selbststudium auf der Grundlage von aufgezeichneten Vorlesungen und Lehrbüchern sowie Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben. Laufende Unterstützung im Lernprozess durch Online-Tutorien und Kommunikation auf der Online-Plattform. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.</li> </ul>

Art und Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 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. Das Modul kann darüber hinaus aber auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen mit entsprechend quantitativen Schwerpunkten eingesetzt werden.</li> </ul>
Dauer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 Semester</li> </ul>
Angebotsturnus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Winter- und Sommersemester</li> </ul>
Voraussetzung für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine</li> </ul>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehen der Modulprüfung K 120</li> </ul>
ECTS-Leistungspunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 6</li> </ul>
Arbeitsaufwand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)</li> </ul>
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbeschränkt</li> </ul>
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (ist über Springerlink erhältlich):</li> <li>▪ Wewel, Max C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, Pearson-Verlag, Halbergmoos 2014 (3. Aufl.)</li> <li>▪ Weiterführende Literatur:</li> <li>▪ Bortz J., Döring N., Poschl S.: Forschungsmethoden und Evaluation, Berlin, Springer-Verlag, jeweils aktuelle Auflage</li> <li>▪ Bös K., Hänsel F., Schott N.: Empirische Untersuchungen in der Sportwissenschaft, Hamburg, Czwalina-Verlag, jeweils aktuelle Auflage</li> </ul>



Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 3.4: Sportpsychologie</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Frau Berit Kauffeldt
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung in die Sportpsychologie, Fachbegriffe, Entwicklung in Deutschland,</li> <li>▪ Zielgruppen und ethische Richtlinien</li> <li>▪ • Diagnostik und Forschung in der Sportpsychologie</li> <li>▪ • Qualitätssicherung in der Sportpsychologie</li> <li>▪ • Einflussfaktoren auf die Leistung und sportpsychologische Fähigkeiten im Leistungssport</li> <li>▪ • Ausgewählte Anwendungsbereiche: Sportpsychologie im Mannschaftssport,</li> <li>▪ Achtsamkeit im Leistungssport, das Konstrukt der Selbstwirksamkeit, sexualisierte</li> <li>▪ Gewalt im Sport, Talentauswahl</li> <li>▪ • Sport und Gesundheit</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p><b>Fachkompetenz / Wissensverbreiterung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Studierenden haben einen Überblick über den Inhalt, die Rahmenbedingungen und</li> <li>▪ Organisation von sportpsychologischer Arbeit. Sie kennen und verstehen spezifische</li> <li>▪ Anwendungsfelder, Möglichkeiten der Diagnostik und Qualitätsmerkmale. Außerdem ist</li> <li>▪ ihnen die Bedeutung der Psychologie im Leistungssport, für Athlet, Trainer und Team,</li> <li>▪ bewusst.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz / Wissenserschließung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, mit Hilfe ihres sportpsychologischen Wissens den</li> <li>▪ Bedarf und die Qualität sportpsychologischer Arbeit zu bewerten. Durch ihre Kenntnis über</li> <li>▪ Anwendungsfelder und Inhalt sportpsychologischer Arbeit können sie Umfang, Dauer und</li> <li>▪ Inhalte realistisch einschätzen. Die Erkenntnisse aus der Sportpsychologie können auch auf</li> <li>▪ andere Leistungsbereiche angewandt werden.</li> </ul> <p><b>Fachübergreifende Kompetenzen / Schlüsselqualifikationen:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Studierenden sind in der Lage, die Situation realistisch zu erfassen, wissenschaftliche</li> <li>▪ Quellen eigenständig zu recherchieren, ihre Analyse der Problemstellung unter</li> <li>▪ sportpsychologischen Gesichtspunkten schriftlich und mündlich zu formulieren und in sachgerechter Weise zu vermitteln.</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendet werden, in denen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie vermittelt werden sollen.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (12 h Seminaristischer Unterricht, 138 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	▪

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 4.1: Grundlagen des Rechts/Recht im Sport</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	RA Florian Pröckl
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung in das deutsche Rechtssystem</li> <li>▪ Normenhierarchie</li> <li>▪ Vertrags- und Haftungsrecht im Sport</li> <li>▪ Vereins- und Gesellschaftsrecht</li> <li>▪ Kaufrecht</li> <li>▪ Deliktsrecht</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</b> Die Studierenden überblicken die Grundstrukturen des deutschen Zivil- und 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 und anwendbaren Normen zuordnen.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</b> 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.</li> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen:</b> 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.</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	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 Grundlagen-kompetenzen im allgemeinen Zivilrecht und im Wirtschaftsrecht vermittelt werden sollen.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zerres, Thomas (2016): Bürgerliches Recht – Eine Einführung in das Zivilrecht und die Grundzüge des Zivilprozessrechts, aktuellste Auflage</li> <li>▪ Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), aktuellste Auflage</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 4.2: Grundlagen der Unternehmensführung</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Weigand
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung und Grundbegriffe</li> <li>▪ Funktionen im Managementprozess: Planung und Kontrolle, Organisation, Personalmanagement</li> <li>▪ Ebenen der Unternehmensführung:</li> <li>▪ Normative Unternehmensführung: u.a. Unternehmensziele und -verfassung</li> <li>▪ Strategische Unternehmensführung: u.a. der Strategieprozess, ausgewählte Instrumente (z.B. SWOT, BSC)</li> <li>▪ Operative Unternehmensführung: u.a. Aktionsplanung und Budgetierung, Planungsprozess</li> <li>▪ Besondere Bedingungen der Unternehmensführung im Sport</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Ziel ist die Vermittlung des grundlegenden Wissens über die Führung von und im Unternehmen und Organisationen. Die Vermittlung der Zusammenhänge und eines grundsätzlichen Verständnisses steht dabei im Vordergrund. Es werden die Ebenen der Unternehmensführung (normativ, strategisch, operativ) ebenso behandelt wie für die Praxis relevante Methoden und Prozesse. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in den ganzheitlichen Zusammenhängen der Unternehmensführung an (Wissen) und können wissenschaftlich fundierte Planungs- und Steuerungskonzepte entwickeln (Anwenden) und diese argumentativ vertreten. Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Analysen und Schlussfolgerungen (Analyse) für Managemententscheidungen durchzuführen, logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten. Dabei werden sie für die Besonderheiten der Unternehmensführung im Sport sensibilisiert.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: 50</li> <li>▪ Methodenkompetenz: 20</li> <li>▪ Systemkompetenz: 20</li> <li>▪ Sozialkompetenz: 10</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Das Modul baut auf den im Modul „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“ 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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weigand, A., Krause, S., Plückhahn, J. (2011). 2. Auflage. Unternehmensführung – Grundlagen, Methoden, Praxis</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung</li> <li>▪ Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung.</li> <li>▪ Macharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung</li> <li>▪ Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management</li> <li>▪ Schulte-Zurhausen, M.: Organisation</li> <li>▪ Vahs, D.: Organisation</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 4.3: Grundlagen des Marketings</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen Marketing &amp; Marketingmanagement</li> <li>▪ Entwicklungstendenzen im Marketing</li> <li>▪ Der Markt für Sport und dessen Akteure</li> <li>▪ Produkt- &amp; Programmpolitik</li> <li>▪ Preis- &amp; Konditionenpolitik</li> <li>▪ Kommunikationspolitik</li> <li>▪ Distributions- / Vertriebspolitik &amp; -management</li> <li>▪ Marketing Controlling</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Einführung in die für das Studium des Sportmanagements notwendigen Instrumente des Marketings 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. Die Studierenden erkennen und verstehen die Grundlagen des Marketings, insbesondere die operative Umsetzung durch den Marketing-Mix. 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>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: 50</li> <li>▪ Methodenkompetenz: 20</li> <li>▪ Systemkompetenz: 20</li> <li>▪ Sozialkompetenz: 10</li> </ul>
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.
Art und Verwendbarkeit	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 „Management von Sportevents“ und „Sponsoring“. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen des Marketings erforderlich sind.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Daumann, F. &amp; Römmelt, B. (2015). Marketing und Strategie im Sport. Konstanz: UVK.</li> <li>▪ Bruhn, M. (2014). Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis (12. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</li> <li>▪ Bühler, A. &amp; Nufer, G. (2012). Marketing im Sport. In G. Nufer &amp; A. Bühler (Hrsg.), Management im Sport.</li> <li>▪ Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie (3. Aufl., S. 377-416). Berlin: ESV.</li> <li>▪ Meffert, H., Burmann, C. &amp; Kirchgeorg, M. (2015). Marketing (12. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</li> </ul> </li> </ul>



Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 4.4: Einführung in das Controlling</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhalt und Aufgaben des Controllings <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begriff, Funktion und Einordnung des Controllings</li> <li>▪ Strategisches und operatives Controlling</li> <li>▪ Grundlagen der Analyse / Bewertung des Risikos</li> <li>▪ Risikomanagement</li> </ul> </li> <li>▪ Methoden und Techniken des Controllings <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Techniken des strategischen Controllings</li> <li>▪ Strategische Analyse / Zielformulierung</li> <li>▪ Strategiefindung/Strategiebewertung und Implementierung</li> <li>▪ Techniken des operativen Controllings</li> <li>▪ Techniken zur Kostenbegrenzung</li> <li>▪ Operative Kontrolltechniken</li> </ul> </li> <li>▪ Grundlagen der Planung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Businessplanung / GuV-Planung</li> <li>▪ Finanzplanung</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: Die Studierenden sollen die Zusammenhänge im Rahmen der kurz-, mittel- und langfristigen Erfolgs- und Potenzialsteuerung von Unternehmen in den Bereichen Wirtschaft und Sport erkennen.</li> <li>▪ Methodenkompetenz: Die Studierenden sollen befähigt werden, die strategischen und operativen Techniken des Controllings unternehmenszielgerichtet anzuwenden.</li> <li>▪ Übergreifende Kompetenzen: 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.</li> </ul>
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. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.

Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Es legt Grundlagen für alle folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Module des Studienganges. Es kann ebenfalls für andere wirtschaftsnahe Studiengänge eingesetzt werden.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ von Känel: Controlling. NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft. NWB-Verlag</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser: Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 5.1: Strategisches Sportmarketing/Marktforschung</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Strategisches Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziele, Inhalte, Abläufe und Spezifika der Strategischen Planung</li> <li>▪ SWOT-Analyse, Abnehmer-, Wettbewerbs-, Absatzmittler gerichtete Strategietypen</li> <li>▪ Strategieimplementierung</li> <li>▪ Strategiebewertung</li> <li>▪ Fallbeispiele / „Case Studies“</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Marktforschung:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufgaben der Marktforschung („MaFo“)</li> <li>▪ Marktforschungsprozess</li> <li>▪ Konsumentenverhalten &amp; Einflussfaktoren</li> <li>▪ Entscheidungsbedarf</li> <li>▪ Einführung in die Konzeption &amp; Realisierung eines „MaFo“-Projekts über Entwicklung eines Fragebogens, Vorbereitung &amp; Durchführung einer Befragung, Datenanalyse, Dateninterpretation &amp; Präsentation der Marktforschungsergebnisse</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Strategisches Marketing</b> 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.</li> <li>▪ <b>Marktforschung</b> Die Studierenden kennen und verstehen das Instrumentarium der Marktforschung. Sie sehen seine Bedeutung im Rahmen der Unternehmensführung, sowohl auf operativer als auch auf strategischer</li> </ul>

	<p>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>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: 50</li> <li>▪ Methodenkompetenz: 20</li> <li>▪ Systemkompetenz: 20</li> <li>▪ Sozialkompetenz: 10</li> </ul>
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.
Art und Verwendbarkeit	Spezialisierungspflichtmodul im Bachelor-Fernstudien-gang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Spezialisierungsrichtung Marketing im Sport.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul „Grundlagen des Marketings" werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (wird mit Semesterpaket ausgeliefert) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bernecker, Michael: Marketing Grundlagen – Strategien – Instrumente, 2. Auflage, Köln 2013.</li> <li>▪ Nufer, Gerd / Bühler, Andre: Marketing im Sport, 2., völlig neu bearbeitete und wesentlich erweiterte Auflage, Berlin 2011.</li> </ul> </li> </ul>

- 
- Weiterführende Literatur:
    - Bruhn, Manfred: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis, 11., überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2012.
    - Homburg, Christian: Grundlagen des Marketingmanagements, 3. Auflage, Wiesbaden 2012.
    - Homburg, Christian/Krohmer, Harley: Marketingmanagement – Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2006.
-

