



Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Sport- und
Eventmanagement
Extern

Modulhandbuch

INHALTSVERZEICHNIS

Präambel für den allgemeinen Teil des Modulhandbuches	3
432-001 Grundlagen der BWL I	7
432-002 Grundlagen der BWL II	11
432-003 Quantitative Methoden	16
432-004 Grundlagen der BWL III	20
432-005 Einführung ins Sportmanagement	25
432-006 Schlüsselqualifikationen I	29
432-007 Grundlagen der BWL IV	34
432-008 Wirtschaftsrecht	41
432-009 Einführung ins Eventmanagement	48
432-010 Compliance	53
432-011 Schlüsselqualifikationen II	56
432-012 Medien und Digitalisierung im Sport	61
432-013 Marketing und Trends im Sport	66
432-014 Sportrecht	71
432-015 Eventrecht (Risikomanagement in der Eventbranche)	75
432-016 Projektmanagement im Eventbereich	79
432-017 Mikroökonomie	83
432-018 Wirtschafts- und Sportpolitik	86
432-019 Praxisprojekt im Eventbereich	90
432-020 MICE-Tourismus- und Kongressindustrie	93
432-021 Grundlagen der BWL V	99
432-022 Grundlagen der BWL VI	103
432-023 Wissenschaftliches Kolloquium	108
432-024 Infrastruktur und Ökologie im Sport	111
432-025 Clubmanagement	115

432-026 Internationale Sportverbände	120
432-027 Strategisches Management	122
432-028 Sponsoring und Crossmarketing	128
432-029 Eventlogistik	132
432-030 Mega-Events und Krisenmanagement	137
432-031 Bachelorarbeit	141

Präambel für den allgemeinen Teil des Modulhandbuchs

- **Kompetenzorientierung als didaktisches Prinzip an der HfWU**
- **Kompetenzorientierung auf Hochschulebene**

Die HfWU verfolgt das Ziel, ausgerichtet an ihrem Profil „Wirtschaft und Umwelt“ ein Spektrum an qualitativ hochstehenden, sowohl wissenschaftlich orientierten als auch praxisbezogenen Bachelor- und Masterstudiengängen anzubieten. Den Studierenden soll ermöglicht werden, ihre fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen so zu erweitern, dass sie mit erfolgreichem HfWU-Abschluss die Handlungskompetenz erlangen, die notwendig ist, um einerseits den Herausforderungen der Arbeitswelt auf Führungsebene gewachsen zu sein und andererseits die akademische Laufbahn fortsetzen zu können.

Unter *Handlungskompetenz* verstehen wir die Fähigkeit einer Person, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht, reflektiert sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz setzt sich zusammen aus Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

Um sowohl die Studiengangleitungen als auch die Lehrenden dabei zu unterstützen, einerseits die in den einzelnen Lehrveranstaltungen jeweils angestrebten Qualifikationen explizit zu formulieren und andererseits ihre Lehrveranstaltung besser in das konzeptionelle Gesamtgefüge des Studiengangs einbinden zu können, wurde im Rahmen des Qualitätsmanagements im Qualitätszirkel Lehre eine Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterstudiengänge entwickelt.

In den Spalten der Matrix sind die unterschiedlichen Qualifikationsstufen dargestellt. Der Übergang insbesondere zwischen den für den Bachelor- bzw. Masterabschluss festgelegten Qualifikationsstufen ist fließend. Die Formulierungen sind so gewählt, dass sie den im Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR) definierten Niveaus 6 (Bachelor) und 7 (Master) entsprechen.

In den Zeilen der Matrix sind die Bereiche, in denen die Qualifikation erlangt werden soll: Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

- Als *Fachkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, sich fachliches und methodisches Wissen anzueignen, dieses situationsgerecht anzuwenden und zielführend fortzuentwickeln.

- Als *Systemkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, Interdependenzen zwischen Themengebieten zu erkennen und zu verstehen sowie darauf aufbauend in der Lage zu sein, sich erfolgreich in komplexen Systemen zu bewegen bzw. diese zu steuern.

- Als *Selbstkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, selbstkritisch eigene Verhaltensweisen zu reflektieren und ggf. zu verändern.

- Als *Sozialkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, sich als Teil eines sozialen Systems mit Anderen verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen und dabei gemeinsame Ziele zu erreichen.

Die Kompetenzorientierung auf Basis der Matrix der Qualifikationsziele beschränkt sich an der HfWU nicht allein auf die integrierte Förderung fachlicher und überfachlicher Kompetenzen, sondern umfasst auch die Bereiche

- Gestaltung kompetenzförderlicher Lernumgebungen
- Personalauswahl und -entwicklung
- Gestaltung von Rahmenbedingungen, die selbstgesteuertes Lernen ermöglichen.

Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterabsolvent/innen

Qualifikationsstufen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen Bachelor ¹	Kompetenzen Master ²
Qualifikationsbereiche				
Wissen über Inhalte und Methoden im Fach	kennen / verstehen	anwenden auf Fragestellungen in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf neuartige Fragestellungen in Theorie und Praxis (eigenständig) Wissen aus verschiedenen Bereichen integrieren sich neues Wissen und Können erarbeiten	anwenden in neuen und unvertrauten Situationen, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit dem Studienfach stehen, neue Verfahren entwickeln kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen spezialisierte Problemlösungsfertigkeiten im Bereich Forschung und/oder Innovation.
Wissen über Systeme	kennen / verstehen	anwenden auf komplexe Systeme in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf unbekannte Systeme in Theorie und Praxis (eigenständig)	wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen, die sich aus der Anwendung des Wissens und aus den eigenen Entscheidungen ergeben
Wissen über Selbststeuerung	kennen / verstehen	anwenden auf eigenes Verhalten (unter Anleitung)	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern	Leitung und Gestaltung komplexer, unvorhersehbarer Arbeits- oder Lernkontexte, die neue strategische Ansätze erfordern
Wissen über soziale Prozesse	kennen / verstehen	anwenden auf alltägliche soziale Situationen (unter Anleitung)	Andere anleiten Verantwortung für die Gruppe übernehmen	Übernahme von Verantwortung für Beiträge zum Fachwissen und zur Berufspraxis und/oder für die Überprüfung der strategischen Leistung von Teams
Σ = Handlungskompetenz				

¹ Minimalanforderung Niveaustufe 6 des EQR

² Minimalanforderung Niveaustufe 7 des EQR

Kompetenzorientierung auf der Ebene der Studiengänge und Lehrveranstaltungen

Qualifikationsziele beschreiben die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen, welche die Studierenden nach einer abgeschlossenen Lerneinheit erworben haben sollen. Eine Lerneinheit kann das gesamte Studienprogramm, ein Modul oder eine einzelne Lehrveranstaltung umfassen. Die Qualifikationsziele der jeweiligen Lerneinheiten unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Reichweite und dem Grad ihrer Konkretisierung.

Studienziele beschreiben die Kompetenzen, welche die Absolvent/innen eines Studiengangs für den erfolgreichen Einstieg in den Beruf (Berufsbefähigung) oder für ein weiterführendes Studium benötigen. Sie werden aus den Anforderungen in den angestrebten Berufsfeldern abgeleitet und in Studiengangprofilen akzentuiert. Die Studienziele sind umfassend und werden aus allen vier Kompetenzbereichen der Matrix der Qualifikationsziele gebildet.

Studienziele sind eher allgemein und global formuliert und bilden die Basis für die Entwicklung der Curricula. Um sie auf der Ebene des Lehrens und Lernens realisierbar zu machen, müssen sie in Qualifikationsziele für die einzelnen Module zerlegt werden.

Modulziele sind die erste Konkretisierung der Studienziele. Sie geben an, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen die Studierenden in den verschiedenen Qualifikationsbereichen erwerben können. Da ein Modul sich in der Regel aus mehreren Lehrveranstaltungen zusammensetzt, sind die Modulziele zwar fachspezifisch formuliert, jedoch immer noch auf einer allgemeineren Ebene angesiedelt.

Angestrebte Lernergebnisse schließlich operationalisieren die Qualifikationsziele für einzelne Lehrveranstaltungen. Was sollen die Studierenden konkret tun können, so dass wir als Lehrende feststellen können, dass sie das Qualifikationsziel erreicht haben?

Bei der Formulierung der Qualifikationsziele ist die geplante Prüfungsmethode bereits zu berücksichtigen.

Die angestrebten Lernergebnisse im Vorfeld fest zu legen und zu beschreiben, ist entscheidend für die Planung von Lehre insgesamt sowie für die Planung der Inhalte, der Methoden, der Sozialformen, der Aufgaben und der Lernerfolgskriterien. Denn entsprechend dem angestrebten Niveau des Qualifikationsziels – Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen – sind jeweils andere Lernprozesse von den Lernenden zu leisten und von den Lehrenden anzuregen und zu begleiten.

Der Aufbau von Handlungskompetenz erstreckt sich über den gesamten Studienverlauf, indem jedes Modul und jede einzelne Lehrveranstaltung ihren Beitrag zum Erreichen der Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen leistet. Durch das systematische Abstimmen der Module auf die Studienziele, der einzelnen Lehrveranstaltungen auf die Modulziele und untereinander stellen die Studiengänge sicher, dass die angestrebten Studienziele von den Absolvent/innen erreicht werden können.

Weil Kompetenzen auf Fertigkeiten und diese auf Kenntnissen aufbauen, überwiegt zu Beginn des Studiums eine stärker inhaltsorientierte, auf den Aufbau von Wissen ausgerichtete Lehre. Sie verändert sich im Verlauf des Studiums mehr und mehr zu einer Form des Miteinander-Lehrens-und-Lernens, bis hin zur auf Kompetenzentwicklung ausgerichteten selbständigen Problembearbeitung durch die Studierenden.

Kompetenzorientierung auf der Ebene des Lernens

Sind die Studienziele transparent, so können die Studierenden die Bedeutung der einzelnen Lehrinhalte im Gesamtzusammenhang des Studiums besser erkennen und gelangen damit zu einer höheren Identifikation mit dem Studiengang und einer höheren Akzeptanz der fachlichen und überfachlichen Anforderungen.

Die Ausrichtung jeder Lerneinheit an Qualifikationszielen erleichtert den Studierenden ein zielführendes Lernen und Arbeiten, ermöglicht ihnen, adäquate Lernprozesse zu aktivieren, den Lernfortschritt kontinuierlich zu verfolgen und die eigenen Lernerfolge zu erkennen. Das

dem Prinzip der Handlungssteuerung folgende Lernen erhöht die Motivation der Lernenden einerseits durch die Zielorientierung, andererseits erlaubt es das Erleben von Selbstwirksamkeit und Kompetenz.

Modulbeschreibung

Code 432-001	Modulbezeichnung I.1 Grundlagen der BWL I
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschreiben und Erklären der betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Verstehen der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Funktionen sowie Anwendung insbesondere im Dienstleistungsumfeld. Wissen, was Wirtschaften in Unternehmen insb. in Dienstleistungsunternehmen heute bedeutet, • Können notwendige Entscheidungen der Unternehmenssteuerung begründen, <p>Die Studierenden erlangen erste Kenntnisse zur wirtschaftlichen Ausrichtung des Unternehmens vom Markt her. Die Studierenden erkennen die Systemzusammenhänge zwischen Markt, Kunden, Kundenanforderungen und Produkten.</p>
<p>Inhalte</p> <p>In diesem Modul werden die ersten Grundkenntnisse der BWL vermittelt. Im Überblick werden die Studierenden an die Betriebswirtschaftslehre herangeführt. Mit der Vorlesung Marketing werden zudem die ersten Schritte in Richtung marktorientierte Unternehmensführung unternommen.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine Vorkenntnisse erforderlich.
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Nachgelagerte Module: Grundlagen der BWL II/III
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung „Einführung in die BWL“ werden die Grundlagen nachhaltigen Managements eingeführt.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45,5 Std. / 36,4%	Aufgaben/Gruppenarbeit 34,5 Std. / 27,6%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.1.1	Einführung in die BWL
I.1.2	Marketing 1

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Einführung in die BWL
----------------------	---

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Grundlagen beschreiben und erklären. Sie kennen die wesentlichen Begriffe, verstehen die Zusammenhänge zwischen den einzelnen betrieblichen Funktionen sowie die Anwendung insbesondere im Dienstleistungsumfeld. Sie wissen, was Wirtschaften in Unternehmen, insb. in Dienstleistungsunternehmen, heute bedeutet. Des Weiteren können Sie grundlegende Entscheidungen der Unternehmenssteuerung begründen.</p>
--

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre • Wissenschaftsprogramme der Betriebswirtschaftslehre • Rahmenbedingungen des Wirtschaftens • Entscheidungen des Unternehmens bzgl. <ul style="list-style-type: none"> ○ Führung ○ Planung und Steuerung ○ Organisation ○ Information ○ Rechnungswesen ○ Leistungsprozess ○ Gestaltung von Dienstleistungsprozessen ○ Beschaffung und Logistik ○ Marketing ○ Investition und Finanzierung ○ Personalwirtschaft • Steuerung und Gestaltung von Dienstleistungstransaktionen 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit,			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Bea, F. X. et al. [Hrsg.] Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1–3, Stuttgart. • Bitz, M. et al. [Hrsg.]: Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1–2 München. • Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München. • Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München. • Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Marketing I
---------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind nach dem erfolgreichen Besuch der Veranstaltung in der Lage, Methoden, Modelle und Instrumente des Marketings zu reflektieren und im Unternehmen zielführend und problemorientiert anzuwenden. Sie werden befähigt zielgruppenspezifische Marketingkonzepte zu entwickeln und kennen die wesentlichen Positionierungsstrategien.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte 1. Philosophie des Marketings, 2. Marktpolitisches Instrumentarium - Produktpolitik - Konditionenpolitik - Distributionspolitik - Kommunikationspolitik - „Service 4P“ 3. Optimale Gestaltung des Marketing-Mix, 4. Marktsegmentierung und Zielgruppenmarketing, 5. Positionierung im Markt, 6. Aufbau von Kundenzufriedenheit insb. im Dienstleistungsbereich, 7. Social Media Marketing und Cross-Marketing.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung, Vorlesung mit Übung.			
Lehr-/Lernmethoden Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten.			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P., Keller, K.L., Bliemel, F.: Marketing-Management, München. • Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V.: Grundlagen des Marketing, München. • Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M.: Marketing, Wiesbaden. • Nieschlag, R., Dichtl, E., Hörschgen, H.: Marketing, Berlin. • Scheuch, F.: Dienstleistungsmarketing, München. • Weis, H.-Chr.: Marketing, Ludwigshafen. (Jeweils die neueste Auflage)			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Std. / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Std. / 24%

Modulbeschreibung

Code 432-002	Modulbezeichnung I.2 Grundlagen der BWL II
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Auf der Basis fundierter Grundkenntnisse aus den Bereichen Personalwesen und Organisationslehre können die Studierenden wesentliche Wissensgrundlagen (Methoden, Konzepte, Verfahren und theoretische Hintergründe) aus den o.g. Entscheidungsfeldern beschreiben und sie mit wissenschaftlich präziser Terminologie wiedergeben. Zentraler Schwerpunkt sind angeleitete Transferleistungen der o.g. Kenntnisfelder auf Aspekte der realen Umwelt wie auch das Erkennen und Lösen von Problemen aus den Bereichen Personalwesen und Organisation. Diese Grundlage befähigt die Studierenden die erlernten Methoden, Verfahren und Theorien eigenständig auf unbekannte Fragestellungen und Systeme zu übertragen. Die Studierenden können mithin Zusammenhänge erkennen und Schlüsse auf das eigene wie auch das Handeln der Teammitglieder ziehen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationstheorie, Organisationsentwicklung, • Methoden der Aufbau-, Ablauf- und Projektorganisation, • Organisationsmodelle, • Personalbeschaffung, • Personalmarketing, • Personalentwicklung, • Personalcontrolling
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Gruppenarbeiten zur Aktivierung vorhandenen Wissens (z.B. Placemate), begleitetes Selbststudium, Fallstudien dienen zum Anwenden und Üben des Gelernten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Ergänzend zu Grundlagen der BWL I und III.
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Es werden Probleme der Globalisierung und des Massenkonsums diskutiert und die Wirkungen auf die Organisation reflektiert.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Stunden / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50 Stunden / 40%	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Stunden / 24%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.2.1	Organisation
I.2.2	Personalwesen

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Organisation
---------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden können Konzepte und Methoden und theoretische Konzepte der Organisationslehre skizzieren (**Kenntnisse**). Die Studierenden lernen Organisationsstrukturen zu analysieren und deren Schwachstellen aufzuzeigen. Über Organisationsstrukturkennzahlen (z.B. Spezialisierung, Leitungsspanne) sind organisatorische Bewertungen, Vergleiche und Rückschlüsse möglich. Betriebliche Prozesse können gestaltet und dargestellt, Projekte geplant und überwacht werden. (**Fertigkeiten**).