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 5.2: Vereins- und Verbandsmanagement</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Jens Brämer
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Struktur und Charakteristika der unterschiedlichen Rechtsformen (Vereinen / Verbänden und Unternehmen) im Sport und deren Konsequenzen für das Management</li> <li>▪ Strukturen und Branchenumfeld im Amateur- und Profisport; Non-Profit-Organisationen und profitorientierte Organisationen und deren Eingliederungen in die Sportinfrastruktur Deutschlands</li> <li>▪ Interdependenz von Führung und sportlichem Erfolg</li> <li>▪ Besonderheiten des Managements im Sport: Ehrenamt – Funktionen, Herausforderungen, Gemeinnützigkeit, Voraussetzungen und Grenzen</li> <li>▪ Übertragbarkeit der Grundsätze und Instrumente der Unternehmensführung und des Managements auf die Vereins- und Verbandsführung (strategisch und operativ)</li> </ul>
Qualifikationsziele	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. Für die im Kontext des Sports, insbesondere im Umgang mit ehrenamtlich tätigen Mitarbeitern, notwendige Sozialkompetenz, erhalten die Studierenden zudem eine wichtige Basis.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Wahlmodul im Studiengang Bachelor Sportmanagement
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul „Grundlagen der Unternehmensführung“ werden vorausgesetzt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wird jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 5.3: Betriebliche Softwaresysteme</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Dipl.-Ing. Birger Huth
Modulinhalte	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. Des Weiteren erfolgt die Ableitung der Problematik hinsichtlich der Kommunikation über eine Website.
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz:</b> 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. Die Projektergebnisse können sie auf einer Internetpräsenz darstellen.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können sich neue Office-Programme und einfache Content-Managementsysteme selbstständig erschließen und Daten und Dateien programmübergreifend nutzen.</li> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenz:</b> Die Studierenden sind in der Lage, Daten, Dateien und Zusammenhänge darzustellen und komplex zu Präsentieren.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Angeleitetes Selbststudium mitlaufender Unterstützung im Lernprozess durch Online-Tutorien und Kommunikation auf der Online-Plattform. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	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.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Online gestelltes Studienmaterial auf dem Online-Campus</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klaus Fahrenstich, Rainer G. Haselier: Microsoft Office 2013 - Das Handbuch: Für alle Editionen. Insider-Wissen - praxisnah und kompetent</li> <li>▪ Rosenstock: Microsoft Project 2013: Das umfassende Handbuch</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 6.1: Sponsoring</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unternehmenskommunikation</li> <li>▪ Einsatz des Sportsponsorings für die Marketing- und Unternehmenskommunikation</li> <li>▪ Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven des Sponsorings</li> <li>▪ Messbarkeit/ Erfolgskontrolle (Marktforschung, Medienforschung, Erfolg von Sponsoring, Kontaktquantität und -qualität; Probleme)</li> <li>▪ Sponsoring von Veranstaltungen/ Vereinen (Unterschiede, Ambush, Probleme, etc.)</li> <li>▪ Sponsoring und Medien (Bedeutung von Medienverträgen für Sponsoring)</li> <li>▪ Neuromarketing im Sport</li> <li>▪ Ambush Marketing</li> </ul>
Qualifikationsziele	<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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: 40</li> <li>▪ Methodenkompetenz: 20</li> <li>▪ Systemkompetenz: 30</li> <li>▪ Sozialkompetenz: 10</li> </ul>
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.
Art und Verwendbarkeit	Das Modul Sponsoring ist ein Pflichtmodul im Studien-

	gang Bachelor Sportmanagement. Es baut auf das Modul „Grundlagen des Marketings“ auf und ist übergreifend nicht nur für sport-spezifische Studiengänge, sondern u.a. auch in Kultur- und Sozialwissenschaften anwendbar.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul „Grundlagen des Marketings“ werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (wird mit Semesterpaket ausgeliefert): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bruhn, M. (2010). Sponsoring. Wiesbaden: Gabler IGI/W Fachverlage GmbH.</li> <li>▪ Nufer, G., &amp; Bühler, A. (2013). In Marketing im Sport. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH &amp; Co. KG.</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falkenau, J. (2013). Sportsponsoring. Freiburg: Haufe Lexware GmbH &amp; Co. KG.</li> <li>▪ Sachse M. (2010): Negative Kommunikationseffekte von Sponsoring und Ambush-Marketing bei Sportgroßveranstaltungen Gabler Verlag/ Springer Fachmedien, Wiesbaden.</li> <li>▪ Benz B. (2010): Optimiertes Management im Sportsponsoring: Die Auswahl des passenden Sponsorships als Instrument der Markenkommunikation, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.</li> <li>▪ Sachse M. (2010): Negative Kommunikationseffekte von Sponsoring und Ambush-Marketing bei Sportgroßveranstaltungen. Online-Quellen, Gabler Verlag/ Springer Fachmedien, Wiesbaden.</li> <li>▪ Benz B. (2010): Optimiertes Management im Sportsponsoring: Die Auswahl des passenden Sponsorships als Instrument der Markenkommunikation, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 6.2: Projekt- und Prozessmanagement</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Weigand
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung und Grundbegriffe</li> <li>▪ System der Unternehmensführung</li> <li>▪ Gesamtsicht: Projekt- und Prozessmanagement</li> <li>▪ Prozessmanagement</li> <li>▪ Kennzeichen und Merkmale von Prozessen</li> <li>▪ Geschäftsprozesse- Grundlagen und Management</li> <li>▪ Prozessziele und Zielgrößen</li> <li>▪ Prozessgestaltung und -optimierung</li> <li>▪ Projektmanagement</li> <li>▪ Ziele, Zweck und Bausteine Anwendungsgebiete</li> <li>▪ Erfolgsfaktoren für das Projektmanagement</li> <li>▪ Operatives Projektmanagement</li> <li>▪ Bausteine der operativen Projektplanung</li> <li>▪ Organisation und Führung in Projekten</li> <li>▪ Projektsteuerung und Projektcontrolling</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen des aktuelle Projekt- und Prozessmanagement vertraut. Sie sind befähigt Projekte und Prozesse nach Merkmalen zu differenzieren und zu bewerten. Dies bildet die Grundlage für operative Handlungsfähigkeit wie auch die Ableitung grundlegender Schlussfolgerungen für die Unternehmensführung. Die Studierenden besitzen die Kompetenz, abzuleitende Schlussfolgerungen und Vorschläge für Managemententscheidungen logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten. Sie haben die Fähigkeit, auf der Grundlage dieses Moduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Ferner sind sie sich bewusst, dass Projekt- und Prozessmanagement über eine Vielzahl an Schnittstellen zum Managementsystem der Unternehmung/Organisation hat. Sie sind für die Spezifika und besonderen Rahmenbedingungen des Projekt- und Prozessmanagements im Bereich des Sports sensibilisiert.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von aufgezeichneten Vorlesungen, Lehrbüchern und Fachaufsätzen sowie Case Studies. Laufende Unterstützung im Lernprozess durch Online-Tutorien und Kommunikation auf der Online-Plattform. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.

Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendet werden, in denen zentrale Kompetenzen des Projekt- und Prozessmanagements vermittelt werden sollen.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (wird mit dem Semesterpaket ausgeliefert): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weigand, A., Krause, S.: Prozess- und Projektmanagement, 1. Auflage, Krummesse: Erasmus-Verlag, 2017</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lidtke, H-D.: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Evolutionäres Projektmanagement, München/Wien: Hanser Verlag</li> <li>▪ Mayer, R.: Prozesskostenrechnung und Prozesskostenmanagement: Konzept, Vorgehensweise und Einsatzmöglichkeiten, in: I-FUA Horváth &amp; Partner, Prozesskostenmanagement, München: Vahlen-Verlag, 1991, S. 75-92</li> <li>▪ PMI: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide), Project Management Institute, 2010</li> <li>▪ Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt, München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2010</li> <li>▪ Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen-Verlag, 2005</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 6.3: Business und Finanzplanung</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Norbert Schuppan
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhalt und Ableitung von Konzepten der strategischen Entwicklung von Unternehmen (Restrukturierungskonzepte, Fusionskonzepte, Business - Migration - Konzepte)</li> <li>▪ Methodische Umsetzung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einer komplexen betrieblichen Planung unter Nutzung von Controllingtechniken und auf Grundlage der Ableitung hierarchisch gegliederter Unternehmensziele</li> <li>▪ Finanzierungsmixplanung anhand allgemeiner und sport-spezifischer Finanzierungsinstrumente</li> </ul> </li> <li>▪ Methoden der Finanzplanung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dispositive Entscheidungsebene/Liquiditätsplanung</li> <li>▪ Operative Entscheidungsebene/dynamische Finanzplanung/ Cashflow Statement</li> <li>▪ Strategische Entscheidungsebene/ Kapitalflussplanung</li> <li>▪ Übersicht zur tool box des Finanzmanagements auf den Entscheidungsebenen</li> </ul> </li> <li>▪ Sportspezifische Businessplanung - GuV-Planung (Komplexe PC-Übung)</li> <li>▪ Bewertung der Ergebnisse der Businessplanung anhand von Kennzahlen und Plan - Ist – Vergleiche</li> <li>▪ Abwendung von Finanzanalysen und Bonitätsbewertung</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: Die Studierenden sollen Kenntnisse zu Inhalten strategischer Unternehmenskonzepte und Fähigkeiten zur Ableitung von Konzepten in Abhängigkeit von Umweltbedingungen besitzen und entwickeln. Ferner machen sie sich mit den anerkannten und praktisch anwendbaren Methoden und Instrumenten des Finanzmanagements und der Finanzplanung vertraut.</li> <li>▪ Methodenkompetenz: Daneben sollen methodische Fähigkeiten zur Realisation einer komplexen Unternehmensplanung erworben werden. Das schließt die Beherrschung spezifischer Methoden und Techniken der GuV-Planung</li> </ul>

	<p>ein. Es wird ein komplexes rechnergestütztes Planungsmodell, ausgelegt auf ein Sportunternehmen, behandelt. 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Übergreifende Kompetenz:</b> Die Studierenden erwerben Fähigkeiten, Sportunternehmen langfristig - strategisch über die Konzeptionen der Potenzialsteuerung bis hin zur kurzfristigen Planung im Sinne der Erfolgsvorsteuerung zu führen. 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. Ferner sollen Kenntnisse zu Inhalten strategischer Unternehmenskonzepte und Fähigkeiten zur Ableitung von Konzepten in Abhängigkeit von Umweltbedingungen entwickelt werden.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterial (Foliensatz), Software und von Literatur/ Fixe Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium Seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen aus den Bereichen Controlling und Finanzierung im Sport.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen „Grundlagen der Finanzierung“ und "Einführung in das Controlling" werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur</li> </ul>

- Graumann, Mathias/Thieme, Lutz: Controlling im Sport - Grundlagen und Best Practice für Vereine, Verbände und Ligen
- Von Känel: Controlling. IWK-Lernsoftware Betriebswirtschaft. IWK-Verlag
- Galli, Elter, Gömmel, Holzhäuser: Sportmanagement. Vahlen Verlag, München 2012
- Deheselles, T.; Frdel, C.: Sportmanagement. Franz Vahlen Verlag 2012
- Dworak, Alexander: Finanzierung für Fußballunternehmen - Erfolgreiche Wege der Kapitalbeschaffung
- von Känel: Finanzierung und Rating. IWK-Lernsoftware Betriebswirtschaft. IWK-Verlag
- Schuppan, N.: Globale Rezession. Callidus Verlag 2011.
- Zur Anwendung kommt jeweils die aktuellste Auflage.



Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.1: Spezielles Sportrecht</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Karsten Simoneit
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisationsstrukturen im Sport</li> <li>▪ Vertiefung Vereins-, Gesellschafts- und Steuerrecht</li> <li>▪ Recht des Profisports</li> <li>▪ Recht der Sportveranstaltungen einschl.</li> <li>▪ Sporthaftungs- und -versicherungsrecht</li> <li>▪ Sportmarketingrecht und Sponsoring</li> <li>▪ Staatliche, Verbands- und Schiedsgerichtsbarkeit</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden überblicken die rechtlichen Grundstrukturen des nationalen Sportrechts mit seinen verfassungsrechtlichen und europarechtlichen Bezügen. Sie kennen typische Organisationsstrukturen im Sport. Sie können sporttypische vertragliche Gestaltungen identifizieren und bewerten, Risiken der außervertraglichen Haftung erkennen Rechtsprobleme mit juristischen Beratern kompetent erörtern.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	<p>Das Modul baut auf dem Modul „Grundlagen des Rechts/Recht im Sport“ auf. Das Modul ergänzt die Module</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sportstätten-/ Eventmarketing</li> <li>▪ Mediale Sportvermarktung</li> <li>▪ Sponsoring</li> <li>▪ Eventmanagement</li> <li>▪ Vereins- und Verbandsmanagement</li> </ul> <p>im Hinblick auf die im Rahmen der Vertragsgestaltung wichtigen rechtlichen Aspekte. Das Modul ist aufgrund seiner speziellen Ausrichtung auf sportrechtliche Fragestellungen in Studiengängen ohne Bezug zum Sport nicht verwendbar.</p>
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen "Grundlagen der Unternehmensführung" und "Grundlagen des Rechts / Recht im Sport" werden vorausgesetzt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (wird mit Semesterpaket ausgehändigt): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studienbrief</li> </ul> </li> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nolte/Horst, Handbuch Sportrecht, 1. Auflage 2009</li> <li>▪ Haas/Martens, Sportrecht – eine Einführung in die Praxis, erste Auflage 2011</li> <li>▪ Adolphsen/Nolte/Lehner/Gerlinger, Sportrecht in der Praxis, 1. Auflage 2012</li> <li>▪ Partikel, Formularbuch für Sportverträge, 1. Auflage 2006</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.2: Mediale Sportvermarktung</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ulrich Kresse</li> </ul>
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mediale Sportvermarktung durch visuelle, auditive und interaktive Medien</li> <li>▪ Sportrechteerwerb und -agenturen</li> <li>▪ Mediaagenturen und Werbekunden</li> <li>▪ Sportübertragung im Öffentlich-Rechtlichen Fernsehen durch duale Finanzierung vs. FreeTV und PayTV im deutschen Markt und europäischen Vergleich</li> <li>▪ Weitere Erlösquellen: PayPerViews, Call-Ins, Games, Sportwetten</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz:</li> <li>▪ 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.</li> <li>▪ Methodenkompetenz:</li> <li>▪ Sie sind befähigt eigenständig Konzepte zum Erwerb und zur Vermarktung von Medienrechten zu entwickeln.</li> <li>▪ Fachübergreifende Kompetenzen:</li> <li>▪ Die Teilnehmer reflektieren die Macht und Einflussmöglichkeiten der medialen Berichterstattung.</li> </ul>
Sprache	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deutsch</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/</li> <li>▪ Sachwortangaben zur Internetnutzung.</li> <li>▪ Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.</li> </ul>
Art und Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen des Marketings im Sport.</li> </ul>
Dauer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 Semester</li> </ul>
Angebotsturnus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Winter- und Sommersemester</li> </ul>
Voraussetzung für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketings" werden vorausgesetzt.</li> </ul>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL</li> </ul>