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1. Allgemeine Grundlagen und Themengebiete
 - 1.1. Besonderheiten von Dienstleistungsorganisationen
 - 1.2. Organisation und Ziele
 - 1.3. Qualitätsmanagement bei Dienstleistungen
 - 1.4. OE-Prozesse
 - 1.5. Outsourcing und Netzwerke bei Dienstleistungen
2. Aufbauorganisation
 - 2.1. Bildung und Gliederung von Organisationseinheiten
 - 2.2. Hierarchiegestaltung und Leitungsorganisation
 - 2.3. Organisationsformen (von traditionell bis modern)
 - 2.4. Überblick Projektorganisation
 - 2.5. Stellen- bzw. Funktionenbeschreibung
3. Ablauforganisation
 - 3.1. Leitsätze
 - 3.2. Organisationsformen der Arbeitsabläufe
 - 3.3. Darstellung von Prozessen
 - 3.4. Netzplan und Wertanalyse aus organisatorischer Sicht
 - 3.5. Dienstleistungsprozesse optimieren
4. Projektorganisation
 - 4.1. Zielsetzung und Planung
 - 4.2. Projektüberwachung und Auswertung
5. Bedürfnisorientierte Organisationsgestaltung und Führung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten (angeleitet)

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Methoden der Wissensaktivierung (z.B. Placemate, Blitzlichter), Cluster, Mind Mapping, Brainstorming.

Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Kieser, A./Walgenbach, P.: Organisation, Stuttgart. • Meyer, F./ Stopp, U.: Betriebliche Organisationslehre, Renningen. • Picot, A., Dietl, H., Franck, E.: Organisation: eine ökonomische Perspektive, Stuttgart. • Schmidt, G.: Grundlagen der Aufbauorganisation Bd. 5, Wettenberg. • Schmidt, G.: Methoden und Techniken der Organisation Bd. 1, Wettenberg. • Steinmann, H. / Schreyögg, G.: Management, Wiesbaden. (jeweils die neueste Auflage)
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Std. / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.2.2	Titel der Lehrveranstaltung Personalwesen
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) <ul style="list-style-type: none"> • Können notwendige personalwirtschaftliche Entscheidungen begründen • Wissen, welche Aufgaben die unterschiedlichen Akteure der Personalarbeit (Mitarbeiter der Personalabteilung, Führungskräfte, Betriebsrat, Mitarbeiter) haben • Sind imstande die unterschiedlichen Ansätze wie Personalwirtschaft, Personalmanagement und Human Resource Management vergleichend zu beurteilen • Wissen, welche besonderen Rahmenbedingungen Personalarbeit in Dienstleistungsunternehmen zu beachten hat 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte 1. Funktionale Teilbereiche des Personalmanagements 2. Personalbedarfsplanung 3. Personalbeschaffung und Personalmarketing 4. Personalentwicklung 5. Personalabbau 6. Personalcontrolling 7. Bedeutung des Personalmanagements für die Serviceorientierung im Dienstleistungsbereich 8. Serviceorientierung als Entscheidungskriterium für Personalauswahl und Personalentwicklung 9. Besonderheiten der Personalarbeit in Gebietskörperschaften
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Fallanalysen, Gruppenarbeit.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J., Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart. • Bröckermann, R.: Personalwirtschaft – Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart. • Kolb, M.: Personalmanagement, Berlin. • Scholz, C.: Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München. (jeweils die neueste Auflage)
Besonderes keine

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 Std. / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 7,5 Std. / 15%

Modulbeschreibung

Code 432-003	Modulbezeichnung Quantitative Methoden
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Die Studierenden erlernen fundierte Kenntnisse in den Bereichen Wirtschaftsmathematik und Statistik. Die Studierenden können unter Hilfestellung Fragestellungen aus dem Feld der erworbenen Grundlagen auf unbekannte Gegebenheiten in der Praxis übertragen.
Inhalte Finanzmathematik, Optimierungsrechnung, Deskriptive und schließende Statistik.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlegende mathematische Fähigkeiten, die in der Schule vermittelt wurden.
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Statistische Erhebungen während des Studiums in anderen Fachgebieten.
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Verständnis für Statistiken und daraus resultierenden Konsequenzen für Mensch und Umwelt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min) K (90)	Anteil % 100%
--------------------------------------	-------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50 Std. / 40%	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Std. / 24%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.3.1	Statistik
I.3.2	Finanzmathematik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Statistik
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden erlernen fundierte Kenntnisse in den Bereichen Wirtschaftsmathematik und Statistik. Die Studierenden können unter Hilfestellung Fragestellungen aus dem Feld der erworbenen Grundlagen auf unbekannte Gegebenheiten in der Praxis übertragen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Eindimensionale empirische Verteilungen • Mehrdimensionale empirische Verteilungen • Wahrscheinlichkeitsrechnung • Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungen • Marktforschung in der praktischen Anwendung 			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Manuskript und Aufgabensammlung
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Assenmacher, W.: Deskriptive Statistik, Berlin. • Bamberg, G., Bauer, F., Krapp, M.: Statistik, München. • Bol, G.: Deskriptive Statistik, München. • Mayer, H.: Beschreibende Statistik, München. • Monka, M., Voß, W.: Statistik am PC – Lösungen mit Excel, München. • Vogel, F.: Beschreibende und schließende Statistik, München. • (jeweils die neueste Auflage) Auf einer vorbereiteten Internetseite weiteres Lernmaterial.
Besonderes Bedarfsorientiertes Tutorium

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Std. / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Finanzmathematik
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kennen unterschiedliche Methoden, Konzepte und Verfahren der Finanzmathematik (Kenntnisse). Auf der Basis der erlernten Kenntnisse können die vermittelten Methoden auf praxisrelevante Fragestellungen sachgerecht angewandt werden (Fertigkeiten).			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

<p>Inhalte Vermittelt werden wesentliche Methoden und Verfahren der Wirtschaftsmathematik (mit Schwerpunkt Finanzmathematik), problemadäquat auf ökonomische, praxisrelevante Fragestellungen angewandt. Grundlegende Kenntnisse der allgemeinen Mathematik (insbesondere Lösen von Gleichungen, Potenz- und Wurzelrechnung, Logarithmusrechnung, Differenzial- und Integralrechnung) werden als bekannt vorausgesetzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Problemstellung, Stoffabgrenzung und Verlauf der Lehrveranstaltung • Mathematische Grundlagen • Finanzmathematik im engeren Sinne (insbes. Zins- und Zinseszinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung; Sonderprobleme: insbes. unterjährige Verzinsung, Verzinsung und Inflation) • Optimierungsrechnungen
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München/Wien. • Salomon, E./Poguntke, W.: Wirtschaftsmathematik. Finanzmathematik, Analysis, Lineare Algebra, Troisdorf. • Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München. • Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik. Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen – Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, derivative Finanzinstrumente, Wiesbaden. <p>(Jeweils die neueste Auflage) In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallbeispiele, Aufgabenblätter) ausgegeben.</p>
<p>Besonderes</p>

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
<p>Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:</p>				
<p>Präsenz 22,5 Std. / 45%</p>		<p>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 Std. / 40%</p>		<p>Aufgaben/Gruppenarbeit 7,5 Std. / 15%</p>

Modulbeschreibung

Code 432-004	Modulbezeichnung Grundlagen der BWL III
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden erlangen fundierte Kenntnisse zu methodischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen der Buchhaltung und Bilanzierung. Zugleich lernen sie die Grundsystematik doppelter Buchhaltung kennen. Die Studierenden kennen sich in Einzelfragen der kaufmännischen Buchführung aus und können Lösungen für die Verbuchung von Geschäftsvorfällen erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden erlangen Kenntnisse zur Erstellung eines Jahresabschlusses. Sie erkennen die Systemzusammenhänge des Rechnungswesens und können die Bedeutung eines Jahresabschlusses im Gesamtsystem des Rechnungswesens einordnen.</p> <p>Im Bereich der Bilanzierung erlangen die Studierenden fundierte Kenntnisse zu wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen der Bilanzierung im Einzelabschluss. Die Studierenden verstehen, wie ein Einzelabschluss unter Einsatz bilanzpolitischer Instrumente zu erstellen ist. Die Studierenden erlernen anhand von Fallbeispielen die zentralen Arbeiten zur Erstellung eines Einzelabschlusses und können mit den entsprechenden Ansatz- und Bewertungsvorschriften umgehen. Die Studierenden sind dazu in der Lage, einen Einzelabschluss hinsichtlich der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu analysieren und sich aus dem Jahresabschluss ein realistisches Bild von der Situation des Unternehmens zu machen. Die Studierenden verstehen, wie die Instrumente des internen und des externen Rechnungswesens zusammenhängen. Die Studierenden sind dazu in der Lage Instrumente des internen Rechnungswesens adäquat einzusetzen, um im Jahresabschluss ergänzende Informationen im Sinne eines „True and fair view“ einzubringen. Die Studierenden lernen die Aussagen von Geschäftsführungen und Vorständen hinsichtlich der Jahresabschlüsse kritisch zu reflektieren und in Bezug den Anforderungen der nationalen und internationalen Rechnungslegung zu setzen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Mit der Vorlesung Buchhaltung werden zudem die ersten Schritte in Richtung „Rechnungswesen eines Unternehmens“ unternommen. Im Bereich der Bilanzierung geht es eher darum, die Studierenden urteilsfähig in Hinblick auf bestehende Jahresabschlüsse zu machen.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Nachgelagerte Module: Grundlagen der BWL IV
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte In diesem Modul werden hauptsächlich die ökonomischen Aspekte nachhaltiger Entwicklung behandelt, in der Vorlesung Bilanzierung wird zudem auf Möglichkeiten umfassender Nachhaltigkeitsberichterstattung eingegangen und dies anhand von Beispielen aufgezeigt.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 6
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std./ 54%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 24%	Aufgaben/Gruppenarbeit 27,5 Std. / 22%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.4.1	Buchführung
I.4.2	Bilanzierung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Buchführung
---------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden erlangen fundierte Kenntnisse zu methodischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen der Buchhaltung. Zugleich lernen sie die Grundsystematik doppelter Buchhaltung kennen. Die Studierenden kennen sich in Einzelfragen der kaufmännischen Buchführung aus und können Lösungen für die Verbuchung von Geschäftsvorfällen erarbeiten. Im zweiten Teil der Vorlesung erlangen sie Kenntnisse zur Erstellung eines Jahresabschlusses. Sie erkennen die Systemzusammenhänge des Rechnungswesens und können die Bedeutung eines Jahresabschlusses im Gesamtsystem des Rechnungswesens einordnen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen und Bedeutung der Buchführung
 - Aufgaben der Buchführung
 - Rechtsgrundlagen der Buchführung
 - Ordnungsmäßigkeit der Buchführung
- Inventur, Inventar, Bilanz
- Buchen auf Bestandskonten
- Buchen auf Erfolgskonten
- Buchen ausgewählter Geschäftsvorfälle
- Grundlagen des Jahresabschlusses
- Buchungen zur Vorbereitung des Jahresabschlusses
- Jahresabschlussbuchungen

Behandelt wird die (Finanz-)Buchführung im Sinne der kaufmännischen doppelten Buchführung.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.; Meyer, L.: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen: Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe, Wiesbaden.
- Coenenberg, A.G.; Haller, A.; Mattner, G.; Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, HGB und internationale Standards, Einzel- und Konzernabschluss, Stuttgart.
- Schmolke/Deitermann, bearb. von Deitermann, M.; Schmolke, S.; Rückwart, W.-D.: Industrielles Rechnungswesen - IKR. Finanzbuchhaltung, Analyse und Kritik des Jahresabschlusses, Kosten- und Leistungsrechnung. Einführung und Praxis, Braunschweig.
- Wöhe, G.; Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München. (Jeweils die neueste Auflage)

Außerdem: einschlägige Gesetzestexte – insbes. Handelsgesetzbuch (HGB), Aktiengesetz (AktG), Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG), Einkommensteuergesetz (EStG) – in der jeweils aktuellen Fassung.

In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallstudien etc.) ausgegeben.

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 45 Std. / 60%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15 Std. / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 15 Std. / 20%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.4.2	Titel der Lehrveranstaltung Bilanzierung
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Im Bereich der Bilanzierung erlangen die Studierenden fundierte Kenntnisse zu wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen der Bilanzierung im Einzelabschluss. Die Studierenden verstehen, wie ein Einzelabschluss unter Einsatz bilanzpolitischer Instrumente zu erstellen ist.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			

Sozial			
Lerninhalte:			
<ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen der Bilanzierung <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Traditionelle Sichtweise der deutschen Rechnungslegung 1.2 Sichtweise der internationalen Rechnungslegung 1.3 Reform des HGB durch das BilMoG 2 Aufstellung von Jahresabschlüssen <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Bestandteile des Jahresabschluss 2.2 Bilanzierung dem Grunde nach - Ansatzvorschriften 2.3 Bilanzierung der Höhe nach - Bewertungsvorschriften 2.4 Gliederungsvorschriften von Bilanz und GuV 2.5 Publizitäts- und Berichtsvorschriften 2.6 Nachhaltigkeitsberichterstattung 3 Grundlagen der Jahresabschlussanalyse 			
<p>Behandelt werden die wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen der Bilanzierung im Einzelabschluss vor dem Hintergrund internationaler Entwicklungen. Insbesondere werden die Grundlagen und Zielsetzungen der internationalen Rechnungslegung und deren Übertragung im Rahmen des BilMoG thematisiert. Auf Basis von Fallbeispielen werden periodische Abschlüsse (Bilanzen, Erfolgsrechnungen und ggf. ergänzende Berichte) für einzelne Unternehmen erstellt und erörtert. Diese Abschlüsse richten sich vorrangig an „externe“ Adressaten, wie z.B. (außenstehende) Unternehmenseigner, Kreditgeber und die allgemeine Öffentlichkeit. Eingegangen wird hierbei auf bilanzpolitische Gestaltungen sowie auf Möglichkeiten und Grenzen der Abschlussanalyse.</p>			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung mit Diskussion, Vortrag eines Praktikers zu Bilanzierungsthemen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, Gruppenarbeit, Metaplanarbeiten			
Literatur/Lehrmaterial			
<p>Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bieg, H., Kussmaul, H., Waschbusch, G.: Externes Rechnungswesen, München. • Coenenberg, A.G., Haller, A., Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: • Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – • HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, Stuttgart. • Hahn, K.: BilMoG Kompakt, Rechnungslegung nach dem neuen Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz, Leitfaden für Praktiker. • Pellens, B. Fülber, R. U., Gassen, J.; Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 8, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie, Stuttgart. • Wöhe, G.; Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München. 			