ECTS-Leistungspunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 6</li> </ul>
Arbeitsaufwand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)</li> </ul>
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbeschränkt</li> </ul>
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur:</li> <li>▪ Nufer, G., &amp; Bühler, A. (. (2013). In Marketing im Sport. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH &amp; Co. KG.</li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.3: Sportcentermanagement</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Holger Waßmuth Diplomsportlehrer /Diplom Betriebswirt (FH)</li> </ul>
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Historische und aktuelle Entwicklungen des Fitnessmarktes</li> <li>▪ Kundengewinnung und Kundenbindung</li> <li>▪ Mitarbeiterführung und Mitarbeiterentwicklung</li> <li>▪ Faktoren der Standortentscheidung</li> <li>▪ Markenaufbau in der Fitnesswirtschaft</li> <li>▪ Networking</li> <li>▪ Controlling im Fitnessstudio</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 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. 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. 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</li> </ul>
Sprache	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deutsch</li> </ul>
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selbststudium auf Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur. Angeleitete Eigenrecherche in einem Fitnessstudio der eigenen Wahl. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.</li> </ul>
Art und Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement. Das Modul vermittelt zentrale Kompetenzen der Themenbereiche Personal, Organisation und Führung im Sport.</li> </ul>
Dauer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 Semester</li> </ul>
Angebotsturnus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Winter- und Sommersemester</li> </ul>

Voraussetzung für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul „Grundlagen der Unternehmensführung“ werden vorausgesetzt.</li> </ul>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL</li> </ul>
ECTS-Leistungspunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 6</li> </ul>
Arbeitsaufwand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)</li> </ul>
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbeschränkt</li> </ul>
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtlektüre</li> <li>▪ Studienbrief (wird mit dem Semesterpaket ausgehändigt)</li> <li>▪ Deloitte Studie 2012</li> <li>▪ Weiterführende Literatur:</li> <li>▪ Maren Fischer-Epe Coaching: Miteinander Ziele erreichen RORORO ISBN 978 3 499 62713 2</li> <li>▪ Friedemann Schulz von Thun, Johannes Rappel, Roswitha Stratmann, Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, RORORO, ISBN 978 3 499 61531 3</li> <li>▪ Roger Rankel, Marcus Neisen, So funktioniert Empfehlungsmarketing heute, Der einfachste Weg, neue Kunden zu gewinnen, GABAL, ISBN 978 3 86936 478 0</li> <li>▪ Peter Sawtschenko, Positionierung- das erfolgreichste Marketing auf unseren Planeten Das Praxisbuch für ungewöhnliche Markterfolge, GABAL ISBN978 3 89749 506 7</li> <li>▪ Alexander S. Wolf, Networking, Dictyonomie Fremde zu Freunden ISBN 978 3 8448 0447 8</li> <li>▪ Barbara Liebermeister, Effizientes Networking, Frankfurter Allgemeine Buch ISBN 978 3 89981 278 7</li> <li>▪ Werner Troxler, Verkaufen heißt..., Pendo, ISBN 3 85842 349 1</li> <li>▪ Werner Troxler, Führen heißt ..., Pendo, ISBN 3 85842 348 3</li> <li>▪ Kerstin Friedrich, Fredmund Malik, Lothar Seiwert, Das große 1 x1 der Erfolgsstrategie EKS Die Strategie für die neue Wirtschaft, ISBN 978 3 86936 001 0</li> <li>▪ Stahl, Dynamik in Gruppen Handbuch der Gruppenleitung, Beltz, ISBN 978 3 621 27775 4</li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.4: Management von Sportevents</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Jörg Förster
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definition und Abgrenzung der Begriffe Event-Veranstaltung (Eventeigenschaften, Eventerfolg, Spezifika von Sportevents, Kriterien für die Unterscheidung von Events),</li> <li>▪ Eventmanagementfelder für Sport- (groß) -veranstaltungen und deren Charakteristika</li> <li>▪ Zielgruppenanalyse für verschiedene Events, Zielgruppen bezogene Methoden / Maßnahmen für Öffentlichkeitsarbeit, insbes. der Einsatz von Instrumenten des SocialMedia Bereiches</li> <li>▪ Struktur, Betrieb, Charakteristika und Auswahl von unterschiedlichen Sport-/Eventstättenformen</li> <li>▪ Analyse der Vermarktungsmöglichkeiten von Sportstätten und Events, Öffentlichem Raum als Eventfläche, Chancen und Risiken</li> <li>▪ Strategisches und operatives Marketing speziell für Events und Veranstaltungsorte / Sportstätten (Marketingprozess, Marketingplanung und Umsetzung, Marketing-Mix)</li> <li>▪ Markenbildung und –Führung, Potentiale der Vermarktung und Risiken speziell in den Bereichen Nachhaltigkeit, Transport, Sicherheit und Ticketing</li> <li>▪ Projektmanagementmethoden (Strukturierung, Steuerung, Projektführung, Erfolgsfaktoren, Risikoanalyse- und Management, Priorisierung)</li> <li>▪ Problemlösungsstrategien, Zielsetzungen, Budget- und Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Controlling und Messbarkeit des Projekterfolges</li> <li>▪ Eventbezogene rechtliche Fragestellungen wie Veranstalterhaftpflicht, Vertragsrecht, Verwaltungsvorgaben beim Betrieb temporärer Eventsstätten etc.</li> <li>▪ Besonderheiten von Projekten im Sport (Ehrenamt, Gemeinnützigkeit, Finanzierung, Sportstruktur Deutschlands, „Massenkompetenz“)</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden erhalten anwendungsorientierte Kenntnisse, um Event- und Veranstaltungsarten definieren und voneinander abgrenzen zu können. Sie erwerben Kompetenzen im Bereich von Projektmanagement Methoden, um Events konzipieren und durchführen zu können und eine Auswahl von Eventstätten vornehmen zu können. Die Studierenden setzen sich auseinander

	<p>mit den grundlegenden Aspekten der Konzeption, Organisation, Durchführung und Nachbereitung von Events und/oder Veranstaltungen, insbesondere im Sportbereich. Sie können diese identifizieren, im Planungsprozess priorisieren und praxisbezogen aufeinander abstimmen. Sie verstehen die Komplexität des Projekt-/Eventmanagements und werden befähigt ziel- und lösungsorientiert Projekte in Teilprojekte zu unterteilen und diese koordiniert zum Gesamtkonzept zusammen zu fügen. 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachkompetenz: 50</li> <li>▪ Methodenkompetenz: 20</li> <li>▪ Systemkompetenz: 20</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Lehrmaterialien / Literatur, Internetadressen/ Sachwortangaben zur Internetnutzung. Im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Das Modul Management von Sportevents ist ein Wahlpflichtmodul im Studiengang Bachelor Sportmanagement. Es ist übergreifend nicht nur für sportspezifische Studiengänge, sondern u.a. auch in Kultur- und Sozialwissenschaften anwendbar.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen „Grundlagen des Rechts / Recht im Sport“, „Einführung in das Controlling“, „Grundlagen des Marketings“ sowie „Projekt- und Prozessmanagement“ werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflichtliteratur (via Springer Link verfügbar):</li> </ul>