(Jeweils die neueste Auflage)

Außerdem: einschlägige Gesetzestexte – insbes. Handelsgesetzbuch (HGB), Aktiengesetz (AktG), Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG), Einkommensteuergesetz (EStG) – in der jeweils aktuellen Fassung.

In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallstudien etc.) ausgegeben.

Besonderes

Tutorien, Gastreferenten/innen etc.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15 Std. / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12,5 Std. / 25%	

Modulbeschreibung

Code 432-005	Modulbezeichnung Einführung in das Sportmanagement
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Nach dem erfolgreichen Besuch der Lehrveranstaltung haben die Studierenden fundierte Kenntnisse über die internationalen Strukturen des Sports und die Institutionen internationaler Sportpolitik. Sie verstehen die Mechanismen der Vergabe und Vermarktung von internationalen Sportgroßveranstaltungen und sind in der Lage Sportsysteme und Sportorganisation verschiedener Nationen zu analysieren und zu bewerten. In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden qualifiziert, die zunehmenden transnationalen Verflechtungen und die daraus resultierenden ökonomischen Dimensionen des Sports mit seinen symbiotischen Beziehungen zu internationalen Konzernen kritisch zu reflektieren und einzuordnen.

Inhalte

Die Lehrveranstaltung befasst sich mit den Zielen internationaler Sportpolitik und mit den Aufgaben und Funktionen internationaler Sportverbände (IOC, FIFA, WADA, CAS, ...) unter besonderer Berücksichtigung der Problematik im Zusammenhang mit der Vergabe, Vermarktung und Durchführung internationaler Sportevents. Einen weiteren inhaltlichen Schwerpunkt bildet der Vergleich von unterschiedlichen Organisationsformen im internationalen Sport am Beispiel USA und Europa, sowie die Geschichte und die Entwicklung der olympischen Spiele.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit praktischen Übungen, Referate, kooperatives Lernen, Selbststudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlagenmodul, keine besonderen Kenntnisse erforderlich.
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul III.3 Sportrecht; Modul VI.1 Wirtschafts- und Sportpolitik
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung**Inhalte**

Problemwahrnehmung, Handlungskonsequenzen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90) + R 15	70% / 30%

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 22,5 Std./ 20%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 37,5 Std./ 28%	Aufgaben/Gruppenarbeit 65 Std./ 52%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.5.1	Internationale Strukturen des Sports I
I.5.2	Internationale Strukturen des Sports II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Internationale Strukturen des Sports I
---------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse in Bezug auf die internationalen Strukturen des Sports und die Institutionen internationaler Sportpolitik. Sie verstehen die Mechanismen bei der Vergabe und Vermarktung von internationalen Sportgroßveranstaltungen und sind in der Lage Sportsysteme und Sportorganisation verschiedener Nationen zu analysieren und zu bewerten. Die Studierenden überblicken die Bedeutung des paralympischen Sports und können die Entwicklungen im Behindertensport nachvollziehen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • The Olympic Movement, • The modern Olympic Games, • The Paralympic Games, • Disability and Sports. 			
Lehr-/Lernformen			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Kemper, R., Teipel, D. (2014): Behindertensport: Inklusion – Rehabilitation – Special Olympics – Paralympics. Strauß, Köln. • Seppelt, H., Löer, W. (2019): Feinde des Sports: Undercover in der Welt des Spitzensports. Econ, Berlin. • Smith, B. (ed.) (2014): Paralympics and Disability Sport. Routledge, London. • Spaaij, R. (Ed.), Burtleson, C. (Ed.) (2013): The Olympic Movement and the Sport of Peacemaking. Routledge, New York. 			
Besonderes---			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 1	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Englisch, Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 11,25 Std. / 22,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Std. / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 28,75 Std. / 57,5%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Internationale Strukturen des Sports II
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden qualifiziert, die zunehmenden transnationalen Verflechtungen und die daraus resultierenden ökonomischen Dimensionen des Sports mit seinen symbiotischen Beziehungen zu internationalen Konzernen kritisch zu reflektieren und einzuordnen. Sie kennen die wesentlichen Unterschiede der transatlantischen Sportkulturen und sind in Lage diese zu analysieren und zu diskutieren. Sie kennen die Hintergründe und Zusammenhänge der weltweiten Dopingpraxis sowie die Einrichtungen und Methoden zur Lösung dieser komplexen Problematik.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Commercial Trends in Sports, • Preventing Manipulation of Competitions, • Comparing Professional Sports – North America vs Europe, • Anti Doping Key Facts. 			
Lehr-/Lernformen			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Clasing, D. (2010): Doping und seine Wirkstoffe: Verbotene Arzneimittel im Sport, 2. Überarbeitete Auflage. Spitta, Balingen. • Desbordes, M. (2007): Marketing and Football, an international perspective. Elsevier, Oxford 			

<ul style="list-style-type: none"> • Ming, L./MacIntosh, E./Gonzalo, B. (2012): International sport management. Human Kinetics, Champaign Illinois. • Nufer, G./Bühler, A. (2013): Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing (3. Aufl.). ESV, Berlin. • Pedersen, P./Thibault, L. (2014): Contemporary Sports Management, 5th edition. Human Kinetics, Champaign Illinois. • Tokarski, W./ Petry, K. (2010): Handbuch Sportpolitik. Hofmann, Schorndorf. • Van Overloop, P. (2015): Internationalisierung professioneller Fußballclubs: Grundlagen, Status Quo und Erklärung aus der Sicht des internationalen Managements. Springer Gabler, Heidelberg.
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 1	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Englisch, Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 11,25 Std. / 15%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 27,5 Std. / 36,7%		Aufgaben/Gruppenarbeit 36,25 Std / 48,3%

Modulbeschreibung

Code 432-006	Modulbezeichnung Schlüsselqualifikationen I
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) <ul style="list-style-type: none"> • Können wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen und verfügen über lernpsychologische Kompetenzen. • Können englische Texte ohne Lexikon lesen und verstehen. • Können englische Texte auf einem „Intermediate-Level“ schreiben. • Können sich auf Englisch in Business-Situationen unterhalten. • Können sich anforderungsgerecht auf Klausuren vorbereiten. • Können zielgruppengerecht präsentieren. • Können Präsentationsmedien anforderungsgerecht einsetzen.
Inhalte <ol style="list-style-type: none"> 1. To read texts without a dictionary. 2. To develop and improve students' oral and written communication skills. 3. To enrich vocabulary with a focus on business terminology. 4. To enlarge the knowledge of the business world 5. Auftreten vor Gruppen

6. Stimme, Sprache, Gestik 7. Umgang mit Nervosität 8. Methoden der Informationsbeschaffung u. –verarbeitung 9. Vorbereitung und Verhalten bei Prüfungen 10. Persönliche Arbeitstechniken und Zeitmanagement
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeiten, Präsentationen, Fallstudie

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlegende Lerntechniken, die in der Schule vermittelt werden
Vorbereitung für das Modul	Manuskript, Aufgabensammlung, weiteres Lernmaterial.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Lern- und Arbeitstechniken sowie Rhetorik und Präsentationstechniken sind für das gesamte Studium grundlegend
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Global Citizenship, ökologische Themenstellungen für die StA
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 5
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		

Präsenz/ Kontakt 56,25 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std. / 20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 43,75 Std. / 35%
---	--	---

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.6.1	Lern- und Arbeitstechniken
I.6.2	Rhetorik und Präsentation
I.6.3	Business English I

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Lern- und Arbeitstechniken
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten des Zeit- und Selbstmanagements. Sie sind in der Lage erste wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen und verfügen über lernpsychologische Kompetenzen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Lernmotivation 2. Lernzeitmanagement 3. Informationsbeschaffungsmethoden 4. Grundlagen der Informationsverarbeitung und Informationsaufnahme 5. Persönliche Arbeitstechniken 6. Anfertigung von wissenschaftlichen Arbeiten 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Manuskript und Aufgabensammlung			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Heesen, B.: Wissenschaftliches Arbeiten. Methodenwissen fürs Bachelor- Master- und Promotionsstudium, Berlin. • Jäger, R.: Selbstmanagement und persönliche Arbeitstechniken, Wettenberg. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Rost, F.: Lern- und Arbeitstechniken für das Studium, Berlin. (Jeweils die neueste Auflage)
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 1	SWS 1	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 1 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 11,25 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 6 Std. / 24%		Aufgaben/Gruppenarbeit 7,75 Std. / 31%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.2	Titel der Lehrveranstaltung Rhetorik und Präsentation
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kennen die grundlegenden Präsentationstechniken und sind in der Lage Sprache und Gestik zur Optimierung Ihrer Vorträge einzusetzen. Sie sind imstande, frei vor größeren Gruppen zu sprechen und können verschiedene Medien für Ihre Referate nutzen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Präsentationstechniken, • Auftreten vor Gruppen, • Umgang mit Nervosität, • Einsatz der Medien, • Stimme, Sprache, Gestik. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Impulsreferate, Selbstpräsentation, Videoaufnahmen von Präsentationen, Nutzung verschiedener Medien.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			

Manuskript
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Lay, R.: Dialektik für Manager, Berlin. • Nix, U.: Überzeugend und lebendig reden – so steigern sie ihre persönliche Ausstrahlungskraft, Heidelberg. • Seifert, J. W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Offenbach. (Jeweils die neueste Ausgabe)
Besonderes Bedarfsorientiertes Tutorium

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 9 Std. / 18%		Aufgaben/Gruppenarbeit 18,5 Std. / 37%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.3	Titel der Lehrveranstaltung Business English I
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind in der Lage, englische Texte ohne Lexikon lesen und verstehen. Sie erlernen, englische Texte auf einem „Intermediate-Level“ schreiben und können sich auf English in Business-Situationen unterhalten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte A script "Business English Class" used in the 1st academic term comprises: 12 texts and 40 exercises which focus on business topics such as Commercial Correspondence (which includes writing a business letter, invoice, enquiry (Anfrage), quotation (Angebot), terms of payment and delivery (Zahlungs-/ Lieferbedingungen), drawing up contracts (Verträge aufsetzen), making reservations, Telecommunications, Employment, A Letter of Application and CV/Resume (Bewerbung und Lebenslauf), Banks and Payment, Finance, Marketing, International Business, Multinational Enterprises, Business Crime (Wirtschaftsverbrechen), Taxation Policy (Steuerpolitik), Computer, Internet Piracy, Spamming etc.			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Gruppenarbeit, Referate.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Englische Handelskorrespondenz im Griff (Klett Verlag). • Englischer Fachwortschatz Wirtschaft im Griff (Klett Verlag). • Business Englischer Wortschatz nach Sachgebieten geordnet (Humboldt Taschenbuch). • The Concise Oxford Dictionary; • Englisch für Kaufleute. Geschäftskorrespondenz und Handelskunde, Langenscheidt; • An Outline of American Economy, United States Information Agency. • Collins Student's Grammar, The University of Birmingham. • Up-to-date articles from newspapers and magazines: Financial Times, Time Magazine, Money Week, Economist, International Herald Tribune.
Besonderes EDV-Module werden zum Selbstlernen eingesetzt.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja/Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Englisch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Std. / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 Std. / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-007	Modulbezeichnung Grundlagen der BWL IV
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Ziel des Moduls ist u.a. die Erarbeitung eines Überblicks über Fragestellungen, Methoden und Ansätze aus den Bereichen Kosten- und Leistungsrechnung, Investition und Finanzierung sowie Projektmanagement. Auf dieser Grundlage soll ein Verständnis für die wirtschaftswissenschaftliche Arbeitsweise erworben und das Fundament für die Transferprozesse im angewandten Management gelegt werden. Die Studierenden sollen die Konzepte und Methoden der KLR kennenlernen. Sie sollen dazu in der Lage sein Konzepte und Methoden der KLR auf Aufgabenstellungen zu übertragen und eigenständige Lösungsansätze zu finden. Zudem sollen die Studierenden Lernteams zur gemeinsamen Ableitung von Prüfungsfragen und zur Bearbeitung des

Aufgabenkataloges bilden. Die Studierenden sollen zudem die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen verstehen lernen.

Die Studierenden kennen die Konzepte und Methoden der Investition und Finanzierung und können mit praktischen Fragestellungen im Bereich Investition und Finanzierung durch den Einsatz der passenden Konzepte umgehen. Zudem erkennen die Studierenden die Verknüpfung der Inhalte mit den Inhalten der Kostenrechnungsvorlesung aus dem letzten Semester. Sie können abschätzen, welche betriebswirtschaftlichen Verfahren in welcher Entscheidungssituation (einperiodig/mehrperiodig) sinnvoll anwendbar sind. Darüber hinaus sollen die Studierenden dazu in die Lage versetzt werden, Investitions- und Finanzierungskonzepte auf eigene praktische Sachverhalte anzuwenden (Humankapitalberechnung, NWA für Autokauf, richtige Finanzierungsvarianten für eigene Vorhaben)

Die Studierenden lernen die Prozesse und Methoden des Projektmanagements kennen und können die PRM-Methodik auf vorliegende Aufgabenstellungen anwenden. Zudem sind sie in der Lage, projektmanagementorientierte Aufgabenstellungen zu analysieren und Lösungswege abzuleiten und umzusetzen. Darüber hinaus sind die Studierenden imstande Projektmanagement-Sachverhalte in den gesamten Unternehmenskontext einzuordnen und den Zusammenhang zwischen Projekt- und Prozessmanagement zu erkennen. Die Studierenden erleben gruppendynamische Sachverhalte und erlernen diese bewusst zu reflektieren. Sie können ihre eigenen Verhaltensweisen an die Anforderungen der praktischen Projektarbeit anpassen. Sie sind in der Lage, Teams eigenständig zu organisieren, gemeinsame Zielsetzungen zu finden und die Projektplanung systematisch umzusetzen.

Inhalte

In diesem Modul werden die Grundkenntnisse der Kostenrechnung vermittelt, insbesondere die grundlegende Funktionsweise und zentrale Prinzipien der Kostenrechnung. Zudem werden Kenntnisse und Fertigkeiten zu Investition und Finanzierung vermittelt. Fachlich sollen die Grundlagen des Projektmanagements sowie die wesentlichen Instrumente, Methoden und Strategien des Projektmanagements vermittelt und eingeübt werden.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten, Tutorium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Buchführungskennntnisse, insbesondere als Grundlage für die Vorlesung Kostenrechnung, Wissen aus Marketing I und Grundlagen der BWL
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist Wiederholung der Vorlesung „Buchführung“ aus dem ersten Semester

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorlaufende Module: Grundlagen der BWL I/ II / III Nachlaufendes Modul: Allg. BWL V
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Insbesondere im Projektmanagement werden die Bezüge zur nachhaltigen Planung und Durchführung von Veranstaltungen vermittelt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std./ 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 55,5 Std. / 37%	Aufgaben/Gruppenarbeit 27 Std. /18%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.1.1	Kosten- und Leistungsrechnung
II.1.2	Investition und Finanzierung
II.1.3	Projektmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Kosten- und Leistungsrechnung
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden sollen die Konzepte und Methoden der KLR kennenlernen. Sie sollen dazu in der Lage sein Konzepte und Methoden der KLR auf Aufgabenstellungen zu übertragen und eigenständige Lösungsansätze zu finden. Zudem sollen die Studierenden Lernteams zur gemeinsamen Ableitung von Prüfungsfragen und zur Bearbeitung des Aufgabenkataloges bilden. Die Studierenden sollen zudem die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen verstehen lernen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

1 Kosten- und Erlösrechnung als Teil des Rechnungswesens

- 2. Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung
- 3 Kosten- und Erlösrechnung auf Vollkostenbasis
 - 3.1 Kostenartenrechnung
 - 3.2 Kostenstellenrechnung

3.3 Kostenträgerrechnung

3.4 Kritik der Kostenrechnung auf Vollkostenbasis

4 Kosten- und Erlösrechnung auf Teilkostenbasis

- 4.1 Charakter der Teilkostenrechnung
- 4.2 Deckungsbeitragsrechnung als Periodenerfolgsrechnung
- 4.3 Typische operative Entscheidungssituationen

5 Kostenrechnung auf Basis von Plankosten

- 5.1 Aufgaben der Plankostenrechnung
- 5.2 Grundlagen der Kostenplanung
- 5.3 Systeme der Plankostenrechnung
- 5.4 Kostenkontrolle und Abweichungsanalyse in der Plankostenrechnung
- 5.5 Kritische Würdigung der Plankostenrechnung

Diese Vorlesung dient dazu einen fundierten Überblick über die Grundlagen der Kostenrechnung und grundlegende Konzepte zu vermitteln. Es werden die wichtigsten Begriffe sowie grundlegende Inhalte und Kostenrechnungssystematiken dargestellt und diskutiert. An Praxisbeispielen werden die Anwendungen der Konzepte aufgezeigt und in Übungen vertieft.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen im zusätzlich angebotenen Tutorium

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, München.
- Haberstock, L.: Kostenrechnung I. Einführung, Berlin.
- Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen, Berlin.
- Schmidt, A.: Kostenrechnung, Stuttgart.
- Schweitzer, M./Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München.
- Steger, Johan: Kosten- und Leistungsrechnung: Einführung in das betriebliche Rechnungswesen, München, Wien.

(Jeweils die neueste Auflage)

Besonderes

Tutorium, Praxisreferent

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Std. / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Std. / 24%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Investition und Finanzierung
-----------------------	--

Ausgestaltung**Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)**

Die Studierenden kennen die Konzepte und Methoden der Investition und Finanzierung und können mit praktischen Fragestellungen im Bereich Investition und Finanzierung durch den Einsatz der passenden Konzepte umgehen. Zudem erkennen die Studierenden die Verknüpfung der Inhalte mit den Inhalten der Kostenrechnungsvorlesung aus dem letzten Semester. Sie können abschätzen, welche betriebswirtschaftlichen Verfahren in welcher Entscheidungssituation (einperiodig/mehrperiodig) sinnvoll anwendbar sind. Darüber hinaus sollen die Studierenden dazu in die Lage versetzt werden, Investitions- und Finanzierungskonzepte auf eigene praktische Sachverhalte anzuwenden (Humankapitalberechnung, NWA für Autokauf, richtige Finanzierungsvarianten für eigene Vorhaben)

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen der Finanzwirtschaft
- Traditionelle Sichtweise
- Moderne Sichtweise
- Finanzwirtschaftliche Zielsetzungen
- Grundlagen der Investitionsrechnung
- Grundlagen der Investitionsplanung
- Statische Investitionsrechnung zur Beurteilung von Sachinvestitionen
- Dynamische Investitionsrechnung zur Beurteilung von Sachinvestitionen
- Die Nutzwertanalyse zur Beurteilung von Sachinvestitionen
- Investitionsrechnung zur Beurteilung von Finanzinvestitionen
- Grundlagen der Finanzierung
- Grundlagen der Finanzplanung
- Finanzierungsformen
- Formen der Innenfinanzierung
- Formen der Außenfinanzierung

Diese Vorlesung dient dazu einen fundierten Überblick über die Grundlagen der Investition und Finanzierung zu vermitteln. Es werden die wichtigsten Begriffe sowie grundlegende Inhalte und Investitionsrechnungssystematiken dargestellt und diskutiert. An Praxisbeispielen werden die Anwendungen der Konzepte aufgezeigt und in Übungen vertieft.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen im zusätzlich angebotenen Tutorium, Vortrag eines Praktikers zu Finanzierungsthemen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten, Metaplanarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Gleis, C.: Grundlagen Investition und Finanzierung. 2. Auflage, München 2009.
- Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition. 6. Auflage, München, 2010.
- Olfert, K./Reichel, C.: Finanzierung, 14. Aufl., Ludwigshafen (Rhein) 2008.
- Olfert, K./Reichel, C.: Investition, 11. Aufl., Ludwigshafen (Rhein) 2009.
- Perridon, M./Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 15. Aufl., München 2009.
- Schmidt, R. H./Terberger, E.: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, Nachdruck der 4. Auflage, Wiesbaden 1999.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Auf., Wiesbaden 2009.

Besonderes

Tutorium, Praxisreferent

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				

Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20,5 Std. / 41%	Aufgaben/Gruppenarbeit 7 Std. / 14%
-----------------------------------	--	---

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.I.3	Titel der Lehrveranstaltung Projektmanagement
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden lernen die Prozesse und Methoden des Projektmanagements kennen und können die PRM-Methodik auf vorliegende Aufgabenstellungen anwenden. Zudem sind sie in der Lage, projekt-managementorientierte Aufgabenstellungen zu analysieren und Lösungswege abzuleiten und umzusetzen. Darüber hinaus sind die Studierenden imstande Projektmanagement-Sachverhalte in den gesamten Unternehmenskontext einzuordnen und den Zusammenhang zwischen Projekt- und Prozessmanagement zu erkennen. Die Studierenden erleben gruppendedynamische Sachverhalte und erlernen diese bewusst zu reflektieren. Sie können ihre eigenen Verhaltensweisen an die Anforderungen der praktischen Projektarbeit anpassen. Sie sind in der Lage, Teams eigenständig zu organisieren, gemeinsame Zielsetzungen zu finden und die Projektplanung systematisch umzusetzen. Die Studierenden lernen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens kennen und können diese auf eine konkrete Aufgabenstellung übertragen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen des Projektmanagements
- Projektstart
- Projektplanung
- Projektoptimierung
- Projektdurchführung
- Projektkontrolle
- Risikomanagement in Projekten
- Projektabschluss

Fachlich sollen die Grundlagen des Projektmanagements sowie die wesentlichen Methoden des Projektmanagements vermittelt und eingeübt werden.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten und Planspiel

Literatur/Lehrmaterial

- Bea, F.X./ Scheurer, S./ Hesselmann, S.: Projektmanagement,
- Burghardt, M.: Einführung in Projektmanagement: Definition, Planung, Kontrolle und Abschluss,

<ul style="list-style-type: none"> • Litke, H.-D.: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement, • Patzak, G. / Rattay, G.: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. (Jeweils neueste Auflage)
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 19,5 Stunden / 39%		Aufgaben/Gruppenarbeit 8 Stunden / 16%

Modulbeschreibung

Code 432-008	Modulbezeichnung Wirtschaftsrecht
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Kenntnisse des allgemeinen Teils des BGB dienen als Grundlage für die weiteren Veranstaltungen im Zivilrecht. Die Studierenden kennen die Grundlagen des Handels- und Gesellschaftsrechts. Sie kennen die Besonderheiten beider Rechtsgebiete als speziellem Teil des allgemeinen (Wirtschafts-)Privatrechts. Sie verstehen die Regelungsbereiche im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr.</p> <p>Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle in den Rechtsgebieten selbständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der handels- und gesellschaftsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen und können dafür Lösungsansätze entwickeln.</p>
<p>Inhalte</p> <p>In der Vorlesung und den Übungen werden zunächst der Begriff des Rechts und die Stellung der einzelnen Rechtsgebiete erläutert. Dargestellt wird ferner die juristische Methodik anhand von Beispielen. Erläutert werden die einzelnen Bereiche des Allgemeinen Teils des BGB, u.a. die Rechtsgeschäftslehre, die Bestimmungen über die Geschäftsfähigkeit, die Willensmängel oder die Prinzipien der Stellvertretung. Ergänzt und vertieft wird das Gelernte anhand von Fällen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Handelsrecht (Handelsstand und Handelsgeschäfte) - Gesellschaftsrecht (Gesellschaftsrechtliche Grundstrukturen, Personen- und Kapitalgesellschaftsrecht) - Schuldrecht

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)
Vorlesung mit Übungen , Tutorium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Gutes Sprachverständnis, gute Lese- und Rechtschreibkenntnisse; Grundkenntnisse im Zivilrecht
Vorbereitung für das Modul	Eine Vorbereitung ist nicht notwendig.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul III.3 Sportrecht; Modul III.4 Eventrecht
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Rechtsverständnis als Basis für soziale Nachhaltigkeit

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 46,5 Std. / 31%	Aufgaben/Gruppenarbeit 36 Std. / 24%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.2.1	Einführung in das Recht, BGB allgemeiner Teil

II.2.2	Schuldrecht
II.2.3	Handels- und Gesellschaftsrecht

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Einführung in das Recht, BGB allgemeiner Teil
----------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Nach Absolvierung der Veranstaltung verfügen die Studierenden über fundierte Kenntnisse bezüglich des Privatrechts. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Inhalte des allgemeinen Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches wiederzugeben und können ihre theoretischen Kenntnisse auch in die praktische Anwendung zum Lösung von Übungsfällen zu übertragen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Die Veranstaltung soll den Studierenden die Basis des Bürgerlichen Rechts vermitteln und den Studierenden einen vertieften Einblick in die Strukturen und die Funktionsweise dieses Rechtsbereichs geben. Sie sollen die Fertigkeiten erwerben, das Gelernte auf neue Sachverhalte anzuwenden und gegenüber Dritten zu vertreten.

Weitere Inhalte:

- Grundzüge und Wesen des Rechts / Rechtssubjekte / Rechtsobjekte / Rechtsgeschäftslehre
- Sachen / Zubehör / Bestandteile
- Willenserklärungen (Abgabe, Zugang, Auslegung, Widerruf)
- Form / Inhaltliche Schranken von Rechtsgeschäften
- Vertragsschluss (Bedingung, Befristung, Einbeziehung von AGB)
- Anfechtung von Willenserklärungen
- Geschäftsfähigkeit / Deliktsfähigkeit
- Vertretungsrecht
- Verjährung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesungen mit Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Tutorium

Literatur/Lehrmaterial

Eine Literaturliste wird zu Beginn der Veranstaltung ausgeteilt.

Besonderes

Ein Tutorium wird angeboten.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Std. / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Std. / 24%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.2.2	Titel der Lehrveranstaltung Schuldrecht
----------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden sind in der Lage, vertragliche und gesetzliche Schuldverhältnisse zu reflektieren und in der unternehmerischen Praxis anzuwenden. Sie kennen die gesetzlichen Grundlagen von Haftung und Schadenersatz und können diese auf entsprechende Fallbeispiele anwenden.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Unter Schuldrecht versteht man einen Teil des Zivilrechts, welcher die wechselseitigen Rechte und Pflichten betrifft. Zum 1. Januar 2002 hat das Schuldrecht eine umfangreiche Veränderung durch die so genannte Schuldrechtsmodernisierung erfahren. Wichtigste Inhalte der Schuldrechtsmodernisierung waren die Umsetzung von EG-Richtlinien, die Einführung eines einheitlichen Begriffs der Pflichtverletzung, die Integration bestimmter richterrechtlich entwickelter Rechtsinstitute und die Reform des Verjährungsrechts

- Verhältnis Gläubiger und Schuldner
- Vertragliche Schuldverhältnisse
- Gesetzliche Schuldverhältnisse
- Haftung, Schadenersatz, Mängelhaftung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Fallübungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)
z.B. Vortrag, Diskussionen, Übungen; Die Lehr- und Lernmethoden halten sich im Rahmen des Art. 5 Abs. 3 GG

Literatur/Lehrmaterial

- Dirk Looschelders: Schuldrecht Allgemeiner Teil. Vahlen Verlag, München 2011.
- Dirk Looschelders: Schuldrecht Besonderer Teil. Vahlen Verlag, München 2011.
- Dieter Medicus/Stephan Lorenz: Schuldrecht I. Allgemeiner Teil. 18. Auflage. C.H. Beck, München 2008.
- Dieter Medicus: Schuldrecht II. Besonderer Teil. C.H. Beck, München 2007.

Besonderes

Es wird bedarfsorientiert ein Tutorium angeboten

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkt x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Std. / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Std. / 24%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.2.3	Titel der Lehrveranstaltung Handels- und Gesellschaftsrecht
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die grundlegenden Institute des Handelsstands (Kaufmannseigenschaft, Firma, handelsrechtliche Vertretung, Handelsregister) und der Handelsgeschäfte. Sie kennen die Besonderheiten des Handelsrechts als spezieller Teil des allgemeinen (Wirtschafts-)Privatrechts. Sie verstehen das Handelsrecht im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr.

Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle im Rechtsgebiet selbständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der handelsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen (Scheinkaufmann, handelsregisterrechtliche Rechtsscheinstatbestände, Prokura, Gewährleistungsprobleme beim Handelskauf) und können dafür Lösungsansätze entwickeln. Die Studierenden kennen die Grundprinzipien des Gesellschaftsrechts. Sie kennen die Besonderheiten der Personen- sowie der Kapitalgesellschaften. Sie verstehen das Gesellschaftsrecht im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr. Sie kennen die grundlegenden Problemfelder des Gesellschaftsrechts (Rechtsform, Innen- und Außenrecht, Haftung, Vertretung, Gründung und Auflösung von Gesellschaften etc.).

Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle im Rechtsgebiet selbständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der gesellschaftsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen (Haftung und Haftungsbegrenzung, Scheingesellschaft) und können dafür Lösungsansätze entwickeln.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Die Vorlesung gibt einen vertieften Einblick in das Recht des Handelsstands und der Handelsgeschäfte. Daneben werden anhand von aktuellen Fällen aus der Rechtsprechung auch Vorschriften aus dem Bereich des Wettbewerbs- und Verbraucherschutzrechts sowie des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen behandelt, die für unternehmerische Aktivitäten der Kaufleute von besonderer Relevanz sind.

1. Handelsgesetzbuch (HGB) im Überblick
2. Gegenstand und Zweck des Handelsrechts
3. Rechtsquellen des Handelsrechts
4. Bedeutung von AGB im kaufmännischen Rechtsverkehr
5. Kaufmannsbegriff
6. Handelsgeschäfte (Begriff/Zustandekommen)
7. Handelskauf
8. Kommissionsgeschäft
9. Handelsgeschäfte und Sachenrecht
10. Kontokorrent
11. Firmenbildung (Grundsätze) und Schutz der Firma
12. Inhaberwechsel und Firmenfortführung
13. Handelsrechtliche Vertretungsregeln
14. Selbständige Hilfspersonen des Kaufmanns
15. Handelsregister und Rechtsscheintatbestände

Die Vorlesung gibt einen vertieften Blick in das Recht der Personengesellschaften und der Kapitalgesellschaften. Daneben werden anhand aktueller Fälle aus der Rechtsprechung die Struktur und die gesellschaftsspezifischen Besonderheiten beleuchtet. Behandelt werden insbesondere folgende Fragen: Gründung von Gesellschaften, Innere Ordnung, Organe, Vertretungsbefugnisse, Geschäftsführung, Haftung, Außenverhältnisse, Formbedürftigkeiten. Verantwortlichkeiten der Organe nach außen, Rechtsfähigkeit der Gesellschaften, Nachfolgeregelungen, Auflösung und Beendigung der Gesellschaften, Liquidation.