- Ulrich Holzbaur: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 4. Auflage. Springer, Berlin 2010 ISBN 978-3-642-12428-0
- Risch-Kerst & M., Kerst, A. (2011, Springer): „Eventrecht kompakt“, Ein Lehr und Praxisbuch; ISBN 978-3-642-19083-4
- Schmid, I. (2012, Gabler): „Praxishandbuch Event Management“; Das A-Z der perfekten Veranstaltungsorganisation; ISBN 978-3-8349-7098-5
- Zanger, C. (2013, Springer Gabler): „Events und Sport“ ; Stand und Perspektiven der Eventforschung, ISBN 978-3-658-03681-2
- Weiterführende Literatur u.a.:
  - Breuer, C. & Thiel, A. (2005, Hofmann): „Handbuch Sportmanagement“; ISBN 978-3-778-01991-7
  - Drengner, J. (2013, Springer FM): "Markenkommunikation mit Sport"; ISBN: 978-3-8349-4197-8 (Druckausgabe) 978-3-8349-4198-5 (Onlineausgabe)
  - Eisermann, U. & Winnen, L. & Wrobel, A. (2014, Springer): "Praxisorientiertes Eventmanagement"; ISBN: 978-3-658-02345-4 (Druckausgabe) 978-3-658-02346-1 (Onlineausgabe)
  - Hebbel-Seeger, A. & Förster, J. (2008, ESV): „Eventmanagement und Marketing im Sport“; ISBN 978-3-503-10684-4
  - Kiendl, Stephanie Caroline, (2007, DUV) "Markenkommunikation mit Sport"; ISBN: 978-3-8350-0719-2 (Druckausgabe) 978-3-8350-9550-2 (Onlineausgabe)
  - Nufer, G. & Bühler, A. (2013, ESV): „Marketing im Sport“ ISBN 978-3503141197
  - Weisser, L. (2013, ESV): „Sportevent-Management“, Erfolgreiche Konzepte im Kampf um Sportler und Sponsoren; ISBN 978-3-503-15431-9
  - Wünsch, U. & Thuy, P. (2007, ESV): „Handbuch Event Kommunikation“, ISBN 978-3-503-10300-3
  - Zanger, C. (2012, Gabler). "Erfolg mit nachhaltigen Eventkonzepten"; Seiten 201ff; ISBN: 978-3-8349-3075-0 (Druckausgabe) 978-3-8349-6885-2 (Onlineausgabe)

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.5: Internationales Sportmanagement</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Markus Breuer
Modulinhalte	<p>Die zunehmende Internationalisierung wird im Rahmen des Moduls auf mehreren Ebenen erfasst:</p> <p>In einem ersten Schritt lernen die Studenten Modelle und Voraussetzungen der Diffusion von Sportarten (aktives Sporttreiben und passiver Sportkonsum) kennen. Auf der zweiten Ebene sind Internationalisierungsstrategien von Unternehmen bzw. Clubs Gegenstand der Wissensvermittlung. Hier werden u. a. verschiedene Internationalisierungsgrade, dazugehörigen Kontrollverluste (durch asymmetrische Informationen und die Abgabe von Verfügungsrechten) und Kontrollkosten sowie die Ressourcen- und Kompetenzanforderungen analysiert.</p> <p>Schließlich berücksichtigt die dritte und letzte Ebene kulturelle Besonderheiten, die es in bestimmten Regionen bzw. Kulturkreisen aus Sicht des Sportmanagements zu berücksichtigen gilt.</p>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</b> Die Studenten lernen verschiedene Strategien im internationalen Marketing und die jeweils relevanten Chancen und Risiken kennen und können diese im Rahmen der Hausarbeit und Präsentation auf selbst gewählte Beispiele übertragen.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</b> Im Rahmen der Erstellung der Hausarbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Quellen zu recherchieren, bezüglich ihrer Aussagekraft zu bewerten und das so erworbene Wissen zu übertragen. Die so erworbenen Kompetenzen des wissenschaftlichen Arbeitens stellen u. a. eine Vorbereitung auf das Verfassen der Bachelor-Thesis dar.</li> <li>▪ <b>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen:</b> Die Studierenden sind in der Lage, ihre Analyse eines Internationalisierungsprozesses und/oder ihr selbst erstelltes Konzept einer Internationalisierungsstrategie schriftlich und mündlich zu formulieren, in sachgerechter Weise zu vermitteln und in der Diskussion zu verteidigen. Daneben erwerben Sie</li> </ul>