1. Allgemeine Grundsätze des Gesellschaftsrechts im Überblick
2. Gegenstand und Zweck des Gesellschaftsrechts
3. Rechtsquellen des Gesellschaftsrechts
4. Unterscheidung Personen- und Kapitalgesellschaften
5. Die GbR
6. Die Handelsgesellschaften
7. Die sonstigen Personengesellschaften
8. Das Recht der Kapitalgesellschaften
9. Der Verein als Grundmodell der Körperschaft
10. Die GmbH
11. Die Aktiengesellschaft

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit begleitendem Tutorium
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Diskussion, Gruppenarbeit, seminaristisches Tutorium
Literatur/Lehrmaterial Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen <ul style="list-style-type: none"> • Enders, T; Hesse, M.: Gesellschafts- und Handelsrecht, Stuttgart München. • Grunewald, B.: Gesellschaftsrecht, Tübingen. • Klunzinger, E.: Grundzüge des Handelsrechts, München. • Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, München. • Oetker, H.: Handelsrecht, Berlin. (jeweils neueste Auflage)
Besonderes Es wird ein Tutorium angeboten

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Std. / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Std. / 24%

Modulbeschreibung

Code 432-009	Modulbezeichnung Einführung ins Eventmanagement
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Nach erfolgreicher Beendigung der Lehrveranstaltung verfügen die Studierenden über ein breites branchenspezifisches Wissen im Management von Sport- Freizeit- und Kulturevents unter besonderer Berücksichtigung von betriebswirtschaftlichen, kommunikativen und vermarktungsorientierten Aspekten. Das Modul vermittelt spezifische Fähigkeiten Events strategisch als Instrument der Unternehmenskommunikation zu planen und einzusetzen und die Rolle von Events im Marketing-Mix einzuordnen. Die Studierenden entwickeln ein umfassendes Verständnis für die Wünsche und Bedürfnisse von Eventteilnehmern und der
--

damit zusammenhängenden Bedeutung von Emotionen und Flowerlebnissen für die positive Wahrnehmung von Markenwelten. Sie sind in der Lage Events basierend auf den gesetzlichen und versicherungsrechtlichen Vorgaben und Kriterien professionell zu planen und passende Logistikkonzepte zu entwickeln.

Inhalte

Das Modul befasst sich mit der Analyse verschiedener Branchenspezifika aus dem Sport-Freizeit- und Kulturbereich, mit theoretischen Modellen der Besucherforschung und der Bedeutung von Erlebnissen in unserer heutigen Gesellschaft. Die Veranstaltung fokussiert sich insbesondere auf das Zielgruppen spezifische Projektmanagement von Events, Messen und Kongressen mit den inhaltlichen Schwerpunkten Inszenierung, Emotionalisierung und Sponsorenakquise. Weitere zentrale Themen: Finanzierung und Budgetierung, rechtliche und versicherungstechnische Grundlagen, Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement, Logistik und Inszenierung sowie aktuelle Trends und Entwicklungen in den Marktsegmenten.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vortrag, praktischen Übungen, Diskussion, Referate, kooperatives Lernen, Selbststudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine
Vorbereitung für das Modul	Modul I.I Allgemeine BWL I

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren Eventmanagementmodule
Einsatz in anderen Studiengängen	Outdoor- und Tourismusmanagement, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Umweltmanagement, Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der Planung von Events.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Jörg Heinzelmann

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 Std. / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 42,5 Std. / 28%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.3.1	Grundlagen Eventmanagement
II.3.2	Eventinszenierung
II.3.3	Eventlogistik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen Eventmanagement
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden verfügen nach der Teilnahme an der Lehrveranstaltung über fundierte branchen- und funktionsübergreifende Managementkompetenzen, die Sie befähigen Events als unternehmerische Einheit auf dem hochkompetitiven Veranstaltungsmarkt ökonomisch und kundenfokussiert zu positionieren und perspektivisch weiterzuentwickeln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die bereits in anderen Modulen erworbenen Kenntnisse über die grundlegenden Prinzipien des betriebswirtschaftlichen Handelns auf die speziellen Bedingungen und Erfordernisse der Eventbranche anzuwenden. Ziel ist es, den Studierenden die wesentlichen Planungs- und Organisationsinstrumente der verschiedenen Eventformen interdisziplinär zu vermitteln, um sie als Eventmanager sowohl auf der kreativ-konzipierenden als auch auf der strategisch-operativen Ebene kompetent und handlungsfähig zu machen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Eventbegriff, Historie, • Events als gesellschaftliches Phänomen, • Funktionen von Events, • Konzeption und Management von Sport- Freizeit- und Kulturevents, • Budgetierung und Evaluation von Events, • Kommunikative und vermarktungsorientierte Aspekte von Events, • Die Rolle von Events im Marketing-Mix, • Events als Instrument der Unternehmenskommunikation,
Lehr-/Lernformen Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit
Literatur/Lehrmaterial Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen <ul style="list-style-type: none"> • Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Michow, J., Ulbricht, J. (2013): Veranstaltungsrecht: Recht der Konzert- und Unterhaltungsveranstaltungen. C. H. Beck, München. • Nufer, G., Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin. • Von Graeve, M. (2014): Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen. • Zanger, C. (2015): Events und Emotionen: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Springer Gabler, Heidelberg.
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15 Std. / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12,5 Std. / 25%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Eventinszenierung
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden entwickeln ein umfassendes Verständnis für die Wünsche und Bedürfnisse von Eventteilnehmern und der damit zusammenhängenden Bedeutung von Emotionen und Flowerlebnissen für die positive Wahrnehmung von Markenwelten. Sie sind in der Lage Events adressatengerecht zu konzipieren und zu inszenieren sowie die Effekte und Resultate zu evaluieren.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Erlebnis statt Dienstleistung, • Motive der Erlebnisgesellschaft, • Events als innovatives Kommunikationsmittel, • Emotionale Aspekte der Eventinszenierung (die 7 Hochgefühle), • Inszenierungs-Instrumente für Events, • Ziele, Zielgruppen und Konzeptionen, • Nachbereitung und Evaluierung. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			
Literatur/Lehrmaterial			
Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen			
<ul style="list-style-type: none"> • Eisermann, U., Winnen, L., Wrobel, A. (Hrsg.) (2014): Praxisorientiertes Eventmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. • Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Nufer, G./Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin. • Von Graeve, M. (2014): Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen. • Zanger, C. (2015): Events und Emotionen: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Springer Gabler, Heidelberg. 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 12,5 Std. / 25%		Aufgaben/Gruppenarbeit 15 Std. / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.3.3	Titel der Lehrveranstaltung Eventlogistik
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind in der Lage basierend auf den gesetzlichen und versicherungsrechtlichen Vorgaben und Kriterien Events professionell zu planen und passende Logistikkonzepte zu entwickeln. Ziel ist es, den Studierenden die wesentlichen Planungs- und Organisationsinstrumente der verschiedenen Eventformen interdisziplinär zu vermitteln, um sie als Eventmanager sowohl auf der kreativ-konzipierenden als auch auf der strategisch-operativen Ebene kompetent und handlungsfähig zu machen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Versammlungsstättenverordnung, • Sicherheitskonzepte, Besuchermanagement, • Koordination und Ablaufplanung, • Risikomanagement, Plan B, • Licht- und Tontechnik, • Nachbereitung und Evaluierung. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) <ul style="list-style-type: none"> • Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen. 			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			
Literatur/Lehrmaterial Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen <ul style="list-style-type: none"> • Bobel, T.: Logistikorientiertes Eventmanagement. Haupt, Bern. • Eisermann, U., Winnen, L., Wrobel, A. (Hrsg.): Praxisorientiertes Eventmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. • Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Muchna, C. et al.: Grundlagen der Logistik: Begriffe, Strukturen und Prozesse. Springer Gabler, Wiesbaden. • Von Graeve, M.: Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 12,5 Std. / 25%		Aufgaben/Gruppenarbeit 15 Std. / 30%	

Modulbeschreibung

Code 432-010	Modulbezeichnung Compliance
------------------------	---------------------------------------

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compliance relevante Rechtsgebiete zu diskutieren, • Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung einzuordnen und einzusetzen, • vielfältige Aspekte von Verstößen gegen das Kartellgesetz zu analysieren und darzustellen, • die Besonderheiten der Compliance im Arbeitsrecht und im Datenschutz zu thematisieren und anzuwenden, • die wesentlichen Ideen und Prinzipien eines Regelwerks zur Compliance (Code of Ethics) im Betrieb zu implementieren.
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Haftung und Unternehmenshaftung, • Compliance relevante Rechtsgebiete, • Korruption, • Kartellrecht, • Arbeitsrecht und Datensicherheit, • Rechnungswesen, • Etablierung eines Compliance Management Systems (CMS), • Verhalten bei Ermittlungen.
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium und kooperativem Lernen.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine
--	-------

Vorbereitung für das Modul	u.a. Literaturangaben, Texte, Hinweise auf multimedial gestützte Lehr- und Lernprogramme.
----------------------------	---

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Module „Grundlagen der BWL“ der Semester 1-2, Modul II.2 Wirtschaftsrecht, Modul III.3 Sportrecht.
Einsatz in anderen Studiengängen	Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte	Nachhaltiges Compliance Management; Entwicklung von Unrechtsbewusstsein.
---------	--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std. / 35%	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std. / 35%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.4.1	Compliance

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Compliance
----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage:

- Compliance relevante Rechtsgebiete zu diskutieren,
- Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung einzuordnen und einzusetzen,
- vielfältige Aspekte von Verstößen gegen das Kartellgesetz zu analysieren und darzustellen,
- die Besonderheiten der Compliance im Arbeitsrecht und im Datenschutz zu thematisieren und anzuwenden,
- die wesentlichen Ideen und Prinzipien eines Regelwerks zur Compliance (Code of Ethics) im Betrieb zu implementieren.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Persönliche Haftung und Unternehmenshaftung,
- Compliance relevante Rechtsgebiete,
- Korruption,
- Kartellrecht,
- Arbeitsrecht und Datensicherheit,
- Rechnungswesen,
- Etablierung eines Compliance Management Systems (CMS),
- Verhalten bei Ermittlungen.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium und kooperativem Lernen.

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit, Diskussion, seminaristisches Tutorium.

Literatur/Lehrmaterial

- Behringer, S. (2018): Compliance kompakt: Best Practice im Compliance-Management. ESV, Berlin.
- Eckert, T., Deters, H. (2018): Praxiswissen Compliance, 2. Auflage. Haufe, Freiburg.
- Skript mit Fragestellungen (Repetitorium)

Besonderes ----

Organisation

ECTS-Punkte 6	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 45 Std. / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std. / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std. / 35%	

Modulbeschreibung

Code 432-011	Modulbezeichnung Schlüsselqualifikationen II
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in den Bereichen Wirtschaftsinformatik sowie im Persönlichkeitstraining und Teambuilding. Die Kenntnisse aus Business English I werden vertieft. Die beiden ersten Bereiche bilden einen besonderen Bezug zu den Spezifika zu Fragestellungen im Themenfeld Sport- und Eventmanagement. Die Studierenden verfügen über eine entsprechende digitale Kompetenz und sind in der Lage, Teambuildingmaßnahmen zu konzipieren und zielorientiert einzusetzen. Des Weiteren erwerben Sie profunde Kenntnisse zur Formulierung und Erstellung von wirtschaftswissenschaftlichen Texten.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Informationsmanagement, Aspekte des Datenaustausches, Digitale Kompetenz, Managementinformationssysteme, Business Intelligence, Informationsverarbeitung im Unternehmen (E-Business), Industrie 5.0.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesungen, Übungsaufgaben</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	keine

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.6 Schlüsselqualifikationen I; III.1 Medien und Digitalisierung im Sport.
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Social Intelligence, Novel and Adaptive Thinking, Intercultural Competence
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60 + StA	40% / 60%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg S. Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus jährlich	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 40 Std. / 26,7%	Aufgaben/Gruppenarbeit 42,5 Std. / 28,3%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.5.1	Wirtschaftsinformatik I
II.5.2	Persönlichkeitstraining und Teambuilding
II.5.3	Business English II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Wirtschaftsinformatik I
----------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden haben die Bedeutung und Facetten der Wirtschaftsinformatik und des Informationsmanagements erfasst. Unter Anleitung können die erarbeiteten Grundlagen und Methoden auf Fallbeispiele angewendet werden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Beschreibung integrierter Informationssysteme • interner und externer elektronischer Datenaustausch • Kopplung von Anwendungssoftware über Schnittstellen • IT-gestützte Geschäftsprozesse mit Schwerpunkt EPK-Diagramm und ARIS-Konzept • Werkzeuge und Aufgaben des Informationsmanagement 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Präsentationen.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Fallanalysen, Übungsaufgaben.			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Abts, D., Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik. Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, Wiesbaden. • Balzert, H.: Lehrbuch Grundlagen der Informatik, Heidelberg. • Hansen, H.-R., Neumann, G.: Arbeitsbuch Wirtschaftsinformatik 1. IT-Lexikon, Aufgaben und Lösungen, Stuttgart. • Heuer, A., Saake, G., Sattler, K.-U.: Datenbanken, Konzepte und Sprachen, Frechen. • Mertens, P. et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin. • Scheer, A.-W.: ARIS. Vom Geschäftsprozess zum Anwendungssystem, Berlin. (Jeweils die neueste Auflage)			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 14 Std. / 28%		Aufgaben/Gruppenarbeit 13,5 Std. / 27%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Persönlichkeitstraining und Teambuilding
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind in der Lage, Teambuildingmaßnahmen zu konzipieren und zielorientiert einzusetzen. Sie kennen die wesentlichen Theorien und Konstrukte der Persönlichkeitsentwicklung und können diese erläutern. Sie verfügen über eine fundierte Problemlösungskompetenz und kennen die volitionalen Aspekte und Perspektiven der Persönlichkeitsentwicklung und -veränderung.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte •			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen, Workshop.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Seminare, Diskussionen, Gruppenarbeit, Rollenspiele			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Alter, U. (2019): Teamidentität, Teamentwicklung und Führung, 2. aktualisierte Auflage. Springer, Wiesbaden. • Neyer, F. J., Asendorpf, J. B. (2017): Psychologie der Persönlichkeit, 6. Überarbeitete Auflage. Springer, Wiesbaden. • Van Dick, R., West, M. A. (2013): Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung, 2. Überarbeitete Auflage. Hogrefe, Göttingen. 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 12 Std. / 24%		Aufgaben/Gruppenarbeit 15,5 Std. / 31%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5.3	Titel der Lehrveranstaltung Business English II
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden vertiefen Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem ersten Kurs. Sie sind in der Lage betriebswirtschaftliche Texte zu lesen und den Inhalt in englischer Sprache wiederzugeben. Des Weiteren erwerben Sie profunde Kenntnisse zur Formulierung und Erstellung von wirtschaftswissenschaftlichen Texten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte In the 2nd academic term students practise the language and communication skills acquired in the first semester, extend their knowledge of English, explore current thinking on important business topics and trends in a form of a “debating club” and train “reading for context”. Students are supposed to write seminar papers on a wide range of topical business issues and make presentations during 15-20 minutes using visual aids, like overhead transparencies and Power Point. The aim of such presentations is not only to improve students’ ability to write and to speak but also to encourage them to think about the topic, to pool their knowledge with others in the group, to involve them in a role play or problem-solving activity.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) In a Business English Course all 4 language activities are involved: listening, reading, writing and speaking. Most texts are authentic and are preceded with pre-reading tasks. Exercises and writing tasks have emphasis on advanced-level grammar and vocabulary including special business and tourism/health terminology. Most of the tasks appear after the texts and relate to them; they include matching words from the text with their definitions or synonyms, deducing the meaning of words from the context, finding word partnerships, word-building, making translation from German into English, language practice which continue to cause difficulties even at an advanced level. Apart from that students read up-to-date articles from newspapers and magazines on various political, economic and social issues, discuss them in a form of a dispute or write essays expressing their personal opinion, make dialogues and presentations.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			

Siehe Lehr-/Lernformen

Literatur/Lehrmaterial

- Englische Handelskorrespondenz im Griff (Klett Verlag);
- Englischer Fachwortschatz Wirtschaft im Griff (Klett Verlag);
- Business Englischer Wortschatz nach Sachgebieten geordnet (Humboldt Taschenbuch);
- Soanes, C., Stevenson, A.: The Concise Oxford Dictionary, Mannheim 2006
- Sester, F., Sester, E.: Englisch für Kaufleute. Geschäftskorrespondenz und Handelskunde, München 2001
- An Outline of American Economy, United States Information Agency;
- Collins Student's Grammar, The University of Birmingham;
- Up-to-date articles from newspapers and magazines: Financial Times, Time Magazine, Money Week, Economist, International Herald Tribune

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Englisch
Workload: 2 ECTS-Punkt x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 14 Std. / 28%		Aufgaben/Gruppenarbeit 13,5 Std. / 27%

Modulbeschreibung

Code 432-012	Modulbezeichnung Medien und Digitalisierung im Sport
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage:

- Strukturen und Prozesse der Digitalisierung im Sport in ihrer Komplexität zu erkennen und an die Anforderungen und Veränderungen der Märkte anzupassen,
- Soziale Netzwerke für Kommunikationsprozesse im Sport-Business zielorientiert einzusetzen,
- Digitale Vermarktungsmöglichkeiten von Sportangeboten zu analysieren und umzusetzen,
- Strategien und Maßnahmen zur Integration von Sponsoren in die Social Media Plattformen zu entwickeln,

<ul style="list-style-type: none"> • die Entwicklungen in den aktuellen Themenfeldern eSport und Digital Media Marketing in die Unternehmensstrategie zu integrieren, • das Verhältnis zwischen Sport und Medien aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven zu betrachten und kritisch zu reflektieren, • die symbiotische Beziehung, das magische Dreieck, zwischen Sport, Medien und Wirtschaft zu thematisieren, • die fortschreitende Telegenisierung des Sports und der daraus resultierenden Reduzierung seines Spektrums zu untersuchen und kritisch zu beurteilen.
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Digital Business Transformation, • Entwicklung der Digitalisierung im Sport, • Digitale Vermarktungsstrategien von Sportangeboten, • eSport und Digital Media Marketing, • Soziale Netzwerke im Sport-Business, • Social Media Marketing als Aktivierungsplattform im Sportsponsoring, • Digitale Trends und Innovationen im Sport, • Entwicklung der Sportpublizistik in Deutschland und Europa, • Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, • Die spezifische Präsentation von Sport in den Medien • Mediennutzungs-, Rezipienten- und Wirkungsforschung, • Telegenisierung des Sports, Infotainment, • „Magisches Dreieck“ im Sport
Lehr-/Lernformen Vorlesung mit praktischen Übungen, Referate, kooperatives Lernen, Selbststudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Mediale Thematisierung ökologischer Problemstellungen im Sportsystem.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60) + StA	40% / 60%

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 5
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std./ 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 35 Std./ 28%	Aufgaben/Gruppenarbeit 33,75 Std./ 27%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.1.1	Digitalisierung im Sport
III.1.2	Sport und Medien

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Digitalisierung im Sport
------------------------	--

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strukturen und Prozesse der Digitalisierung im Sport in ihrer Komplexität zu erkennen und an die Anforderungen und Veränderungen der Märkte anzupassen, • Soziale Netzwerke für Kommunikationsprozesse im Sport-Business zielorientiert einzusetzen, • Digitale Vermarktungsmöglichkeiten von Sportangeboten zu analysieren und umzusetzen, • Strategien und Maßnahmen zur Integration von Sponsoren in die Social Media Plattformen zu entwickeln, • die Entwicklungen in den aktuellen Themenfeldern eSport und Digital Media Marketing in die Unternehmensstrategie zu integrieren.
--

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Digital Business Transformation, • Entwicklung der Digitalisierung im Sport, • Digitale Vermarktungsstrategien von Sportangeboten, • eSport und Digital Media Marketing, • Soziale Netzwerke im Sport-Business, • Social Media Marketing als Aktivierungsplattform im Sportsponsoring, • Digitale Trends und Innovationen im Sport. 			
Lehr-/Lernformen Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Grimmer, C. G. (2017): Der Einsatz Sozialer Medien im Sport: Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung. Gabler, Wiesbaden. • Horky, T., Stiehler, H. J., Schierl, T. (Hrsg.) (2018): Die Digitalisierung des Sports in den Medien. Halem, Köln. • Lohmann, L. (2017): Digitalisierung im Fußball. Chancen und Herausforderungen von digitalen Geschäftsmodellen im deutschen Lizenzfußball. GRIN Studylab, Norderstedt. 			
Besonderes ---			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 3	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 33,75 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 Std. / 26,7%		Aufgaben/Gruppenarbeit 21,25 Std. / 28,3%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Sport und Medien
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden sind in der Lage:			
<ul style="list-style-type: none"> • das Verhältnis zwischen Sport und Medien aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven zu betrachten und kritisch zu reflektieren, • die symbiotische Beziehung, das magische Dreieck, zwischen Sport, Medien und Wirtschaft zu thematisieren, • die fortschreitende Telegenisierung des Sports und der daraus resultierenden Reduzierung seines Spektrums zu untersuchen und kritisch zu beurteilen. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Sportpublizistik in Deutschland und Europa, • Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, • Die spezifische Präsentation von Sport in den Medien • Mediennutzungs-, Rezipienten- und Wirkungsforschung, • Telegenisierung des Sports, Infotainment, • „Magisches Dreieck“ im Sport. 			
Lehr-/Lernformen			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Hagenah, J.: Sportrezeption und Medienwirkung. Fischer Verlag, München. • Hebbel-Seeger, A., Horky, T.: 15. Hamburger Kongress für Sport, Ökonomie und Medien. Sport als Bühne. Meyer & Meyer Verlag, Aachen. • Horky, T., Kamp, C.: Sport. Basiswissen für die Medienpraxis. Halem Verlag, Köln. • Schauerte, Th., Schwier, J.: Die Ökonomie des Sports in den Medien. Halem Verlag, Köln. • Schierl, Th.: Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Hofmann Verlag, Schorndorf. • Schierl, Th. (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Halem Verlag, Köln. • Schwier, J. (Hrsg.), Schauerte, T.: Soziologie des Mediensports. Sportverlag Strauß, Köln. <p>(Jeweils die aktuellste Auflage)</p>			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch oder Englisch
-------------------------	-----------------	----------------------------------	--------------------------------------	---

Workload:

2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:

Präsenz/ Kontakt 22,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15 Std. / 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 12,5 Std. / 25%
--	--	--

Modulbeschreibung

Code 432-013	Modulbezeichnung Marketing und Trends im Sport
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Im Rahmen der Lehrveranstaltung erwerben die Studierenden Kompetenzen, um auf der Basis sportsoziologischer Theorien und Modelle die gesellschaftliche Bedeutung und Funktion des Sports zu analysieren. Sie sind in der Lage, vor dem Hintergrund zunehmender Globalisierung und gesellschaftlichen Veränderungen, Trends und Entwicklungen im Sport zu erkennen und zu verstehen. Sie können nachvollziehen, welche Auswirkungen Megatrends und Branchentrends auf verschiedene Prozesse im Sportbusiness haben. Die Studierenden werden befähigt, die Besonderheiten des Marketings im Sport zu reflektieren und daraus resultierend die Instrumente des Sportmarketings zur Optimierung der finanziellen Situation von Sportlern oder Sportvereinen anzuwenden. Die Studierenden verfügen über fundierte Managementkompetenzen, die Sie befähigen Sportvereine als unternehmerische Einheit nach ökonomischen Kriterien zu bewerten und zu kontrollieren.

Inhalte

Die inhaltlichen Schwerpunkte der Lehrveranstaltung berücksichtigen neben der Geschichte und Entwicklung des modernen Sports sowie seiner politischen Bedeutung insbesondere die gesellschaftlichen Funktionen des Sports. Der weitere Fokus liegt auf der Genese von Trends und Megatrends im Sport und deren Bedeutung für die Sportbranche. Ebenfalls analysiert werden Methoden der Trendforschung im Sport und mögliche Konsequenzen und Reaktionen für das Management im Sportverein der Zukunft erarbeitet. Zu den zentralen Inhalten der Lehrveranstaltung gehören die Besonderheiten des Sportmarketings, die Bedeutung und der Aufbau von Marken im Sport sowie der Einsatz und der Wert von Sportlern als Testimonials. Im weiteren Fokus stehen die Kommunikations- und Finanzbeschaffungsinstrumente Merchandising, Sponsoring, Hospitality und Incentives sowie CRM im Sport.

Lehr-/Lernformen

Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement; Modul V.3 Clubmanagement.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung**Inhalte**

Intensive Reflexion sportökologischer Aspekte im Teilmodul Trends im Sport.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K 60 + StA	40% / 60%

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std./ 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 43,75 Std./ 35%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.2.1	Trends im Sport
III.2.2	Sportmarketing

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Trends im Sport
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
<p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung erwerben die Studierenden interdisziplinäre Kompetenzen, um mit Hilfe sportsoziologischer Theorien und Modelle die gesellschaftliche Bedeutung und Funktion des Sports zu analysieren und die fortschreitende Instrumentalisierung des Sports zu reflektieren. Sie sind in der Lage, vor dem Hintergrund zunehmender Globalisierung, Internationalisierung und gesellschaftlichen Veränderungen, Trends und Entwicklungen im Sport zu erkennen und zu verstehen. Auf dieser Basis können sie nachvollziehen, welche Auswirkungen Megatrends und Branchentrends auf verschiedene Prozesse im Sportbusiness haben.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<p>Die inhaltlichen Schwerpunkte der Lehrveranstaltung berücksichtigen neben der Geschichte und Entwicklung des modernen Sports sowie seiner politischen Bedeutung insbesondere die gesellschaftlichen Funktionen des Sports. Der weitere Fokus liegt auf der Genese (Sampling and Reframing) von Trends und Megatrends im Sport und deren Bedeutung für die Sportbranche. Des Weiteren werden Methoden der Trendforschung im Sport analysiert und mögliche Konsequenzen und Reaktionen für das Management im Sportverein der Zukunft erarbeitet.</p>			
Lehr-/Lernformen			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit			

Literatur/Lehrmaterial

- Nufer, G., Bühler, A.: Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. ESV, Berlin.
- Pedersen, P., Thibault, L.: Contemporary Sports Management. Human Kinetics, Champaign Illinois.
- Tokarski, W., Petry, K.: Handbuch Sportpolitik. Hofmann, Schorndorf.
- Van Overloop, P.: Internationalisierung professioneller Fußballclubs: Grundlagen, Status Quo und Erklärung aus der Sicht des internationalen Managements. Springer Gabler, Heidelberg.
- Weis, K., Gugutzer, R.: Handbuch Sportsoziologie (Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport). Hofmann, Schorndorf.
- Wopp, Ch.: Handbuch zur Trendforschung im Sport. Welchen Sport treiben wir morgen? Meyer& Meyer Verlag, Aachen.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Std. / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 Std. / 35%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.2.2	Titel der Lehrveranstaltung Sportmarketing
------------------------	--

Ausgestaltung**Qualifikationsziele**

Die Studierenden sind nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul in der Lage die Besonderheiten des Marketings im Sport zu reflektieren und verstehen und daraus resultierend die Instrumente des Sportmarketings zur Optimierung der finanziellen Situation von Sportlern oder Sportvereinen anzuwenden. Die Studierenden verfügen nach der Teilnahme an der Lehrveranstaltung über fundierte Managementkompetenzen, die Sie befähigen Sportvereine als unternehmerische Einheit nach ökonomischen Kriterien zu bewerten und zu kontrollieren.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<p>Zu den inhaltlichen Schwerpunkten der Lehrveranstaltung gehören die Besonderheiten des Sportmarketings, die Bedeutung und der Aufbau von Marken im Sport sowie der Einsatz und der Wert von Sportlern als Testimonials. Im weiteren Fokus stehen die Kommunikations- und Finanzbeschaffungsinstrumente Merchandising, Sponsoring, Hospitality und Incentives sowie CRM im Sport.</p>			
Lehr-/Lernformen			
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden			
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Andrew, D./Pedersen, P./McEvoy, Ch.: Research Methods and Design in Sport Management. Human Kinetics, Champaign Illinois. • Bölz, M.: Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer Poeschel, Stuttgart. • Graumann, M./Thieme, L.: Controlling im Sport. Grundlagen und Best Practice für Vereine, Verbände und Ligen. ESV, Berlin. • Irwin, R./Sutton, W./McCarthy, L.: Sport Promotion and Sales Management. Human Kinetics, Champaign Illinois. • Nufer, G./Bühler, A.: Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. ESV, Berlin. • Nufer, G./Bühler, A.: Management im Sport: Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie. ESV, Berlin. • Riedmüller, F.: Professionelle Vermarktung von Sportvereinen: Potenziale der Rechtevermarktung optimal nutzen. ESV, Berlin. • Robinson, M.: Sport Club Management. Human Kinetics, Champaign Illinois. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 3	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch oder Englisch
-------------------------	-----------------	----------------------------------	--------------------------------------	---

Workload:

3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:

Präsenz/ Kontakt 33,75 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15 Std. /20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%
---	---	---

Modulbeschreibung

Code 432-014	Modulbezeichnung Sportrecht
------------------------	---------------------------------------

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung in der Lage:

- Grundlagen des Sportrechts zu erläutern und auf juristische Themen- und Problemstellungen im internationalen Sport anzuwenden,
- die vielfältigen Aspekte und Strukturen der Sport- und Verbandsgerichtbarkeit zu thematisieren sowie rechtliche Grundlagen von Sanktionen zu analysieren,
- die wesentlichen Ideen und Prinzipien von Transparency International zu beschreiben und wiederzugeben,
- Compliance Programme und Compliance Risiken im Sport zu reflektieren und in den Sportorganisationen umzusetzen.

Inhalte

- Inhalte und Grundlagen des Sportrechts
- Vereins- und Verbandsrecht, Regelwerke im Sport
- Sport- und Verbandsgerichtsbarkeit bis zum CAS
- Doping – rechtliche Grundlagen und Sanktionen
- Strafbarkeit und zivilrechtliche Haftung im Sport
- Sport und Europarecht - Wettbewerbs-/Kartellrecht
- Transparency International,
- Compliance – Definition und Inhalt,
- Compliance-Risiken im Sport,
- Compliance Programme
- Fallbeispiele aus dem Sport.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit praktischen Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul II.2 Wirtschaftsrecht
--	-----------------------------

Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Grundlagen aus Modul II.2
----------------------------	--

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul II.2 Wirtschaftsrecht Modul III.4 Eventrecht
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Soziale und soziologische Aspekte des Sports und des Sportrechts
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50 Std. / 40 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Std. / 24 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.3.1	Sportrecht
III.3.2	Compliance im Sport

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: III.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Sportrecht
------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Sportrechts zu erläutern und auf juristische Themen- und Problemstellungen im internationalen Sport anzuwenden, • die vielfältigen Aspekte und Strukturen der Sport- und Verbandsgerichtbarkeit zu thematisieren sowie rechtliche Grundlagen von Sanktionen zu analysieren, die zivilrechtliche Haftung im Sport anhand von Fallbeispielen darzustellen und zu erklären. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte und Grundlagen des Sportrechts • Vereins- und Verbandsrecht, Regelwerke im Sport • Sport- und Verbandsgerichtsbarkeit bis zum CAS • Doping – rechtliche Grundlagen und Sanktionen • Strafbarkeit und zivilrechtliche Haftung im Sport • Sport und Europarecht - Wettbewerbs-/Kartellrecht 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Fallbeispielen aus der Praxis und Übungen.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Gruppenarbeit, Referaten, Fallstudien.			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Blackshaw, I. S.: International Sports Law: An Introductory Guide. Springer, Berlin. • Fritzweiler J., et al.: Praxishandbuch Sportrecht. C. H. Beck, München. • Heinemann, K.: Sportorganisationen: Verstehen und Gestalten. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport. Hofmann, Schorndorf. • (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes Gastreferenten/innen			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 3	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
------------------	----------	---------------------------	-------------------------------	--------------------

Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 33,75 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 25 Std. / 33%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 16,25 Std. / 22%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Compliance im Sport
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
<ul style="list-style-type: none"> • Die wesentlichen Ideen und Prinzipien von Transparency International beschreiben und wiedergeben können, • vielfältige Aspekte von Korruption und Lobbyismus zu thematisieren und hinsichtlich ihrer Konsequenzen zu beurteilen, • Compliance Programme und Compliance Risiken im Sport zu reflektieren und in den Sportorganisationen umzusetzen, • Strategien und Konzepte gegen Dysfunktionen des Spitzensports, wie Rassismus, Doping oder Match-Fixing, kennen und anzuwenden. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Transparency International, • Korruption – Das (un)heimliche Delikt, • Lobbyismus, Interessenkonflikte, • Begriffsbestimmung, Begriffsentwerrung, • Compliance – Definition und Inhalt, • Compliance-Risiken im Sport, • Risiko und Prävention von Fehlverhalten, • Compliance Programm – Null Toleranz, • Major Sport Events (MSE), • Fallbeispiele aus dem Sport, • Doping, Match Fixing. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Praxisorientierte Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vorlesung mit Übungen, Referate, Fallstudien.			