	Grundkenntnisse der interkulturellen Kommunikation.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von bereitgestellten Lehrbüchern, wissenschaftlichen Veröffentlichungen und Materialien. Modulbegleitende Unterstützung durch online-Sprechstunden und individuelle Beratung. Seminaristischer Unterricht mit studentischen Vorträgen, angeleiteten Diskussionsrunden und unmittelbarer Rückkopplung.
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse aus den Modulen „Grundlagen des Marketings“ und „Grundlagen der Unternehmensführung“ werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bühler, A.; Nufer, G. (Hrsg.) (2014): International Sports Marketing: Principles and Perspectives, Berlin.</li> <li>▪ Hamil, S.; Chadwick, S. (Hrsg.) (2010): Managing Football. An international perspective, Amsterdam et al.</li> <li>▪ Heinze, R. (2015): Internationale Ausbreitung von Sportarten, Hamburg.</li> <li>▪ Overloop, P. C. van (2015): Internationalisierung professioneller Fußballclubs. Grundlagen, Status quo und Erklärung aus Sicht des Internationalen Managements, Wiesbaden.</li> <li>▪ Parent, M. M.; Slack, T. (Hrsg.) (2011): International Perspectives on the Management of Sport, Oxon/New York</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.6: Customer Relationship Management</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Helmke
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anwendung der verschiedenen Anwendungsbereiche des CRM auf den Bereich des Sports: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Operatives CRM</li> <li>▪ Kommunikatives CRM</li> <li>▪ Analytisches CRM</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die verschiedenen Möglichkeiten des IT-gesteuerten CRM. Sie erlernen einen unternehmens-weiten, ganzheitlichen Einsatz. 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.
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.
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement.
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus dem Modul "Grundlagen des Marketings" werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Helmke, Stefan; Uebel, Matthias; Dangelmaier, Wilhelm (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management, 5. Aufl. 2013</li> <li>▪ Hippner, Hajo; Hubrich, Beate, Wilde, Klaus D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl. 2011</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.7: Grundlagen des E-Sport Managements</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Markus Breuer
Modulinhalte	<p>Der elektronische Sport (nachfolgend E-Sport) stellt sicherlich eines der aktuell am kontroversesten diskutierten Phänomene innerhalb des Sportmanagements dar. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein profundes Grundlagenwissen in diesem Kontext zu vermitteln. Dazu werden vornehmlich die folgenden Themen aufgegriffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Einordnung des E-Sports in das Sportmanagement</li> <li>▪ Die Organisation des E-Sports in Deutschland und global</li> <li>▪ Die Rolle einzelner Stakeholder im E-Sport</li> <li>▪ Die Finanzierung des E-Sports</li> <li>▪ Die mediale Verwertung des E-Sports</li> <li>▪ Das Verhältnis von Sport zu E-Sport und die mögliche Rolle des DOSB</li> <li>▪ Perspektiven der E-Sport Förderung bzw. der Sanktionierung durch die öffentliche Hand</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung:</b> Die Studierenden erkennen und verstehen die besonderen Strukturen im E-Sport, sind in der Lage, diese mit den im klassischen Sport etablierten Strukturen zu vergleichen und sich so eine eigene Meinung zu bilden. Insbesondere verstehen sie die Rolle und den Verhaltensspielraum der E-Sport-spezifischen Akteure wie Publisher oder Ligenbetreiber und deren Finanzierung. Schließlich erkennen Sie den regulatorischen Einfluss des Staates.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz/Wissenserschließung:</b> Im Rahmen der Erstellung der Hausarbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Quellen (insbesondere Marktforschungsberichte, Pressemitteilungen) zu recherchieren, bezüglich ihrer Aussagekraft zu bewerten und das so erworbene Wissen zu übertragen. Die so erworbenen Kompetenzen des wissenschaftlichen Arbeitens stellen u. a. eine Vorbereitung auf das Verfassen der Bachelor-Thesis dar.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikation: Die Studierenden sind in der Lage, sich auf Basis vorliegender Informationen ein eigenes, fundiertes Bild des E-Sports zu machen, dieses schriftlich und mündlich zu formulieren, in sachgerechter Weise zu vermitteln und auch im Vortrag gegenüber einer kritischen Zuhörerschaft zu vertreten.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von Fachliteratur und Online-Vorlesungen, modulbegleitende Unterstützung durch individuelle Beratung, im Kontaktstudium seminaristischer Unterricht.
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Kenntnisse aus den Modulen Ökonomie des Sports (PM 2.1), Grundlagen des Marketings (PM 4.3) und Vereins- und Verbandsmanagement (PM 5.2) werden vorausgesetzt. Daneben werden allgemeine betriebswirtschaftliche Kenntnisse erwartet. Ein paralleles Absolvieren des Moduls WPM 7.1.8 ist empfehlenswert.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Breuer, Markus (2011): E-Sport – eine Markt- und ordnungsökonomische Analyse, Boizenburg.</li> <li>▪ Breuer, Markus; Görlich, Daniel (2018): Gaming und E-Sport – Markt und Inszenierung des digitalen Sports, in: Horky, Thomas; Stiehler, Hans-Jörg; Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Digitalisierung des Sports in den Medien, Köln, S. 275–293.</li> <li>▪ ESBD (2018): Esport in Deutschland 2018, Berlin, abrufbar unter: <a href="https://esportbund.de/wp-content/uploads/2018/08/e-Sport_in_Deutschland_2018_ESBD.pdf">https://esportbund.de/wp-content/uploads/2018/08/e-Sport_in_Deutschland_2018_ESBD.pdf</a>.</li> <li>▪ Newzoo (2019): Newzoo Global Esports Market Report 2019 (Light Version).</li> </ul> </li> </ul>

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.8: E-Sport Management im Breiten-sport</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Markus Breuer
Modulinhalte	<p>Der elektronische Sport (nachfolgend E-Sport) stellt sicherlich eines der aktuell am kontroversesten diskutierten Phänomene des Sportmanagements dar, das nicht zuletzt auch in Sportvereinen Beachtung findet. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden einen Einblick über die Chancen und Risiken des E-Sport in Breitensportvereinen zu geben. Dazu werden vornehmlich die folgenden Themen aufgegriffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mögliche E-Sport-Disziplinen im Breitensportverein</li> <li>▪ Notwendige Infrastruktur</li> <li>▪ Refinanzierung des Engagements</li> <li>▪ Transfermöglichkeiten zwischen elektronischem und klassischem Sport</li> <li>▪ E-Sport als Instrument zur Verjüngung des Vereins bzw. der Mitgliederstruktur</li> <li>▪ Risiken durch eine Veränderung der Vereinskultur und der Mitgliederstruktur</li> <li>▪ Risiken aus der Annäherung an den for-profit Sektor</li> <li>▪ Die Entwicklung von Umsetzungsstrategien</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung</b> Die Studierenden sind in der Lage, die Eignung verschiedener Disziplinen des E-Sports für den Einsatz im Breitensport an einem realen, selbst gewählten Beispiel zu erkennen und ein Konzept für den Einsatz zu entwerfen. Hierbei stehen neben der formal-technischen Umsetzung insbesondere die Berücksichtigung von Widerständen in der Organisation und der Umgang mit diesen im Mittelpunkt der Ausarbeitung. Somit lassen sich die Lehrinhalte partiell auch auf andere Innovationen im Sportverein übertragen.</li> <li>▪ <b>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</b></li> <li>▪ Im Rahmen der Erstellung der Hausarbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Quellen zu recherchieren, bezüglich ihrer Aussagekraft zu bewerten und das so erworbene Wissen zu übertragen. Hier steht u. a. die Wissenserschließung im Zuge von Befragungen und/oder Dokumentenstudien im Mittelpunkt. Die so erworbenen Kompetenzen des wissenschaftlichen Arbeitens stellen u. a. eine Vorbereitung auf</li> </ul>

	<p>das Verfassen der Bachelor-Thesis dar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikation</li> </ul> <p>Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis unterschiedlicher Informationen ein individuelles Konzept zu entwerfen und trainieren damit ihre konzeptionellen Fähigkeiten. Durch die Erarbeitung eines Papiers werden sie weiterhin in die Lage versetzt, ihr Konzept schriftlich zu vermitteln und adressatengerecht aufzuarbeiten.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von zur Verfügung gestellten Unterlagen, modulbegleitende Unterstützung durch individuelle Beratung
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Kenntnisse aus dem Modul Vereins- und Verbandsmanagement (PM 5.2) werden vorausgesetzt. Daneben werden allgemeine betriebswirtschaftliche Kenntnisse erwartet. Ein paralleles Absolvieren des Moduls WPM 7.1.7 ist empfehlenswert.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Breuer, Markus (2011): E-Sport – eine Markt- und ordnungsökonomische Analyse, Boizenburg.</li> <li>▪ Breuer, Markus (2019): E-Sport – Markt, Strukturen und Chancen für Sportvereine, erscheint in: Wadsack, Ronald; Wach, Gabriele (Hrsg.): Digitale Transformation und Sportmanagement, Frankfurt/Main.</li> <li>▪ ESBD (2018): Esport in Deutschland 2018, Berlin, abrufbar unter: <a href="https://esportbund.de/wp-content/uploads/2018/08/e-Sport_in_Deutschland_2018_ESBD.pdf">https://esportbund.de/wp-content/uploads/2018/08/e-Sport_in_Deutschland_2018_ESBD.pdf</a>.</li> <li>▪ LSB NRW (2016): eSport. Der Kick durch den Klick, in: Wir im Sport, Ausgabe 7/2016, S. 10-16, abrufbar unter:</li> </ul> </li> </ul>