Literatur/Lehrmaterial

- Blasius, H. (2017): Doping im Sport. WVG, Stuttgart.
- Breuer, C., Hallmann, K. (2012): Dysfunktionen des Spitzensports: Doping, Match-Fixing und Gesundheitsgefährdungen aus Sicht von Bevölkerung und Athleten. BiSp, Bonn.
- Hoven, E., Kubiciel, M. (Hrsg.) (2018): Korruption im Sport. Nomos, Baden-Baden.
- Lange, A. (2019): Compliance im Sport. GRIN, Norderstedt.
- Thorgauer, Y., Kexel, C. A. (2018): Compliance im Sport: Theorie und Praxis. Springer Gabler, Wiesbaden.

Besonderes

Dozentin ist Olympionikin und war im Vorstand von Transparency International.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 1	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 11,25 Std. / 22,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std. / 50%		Aufgaben/Gruppenarbeit 13,75 Std. / 27,5%

Modulbeschreibung

Code 432-015	Modulbezeichnung Eventrecht (Risikomanagement in der Eventbranche)
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen**Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)**

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls das Eventrecht im System der Rechtsordnung kontextualisieren und darstellen. Sie sind in der Lage, die öffentlich-rechtlichen sowie die zivilrechtlichen Besonderheiten bei der Organisation von Events zu verstehen und diese in ein Gesamtkonzept zu integrieren. Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methodik der Sicherheitsplanung und sind imstande, Events nach den Vorgaben der Versammlungsstättenverordnung zu konzipieren und durchzuführen. Sie sind mit dem Krisenmanagement im Notfall vertraut und können die erforderlichen Instrumente zielführend einsetzen.

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Eventrecht im System der Rechtsordnung, • Öffentlich-rechtliche Besonderheiten bei der Organisation von Events, • Zivilrechtliche Besonderheiten bei der Organisation von Events, • Grundlagen und Methodik der Sicherheitsplanung, • Genehmigungen, Schulungen, Verantwortlichkeiten; • Versammlungsstättenverordnung • Notfallplanung, Räumungskonzepte, Fluchtwege, • Organisationsstruktur, Organigramm Personalstärke, • Koordinationsstellen, Krisenmanagement.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul II.3 Einführung in das Eventmanagement
Vorbereitung für das Modul	Regelmäßiger, erfolgreicher Besuch der oben angeführten Veranstaltung.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul III.5 Projektmanagement im Eventbereich; Modul IV.2 Praxisprojekt im Eventbereich.
Einsatz in anderen Studiengängen	Outdoor- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Sicherheitskonzepte und ökologische Aspekte in der Eventbranche.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 33,5 Std. / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 46,5 Std. / 37%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.4.1	Eventrecht
III.4.2	Sicherheitskonzepte

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Eventrecht
-----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls das Eventrecht im System der Rechtsordnung kontextualisieren und darstellen. Sie sind in der Lage, die öffentlich-rechtlichen sowie die zivilrechtlichen Besonderheiten bei der Organisation von Events zu verstehen und diese in ein Gesamtkonzept zu integrieren.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Eventrecht im System der Rechtsordnung, • Öffentlich-rechtliche Besonderheiten bei der Organisation von Events, • Versammlungsstättenverordnung, • Zivilrechtliche Besonderheiten bei der Organisation von Events, • Verkehrssicherungspflicht, • Haftungsfragen, Haftungsproblematik, • Grundlagen und Methodik der Sicherheitsplanung, 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit, Referate.			

Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Michow, J., Ulbricht, J. (2013): Veranstaltungsrecht: Recht der Konzert- und Unterhaltungsveranstaltungen. C. H. Beck, München. • Risch, M., Kerst, A. (2011): Eventrecht kompakt, 2. überarbeitete Auflage. Springer, Heidelberg. • Waetke, T. (2014): Rechtshandbuch der Veranstaltungspraxis, 5. Auflage. Eventfaq, Karlsruhe.
Besonderes Tutorien, Online-Anteil, Praxisdialoge, Exkursion.

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 22,5 Std. / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Std. / 40%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.4.2	Titel der Lehrveranstaltung Sicherheitskonzepte
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methodik der Sicherheitsplanung und sind imstande, Events nach den Vorgaben der Versammlungsstättenverordnung zu konzipieren und durchzuführen. Sie sind mit dem Krisenmanagement im Notfall vertraut und können die erforderlichen Instrumente einsetzen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Methodik der Sicherheitsplanung, • Genehmigungen, Schulungen, Verantwortlichkeiten; • Versammlungsstättenverordnung • Notfallplanung, Räumungskonzepte, Fluchtwege, • Organisationsstruktur, Organigramm Personalstärke, • Koordinationsstellen, Krisenmanagement. 			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit, Referate, Lernteam-Coaching.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Ebner, M. et al. (2020): Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen, 3. Überarbeitete Auflage. Beuth, Berlin. • Gundel, S. et al. (2017): Sicherheit für Versammlungsstätten und Veranstaltungen. Boorberg, Stuttgart. • Holzbaur, U., Jettinger, E. et al. (2010): Eventmanagement – Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 4. Überarbeitete Auflage. Springer, Heidelberg. • Jäger, D. (2018): Grundwissen Eventmanagement, 3. Auflage. UVK, München. • Von Graefe, M. (2017): Events professionell managen. Business Village, Göttingen.
Besonderes Tutorien, Online-Anteil, Praxisdialoge, Exkursion.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 11 Std. / 22%		Aufgaben/Gruppenarbeit 16,5 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code 432-016	Modulbezeichnung Projektmanagement im Eventbereich
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden können die Instrumente, Modelle und Strategien des Projektmanagements auf eine konkrete Veranstaltung transferieren. Sie werden befähigt, Events Zielgruppen spezifisch, erlebnisorientiert und kreativ, unter besonderer Berücksichtigung ökologischer Aspekte, zu konzipieren. Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, die Finanzierung von Events zu kalkulieren. Sie kennen die verschiedenen Kostenfaktoren und können entsprechende Checklisten zur Budgetierung der einzelnen Rubriken erstellen. Sie sind imstande, alternative Finanzierungskonzepte von Events zu analysieren und umzusetzen.
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente des Projektmanagements, • Strategien des Projektmanagements, • Zielgruppen spezifische Projektierung eines Events,

- Reason to Come, Steuerung von Emotionen,
- Messaging and Innovations,
- Ökologische Aspekte des Eventmanagements,
- Finanzmanagement im Eventbereich, Budgetierung,
- Vor-, Zwischen und Nachkalkulation,
- Planung der Kostenfaktoren,
- Alternative Finanzierungskonzepte von Veranstaltungen,
- Crowdfunding, Sponsoring, Förderprogramme,
- Ausgestaltung von Sponsoring-Programmen.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul II.3 Einführung ins Eventmanagement.
Vorbereitung für das Modul	Regelmäßiger, erfolgreicher Besuch der oben angeführten Veranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul II.3 Einführung ins Eventmanagement; Modul III.4 Eventrecht; Modul VI.2 Eventlogistik.
Einsatz in anderen Studiengängen	Gesundheits- und Tourismusmanagement, Outdoor- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Ökologische Aspekte resp. nachhaltiges Managements von Events werden thematisiert und reflektiert.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4

Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 33,5 Std. / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 46,5 Std. / 37%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.5.1	Praxisprojekt Eventmanagement I (Projektierung)
III.5.2	Eventfinanzierung und -sponsoring

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Praxisprojekt Eventmanagement I (Projektierung)
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden können die Instrumente, Modelle und Strategien des Projektmanagements auf eine konkrete Veranstaltung transferieren. Sie werden befähigt, Events Zielgruppen spezifisch, erlebnisorientiert und kreativ, unter besonderer Berücksichtigung ökologischer Aspekte, zu konzipieren.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente des Projektmanagements, • Strategien des Projektmanagements, • Zielgruppen spezifische Projektierung eines Events, • Reason to Come, Steuerung von Emotionen, • Messaging and Innovations, • Ökologische Aspekte des Eventmanagements. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit, Referate.			

Literatur/Lehrmaterial

- Eisermann, U., Winnen, L., Wrobel, A. (Hrsg.) (2014): Praxisorientiertes Eventmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart.
- Nufer, G./Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin.
- Von Graeve, M. (2014): Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen.
- Zanger, C. (2015): Events und Emotionen: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Springer Gabler, Heidelberg.

Besonderes

Tutorien, Online-Anteil, Praxisdialoge, Exkursion.

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 22,5 Std. / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Std. / 40%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Eventfinanzierung und -sponsoring
------------------------	---

Ausgestaltung**Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)**

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, die Finanzierung von Events zu kalkulieren. Sie kennen die verschiedenen Kostenfaktoren und können entsprechende Checklisten zur Budgetierung der einzelnen Rubriken erstellen. Sie sind imstande, alternative Finanzierungskonzepte von Events zu analysieren und umzusetzen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Finanzmanagement im Eventbereich, Budgetierung,
- Vor-, Zwischen und Nachkalkulation,
- Planung der Kostenfaktoren,
- Alternative Finanzierungskonzepte von Veranstaltungen,
- Crowdfunding, Sponsoring, Förderprogramme,
- Ausgestaltung von Sponsoring-Programmen.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristischer Unterricht mit Vorlesung, themenbezogener Diskussionen, Übungen und Fallstudien sowie strukturiertem Eigenstudium.
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit, Referate, Lernteam-Coaching.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Eisermann, U., Winnen, L., Wrobel, A. (Hrsg.) (2014): Praxisorientiertes Eventmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. • Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Nufer, G./Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin. • Von Graeve, M. (2014): Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen. • Zanger, C. (2015): Events und Emotionen: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Springer Gabler, Heidelberg.
Besonderes Tutorien, Online-Anteil, Praxisdialoge, Exkursion.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 11 Std. / 22%		Aufgaben/Gruppenarbeit 16,5 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code 432-017	Modulbezeichnung III.6 Mikroökonomie
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Das Modul Mikroökonomie vermittelt den Studierenden einen Einblick in die wesentlichen einzelwirtschaftlichen Fragestellungen. Dabei erlernen die Studierenden die Fähigkeit, komplexes einzelwirtschaftliches Verhalten - sowohl Konsumenten- wie auch Produzentenverhalten - ökonomisch fundiert analysieren zu können. Insbesondere die Oligopoltheorie schärft bei den Studierenden das Bewusstsein für die Reaktionsverbundenheit - sowohl zwischen Märkten als auch zwischen Wirtschaftssubjekten - und versetzt sie in die Lage, diese Interdependenzen im Rahmen
--

unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen. Außerdem sind sie mittels der erlernten Methoden in der Lage, das Marktverhalten von Haushalten und Unternehmen in unterschiedlichen Marktformen und -strukturen erklären und prognostizieren zu können und so für betriebliche Entscheidungen in der Praxis nutzbar zu machen.

Darüber hinaus erlernen die Studierenden am Beispiel mikroökonomischer Fragestellungen die Fähigkeit, die Komplexität realer Phänomene mittels abstrakter, aber problemadäquater Modelle zu reduzieren, um diese Fragen einer quantitativen Bearbeitung zugänglich zu machen.

Inhalte

In der Vorlesung Mikroökonomie werden zunächst die einzelwirtschaftlichen Entscheidungen von Haushalten und Unternehmen auf Güter- und Faktormärkten eingehend thematisiert. Hierauf basierend wird im Rahmen der Markttheorie die Koordination dieser einzelwirtschaftlichen Pläne in unterschiedlichen Marktkonstellationen untersucht. Abschließend werden einige zentrale wettbewerbstheoretische und –politische Fragestellungen analysiert, um vor diesem Hintergrund die Möglichkeiten der staatlichen Einflussnahme in die Marktwirtschaft zu beleuchten.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Die Vermittlung der Kompetenzen erfolgt in Veranstaltungen, die sich im Rahmen der Lehrfreiheit des Art. 5 Abs. 3 GG halten.
Vorlesung, Tutorium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Gutes Sprachverständnis, gute Lese- und Rechtschreibkenntnisse;
Vorbereitung für das Modul	Eine besondere Vorbereitung ist nicht notwendig.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Gerhard Mauch		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4

Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 41 Std. / 33%	Aufgaben/Gruppenarbeit 39 Std. / 31%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.6.1	Mikroökonomie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Mikroökonomie
------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexes einzelwirtschaftliches Verhalten - sowohl Konsumenten- wie auch Produzentenverhalten - ökonomisch fundiert zu analysieren. Die Oligopoltheorie vermittelt den Studierenden das Bewusstsein für die Reaktions-verbundenheit zwischen Märkten und Wirtschaftssubjekten. Sie sind in die Lage, diese Interdependenzen im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen. Sie können das Marktverhalten von Haushalten und Unternehmen in unterschiedlichen Marktformen und -strukturen erklären und prognostizieren. Darüber hinaus erlernen die Studierenden am Beispiel mikroökonomischer Fragestellungen die Fähigkeit, die Komplexität realer Phänomene mittels abstrakter, aber problemadäquater Modelle zu reduzieren, um diese Fragen einer quantitativen Bearbeitung zugänglich zu machen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge ökonomischen Denkens, • Theorie des Haushalts: Güternachfrage und Faktorangebot der Haushalte, • Theorie des Unternehmens: Güterangebot und Faktornachfrage der Unternehmen, • Markttheorie: Preisbildung auf poly-, oligo- und monopolistischen Märkten, • Theorie des Marktversagens, • Grundzüge der Wettbewerbstheorie und -politik. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung mit Fallstudien			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Die Lehr- und Lernmethoden halten sich im Rahmen des Art. 5 Abs. 3 GG			
Literatur/Lehrmaterial			

- Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München
- Pindyck, R.S.; Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie, München
- Schmidt, I.: Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart
- Schumann, J. et al.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München
(jeweils neueste Auflage)

Besonderes

Ein Tutorium wird bei Bedarf angeboten.