[https://www.lsb.nrw/fileadmin/global/media/Downloadcenter/LSB-Magazin/Wir\\_im\\_Sport\\_7\\_2016.pdf](https://www.lsb.nrw/fileadmin/global/media/Downloadcenter/LSB-Magazin/Wir_im_Sport_7_2016.pdf)

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>WPM 7.1.9: Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit im Sport</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Herr Jörg Förster
Modulinhalte	<p>Vor dem Hintergrund der gesamtgesellschaftlichen Diskussion über die Auswirkungen von wirtschaftlichem Handeln, haben Fragen von ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit eine neue Bedeutung für Unternehmen erhalten.</p> <p>Die Begriffe Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit werden dabei häufig nicht differenziert voneinander verwendet. Gleiches gilt auch für die Begriffe CSR-Strategie und Nachhaltigkeitsstrategie in der Außendarstellung von Unternehmen. Folgt man jedoch der theoretischen Auseinandersetzung mit diesen Begriffen, ist CSR eigentlich derjenige Beitrag, den ein Unternehmen zur nachhaltigen Wirtschaft, also zur Nachhaltigkeit einer Gesellschaft leistet.</p> <p>Im Rahmen des Moduls erfolgt daher eine grundlegende Einführung in das Prinzip der freiwilligen Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen für das eigene wirtschaftliche Handeln und eine Auseinandersetzung mit grundlegenden Fragen von Nachhaltigkeit.</p> <p>Der Sport nimmt seit jeher für sich in Anspruch, per se nachhaltige Wirkungen zu entfalten, und mit diesem Anspruch handeln die Institutionen und Unternehmen im Sportmarkt. Dennoch hat die Kommerzialisierung und Professionalisierung des Sports auch dazu geführt, dass unternehmerische Ziele, wie z.B. Kostenreduktion Gewinnmaximierung etc., immer stärker zu handlungsleitenden Prinzipien geworden sind.</p> <p>Sportorganisationen sind inzwischen einerseits Akteure, die sich in einem von starker Konkurrenz bestimmten Markt durchsetzen müssen und verfolgen gleichzeitig oft gemeinwohlorientierte Ziele, insbesondere dann, wenn die Finanzierung ihrer Arbeit in besonderer Weise durch öffentliche Mittel geschieht, wie im Bereich des Vereinssports. Dennoch haben bisher die wenigsten Sportinstitutionen ein eigenes CSR-Konzept entwickelt.</p> <p>Im Modul werden daher einerseits die theoretischen Grundlagen zu Fragen und Normen von Nachhaltigkeit</p>

	<p>behandelt sowie der Begriff Corporate Social Responsibility inhaltlich zu anderen Begriffen in diesem Handlungsfeld abgegrenzt. Darüber hinaus sollen konzeptionelle Überlegungen aufgezeigt werden, die zu eigenen CSR Konzepten von Sportinstitutionen oder Sportunternehmungen führen können.</p>
Qualifikationsziele	<p>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziel des Moduls ist der Erwerb von Kenntnissen über die inhaltlichen, gesetzlichen und politischen Rahmenbedingungen von Corporate Social Responsibility-Maßnahmen im Sport. Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, CSR Konzepte kritisch zu reflektieren und die Learnings aus Best Practice Beispielen auf selbst gewählte Anwendungsbeispiele zu übertragen.</li> </ul> <p>Methodenkompetenz/Wissenserschließung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Im Sinne eines angeleiteten Selbststudiums werden die Studierenden in die Lage versetzt, sich kritisch mit unterschiedlichen Positionen der relevanten Stakeholder auseinanderzusetzen und erhöhen damit ihre Analyse- und Reflexionskompetenz.</li> </ul> <p>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zentrale Herausforderung für eine erfolgreiche und wirksame Corporate Social Responsibility ist das Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichen Zwängen und /oder Zielen und gesellschaftspolitischen Zielen im Sinne einer Legacy. Mit dem Modul werden die Studierenden kompetent im Hinblick auf die Beurteilungsfähigkeit einzelner Maßnahmen in diesem Spannungsfeld. Sie werden damit im Interesse eines nachhaltigen Vermittlungsansatzes motiviert, sich mit zentralen Zukunftsfragen des Sportmarktes auseinanderzusetzen und somit Handlungsfähigkeit für das Bedingungsgefüge von Sport und Nachhaltigkeit zu erwerben.</li> </ul>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Selbststudium auf der Grundlage von zur Verfügung gestellten Unterlagen, modulbegleitende Unterstützung durch individuelle Beratung

Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Kenntnisse der Inhalte aus den Modulen "Grundlagen des Marketings", „Strategisches Sportmarketing / Marktforschung“ und „Grundlagen des Rechts / Recht im Sport“ werden vorausgesetzt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der APL
ECTS-Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 h (8 h Seminaristischer Unterricht, 142 h angeleitetes Selbststudium)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	▪

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 8: Praxismodul</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden und Kenntnisse in der Praxis</li> <li>▪ Entwicklung und schriftliche Darstellung von Problemlösungskonzepten</li> <li>▪ Mitwirkung bei der praktischen Umsetzung der Konzepte</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden arbeiten selbständig oder zusammen mit Praktikern in ihrem Arbeitsumfeld oder im Rahmen ehrenamtlichen Engagements an betriebswirtschaftlichen Problemlösungen in speziellen Bereichen des Sportmanagements. Dies kann auch im Rahmen eines Praktikums von mindestens 15 Wochen Dauer erfolgen. Sie ordnen die praktischen Problemlösungen in den wissenschaftlichen Zusammenhang ein (Theorie-Praxis-Transfer) und dokumentieren ihre praktische Tätigkeit und Problemlösungskompetenz in einer Praxisarbeit.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Praxisarbeit
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodule im Bachelor-Fernstudiengang Sportmanagement.
Dauer	4 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Teilnahme / Praxisarbeit (unbenotet)
ECTS-Leistungspunkte	24
Arbeitsaufwand	600 h
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	-

Modulnummer/Code	Wird vom System vergeben
<b>Modulbezeichnung Deutsch</b>	<b>PM 9: Bachelor-Thesis</b>
<b>Modulbezeichnung Englisch</b>	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Modulinhalte	Je nach Thema der Bachelor-Thesis.
Qualifikationsziele	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.
Art und Verwendbarkeit	-
Dauer	12 Wochen
Angebotsturnus	Laufend
Voraussetzung für die Teilnahme	Erwerb von mindestens 150 ECTS-Credits
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bachelor-Thesis und Kolloquium (mündliche Verteidigung der Bachelor-Thesis)
ECTS-Leistungspunkte	12
Arbeitsaufwand	300 h
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Unbeschränkt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Je nach Thema der Bachelor-Thesis.</li> </ul>