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 3	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 41 Std. / 33%	Aufgaben/Gruppenarbeit 39 Std. / 31%	

Modulbeschreibung

Code 432-018	Modulbezeichnung Wirtschafts- und Sportpolitik
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden lernen aktuelle Problem- und Fragestellungen der Wirtschaftspolitik im Allgemeinen und der Sportpolitik im Speziellen kennen. Ferner können die Studierenden die Grundzüge der Sportpolitik und sportpolitische Strukturen beschreiben sowie die wachsenden Verflechtung des Sports mit anderen gesellschaftlichen Handlungsfeldern analysieren.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das gesamtwirtschaftliche Denken, • Die Rolle des Staates, • Marktwirtschaft und Marktversagen, • Grundlagen der Sportpolitik, • Sportpolitische Strukturen, • Ökonomische und soziale Funktionen des Sports.
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	keine

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul III.3 Sportrecht; Modul V.2 Infrastruktur und Ökologie des Sports.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Es werden insbesondere Bezüge zu einer nachhaltig orientierten Sportpolitik gebildet und entsprechende Initiativen und Kampagnen diskutiert

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus jährlich	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Stunden / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 60 Stunden / 40%	Aufgaben/Gruppenarbeit 45 Stunden / 30%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.1.1	Allgemeine Wirtschaftspolitik
IV.1.2	Sportpolitik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.1.1	Allg. Wirtschaftspolitik

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, aktuelle Themen der Wirtschafts- und Sozialpolitik fundiert und differenziert zu verstehen und zu beurteilen. Sie sind damit in der Lage, das gesamtwirtschaftliche Umfeld und die sich gerade im Gesundheitssektor rasch wandelnden institutionellen Rahmenbedingungen in die Entscheidungen der betrieblichen Praxis einzubeziehen. Darüber hinaus können sie die Konsequenzen einer zunehmenden Internationalisierung der Wirtschaft erkennen und diesen zentralen Aspekt bei unternehmerischen Entscheidungen angemessen berücksichtigen (**Kenntnisse**).

Nach Abschluss des Moduls ist neben einem vertieften Verständnis für das Funktionieren einer marktwirtschaftlich organisierten Volkswirtschaft auf gesamtwirtschaftlicher Ebene auch ein eigenständiges Urteilsvermögen in Bezug auf nationale und globale Fragestellungen der Sozial- und Gesundheitspolitik vorhanden (**Fertigkeiten**).

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

In der Vorlesung Allgemeine Wirtschaftspolitik wird die Funktionsweise gesamt-wirtschaftlicher Märkte, wie z.B. des Arbeits-, Kapital-, Geld- und Devisenmarktes analysiert, um so zunächst Ansatzpunkte, Instrumente aber auch Grenzen der nationalen Wirtschaftspolitik zu erarbeiten. Darüber hinaus werden insbesondere die Herausforderungen der Globalisierung und der europäischen Integration für die heimische Volkswirtschaft thematisiert.

1. Grundlagen gesamtwirtschaftlichen Denkens
2. Kreislaufanalyse und volkswirtschaftliches Rechnungswesen
3. Betrachtung einer Volkswirtschaft in der kurzen Frist
Das Problem wirtschaftlicher Schwankungen
4. Betrachtung einer Volkswirtschaft in der langen Frist
Die Bestimmungsfaktoren der langfristigen Entwicklung
5. Wirtschaftspolitische Konzeptionen im historischen Wandel
Angebots- vs. nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik
6. Grundfragen aktueller Wirtschaftspolitik
Arbeitslosigkeit: Ursachen und Bekämpfung
Preisniveaustabilität als Aufgabe der Geldpolitik
Nationale Wirtschaftspolitik bei zunehmender Internationalisierung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) z.B. Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen,
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, O., Illing, G.: Makroökonomie, München. • Felderer, B., Homburg, S.: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin. • Görgens, E. et al.: Europäische Geldpolitik, Stuttgart. • Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart. Jeweils neueste Auflage
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Sportpolitik
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden können die Studierenden die Grundzüge der Sportpolitik und sportpolitische Strukturen beschreiben sowie die wachsende Verflechtung des Sports mit anderen gesellschaftlichen Handlungsfeldern analysieren. Sie sind in der Lage, insbesondere die sozial- und gesundheitspolitischen Dimensionen des Sports zu erfassen und zu präsentieren.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Theorie und Grundlagen der Sportpolitik, • Sportpolitische Strukturen, • Sozialpolitische Dimensionen des Sports, • Wirtschaftspolitische Dimensionen des Sports, 			

<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitspolitische Dimensionen des Sports, • Europäisierung und Globalisierung des Sports, • Förderung des Spitzensports, • Olympischer und paralympischer Sport, • Dopingbekämpfung auf nationaler und internationaler Ebene.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Übungen, Fallanalysen
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Mittag, J., Nieland, J. U. (2020): Sportpolitik: Eine Einführung. Springer, Heidelberg. • Mittag, J. (2018): Europäische Sportpolitik: Zugänge – Akteure – Problemfelder. Nomos, Baden-Baden. • Pruin, G. (2008): Sportbünde und kommunale Sportpolitik. Meyer & Meyer, Aachen. • Tokarski, W., Petry, K. (2010): Handbuch Sportpolitik. Hofmann, Schorndorf. Jeweils neueste Auflage
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 30%

Modulbeschreibung

Code 432-019	Modulbezeichnung Praxisprojekt im Eventbereich
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden sind nach dem erfolgreichen Besuch der Lehrveranstaltung in der Lage, Messen, Kongresse, Festivals sowie kulturelle und sportliche Events selbstständig zu projektieren und erfolgreich umzusetzen. Sie können die infrastrukturellen Voraussetzungen des Eventumfelds professionell analysieren und die erforderlichen logistischen Schritte durchführen. In enger Kooperation mit den Sponsoren entwickeln die Studierenden konsequent Möglichkeiten und Methoden der erlebnisorientierten Inszenierung von Marken, Produkten und Dienstleistungen, um Events als Instrument der Kommunikationsstrategie zielgerichtet einsetzen zu können
--

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Eventarten, Eventformate, • Sponsorship Management, • Ziele, Zielgruppen, Taglines, • Techniken und Instrumente der Inszenierung (Spannungsbogen), • Budget und Location, • Infrastruktur und Logistik, • Sustainability in der Eventbranche, • Risikomanagement und Evaluierung.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristische Vorlesung, Workshop.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul II.3 Einführung ins Eventmanagement; Modul III.4 Eventrecht; Modul III.5 Projektmanagement im Eventbereich.
Vorbereitung für das Modul	Besuch der o. g. Vorlesungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul II.3 Einführung ins Eventmanagement; Modul III.4 Eventrecht; Modul III.5 Projektmanagement im Eventbereich; Modul VI.1 Sponsoring und Crossmarketing; Modul VI.2 Eventlogistik.
Einsatz in anderen Studiengängen	Gesundheits- und Tourismusmanagement, Outdoor- und Eventmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Thematisierung ökologischer Aspekte im Veranstaltungsmanagement; Green Events.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std. / 35%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.2.1	Praxisprojekt Eventmanagement II (Umsetzung)

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Praxisprojekt Eventmanagement II (Umsetzung)
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden sind nach dem erfolgreichen Besuch der Lehrveranstaltung in der Lage, Messen, Kongresse, Festivals sowie kulturelle und sportliche Events selbstständig zu projektieren und erfolgreich umzusetzen. Sie können die infrastrukturellen Voraussetzungen des Eventumfelds professionell analysieren und die erforderlichen logistischen Schritte durchführen. In enger Kooperation mit den Sponsoren entwickeln die Studierenden konsequent Möglichkeiten und Methoden der erlebnisorientierten Inszenierung von Marken, Produkten und Dienstleistungen, um Events als Instrument der Kommunikationsstrategie zielgerichtet einsetzen zu können.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Eventarten, Eventformate, • Sponsorship Management, • Ziele, Zielgruppen, Taglines, • Techniken und Instrumente der Inszenierung (Spannungsbogen), • Budget und Location, • Infrastruktur und Logistik, • Sustainability in der Eventbranche, • Risikomanagement und Evaluierung. 			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminaristische Vorlesung, Workshop.
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Gruppenarbeit, Präsentationen.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Eisermann, U., Winnen, L., Wrobel, A. (Hrsg.) (2014): Praxisorientiertes Eventmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. • Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Klein, C. (2011): Eventmanagement in der Praxis. Interna, Bonn. • Nufer, G./Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin. • Von Graeve, M. (2014): Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen. • Zanger, C. (2015): Events und Emotionen: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Springer Gabler, Heidelberg.
Besonderes z. B. Eventbesuche, Gastreferenten/innen etc.

Organisation

ECTS-Punkte 6	SWS 6	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std. / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-020	Modulbezeichnung MICE-Tourismus- und Kongressindustrie
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Absolventen des Moduls sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • das System Tourismus und seine Verflechtungen zu den benachbarten Wirtschaftsbereichen zu erklären, • Tourismus in seiner heutigen Bedeutung zu beschreiben, zu diskutieren und einzuschätzen, • touristische Attraktionen und Destinationen in Deutschland und Europa zu präsentieren und darauf aufbauend, buchbare Angebote zu erstellen,
--

<ul style="list-style-type: none"> • Herausforderungen für touristische Unternehmen zu beschreiben, Stärken und Schwächen verschiedener Geschäftsmodelle an aktuellen Beispielen aufzuzeigen, • das Tourismus- und Kongressgeschäft als zentralen Wirtschaftsfaktor für Städte und Regionen zu analysieren und zu beurteilen, • die Besonderheiten und die unternehmerisch-politische Bedeutung der Meeting-, Incentive-, Convention- Event-Branche (MICE) zu diskutieren und entsprechende Veranstaltungen zu planen und durchzuführen, • anhand von Fallstudien wichtige Unternehmen und die Funktion der MICE Industrie für das Business Networking zu thematisieren, • dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Prozesse im MICE Management verstehen, analysieren und sie begründet an Veränderungen der Märkte anzupassen, • den Stellenwert von Location, Qualität, Erlebnischarakter und Nachhaltigkeit zu erläutern. • ein auf wirtschaftspsychologischen Erkenntnissen basierendes Teilnehmermanagement zu installieren, das die Kunden vor, während und nach der Veranstaltung überzeugend betreut, • professionelle Ticketingsysteme zu reflektieren und über die Implementierung anhand der spezifischen Bedingungen und Voraussetzungen der Veranstaltung zu entscheiden.
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einführung in den Freizeitmarkt sowie in das System Tourismus und die benachbarten Wirtschaftsbereiche, • die ökonomische, politische und gesellschaftliche Bedeutung von Tourismus, • aktuelle und zukünftige Herausforderungen für die Tourismus- und Kongressindustrie • MICE Tourismus als zentraler Wirtschaftsfaktor für Städte und Regionen, • Besonderheiten bei der Planung und Durchführung von MICE-Veranstaltungen, • Fallstudien am Beispiel führender Unternehmen der Messe- und Kongressindustrie. • Customer Relationship Management, Teilnehmermanagement als erfolgsentscheidender Teil der Veranstaltung, • Professionelles Ticketing – die besten Ticketing Systeme am Beispiel Hub Spot, Solar Winds und Happy Fox.
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung, Exkursionen, Praxisdialoge, Fallstudien, Diskussionen, Gruppenarbeit.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Erfolgreiche Teilnahme an den Eventmanagementmodulen.
Vorbereitung für das Modul	Erfolgreiche Teilnahme an den Eventmanagementmodulen.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Mit sämtlichen Eventmanagementmodulen.
Einsatz in anderen Studiengängen	Outdoor- und Tourismusmanagement, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die wesentlichen Faktoren benannt und erläutert, die zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und zu einem nachhaltigen Veranstaltungsmanagement beitragen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 5
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std. / 37,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Std. / 20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 63,75 Std. / 35%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.3.1	MICE-Tourismus
IV.3.2	Exkursion MICE
IV.3.3	Ticketing und Teilnehmermanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.3.1	MICE-Tourismus

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Absolventen des Moduls sind in der Lage.

- das Tourismus- und Kongressgeschäft als zentralen Wirtschaftsfaktor für Städte und Regionen zu analysieren und zu beurteilen,

- die Besonderheiten und die unternehmerisch-politische Bedeutung der Meeting- , Incentive-, Convention- Event-Branche (MICE) zu diskutieren und entsprechende Veranstaltungen zu planen und durchzuführen,
- anhand von Fallstudien wichtige Unternehmen und die Funktion der MICE Industrie für das Business Networking zu thematisieren,
- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Prozesse im MICE Management verstehen, analysieren und sie begründet an Veränderungen der Märkte anzupassen,
- den Stellenwert von Location, Qualität, Erlebnischarakter und Nachhaltigkeit zu erläutern.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlegende Einführung in den Freizeitmarkt sowie in das System Tourismus und die benachbarten Wirtschaftsbereiche,
- die ökonomische, politische und gesellschaftliche Bedeutung von Tourismus,
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen für die Tourismus- und Kongressindustrie,
- MICE Tourismus als zentraler Wirtschaftsfaktor für Städte und Regionen,
- Besonderheiten bei der Planung und Durchführung von MICE-Veranstaltungen,
- Fallstudien am Beispiel führender Unternehmen der Messe- und Kongressindustrie.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit, Referate.

Literatur/Lehrmaterial

- Davidson, R., Cope, B.: Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel, Harlow.
- Espich, G.: Business-Travel-Management: kostenoptimierte und effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, Renningen.
- Freyer, W., Naumann, M., Schröder, A. (Hrsg.): Geschäftsreise-Tourismus - Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, Dresden.
- Mahnicke, R.: Business Travel Management: Praxis-Know-how für Einkäufer, Wiesbaden
- Schreiber, M.-Th. (Hrsg.): Kongresse, Tagungen und Events: Potential, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, München.
- Wunsch, U. (Hrsg.), Thuy, P. (Hrsg.): Handbuch Eventkommunikation, Berlin.
Jeweils die aktuellste Auflage

Besonderes

Praxisdialoge, Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	4	Deutsch

Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz 22,5 Stunden / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Stunden / 20%	Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 Stunden / 35%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Exkursion MICE
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden erwerben durch die Exkursionen zu ausgesuchten Messen, Kongressen und Events fundierte Kenntnisse über Akteure, Instrumente und Strategien der Branche. Sie erhalten praxisorientierte Einblicke in die Besonderheiten der Veranstaltungsindustrie und bauen erste Kontakte zum Management der Unternehmen auf.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Exkursion Sportevent mit Praxisdialogen, • Exkursion Festival mit Praxisdialogen, • Exkursion Messe mit Praxisdialogen, • Exkursion Kongress mit Praxisdialogen. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Exkursion			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Praxisdialog, Diskussion, Fallstudien.			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Davidson, R.: Business Events, Harlow. • Davidson, R., Cope, B.: Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel, Harlow. • Freyer, W., Naumann, M., Schröder, A. (Hrsg.): Geschäftsreise-Tourismus - Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, Dresden. • Mahnicke, R.: Business Travel Management: Praxis-Know-how für Einkäufer, Wiesbaden • Schreiber, M.-Th. (Hrsg.): Kongresse, Tagungen und Events: Potential, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, München. • Wünsch, U. (Hrsg.), Thuy, P. (Hrsg.): Handbuch Eventkommunikation, Berlin. Jeweils die aktuellste Auflage 			
Besonderes			
z. B. Tutorien, online-Anteil, Praxisbesuche, Gastreferenten/innen etc.			

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 1	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 11,25 Stunden / 22,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 16,25 Stunden / 32,5%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 45%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.3.3	Titel der Lehrveranstaltung Ticketing und Teilnehmermanagement
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Absolventen des Moduls sind in der Lage,			
<ul style="list-style-type: none"> ein auf wirtschaftspsychologischen Erkenntnissen basierendes Teilnehmermanagement zu installieren, das die Kunden vor, während und nach der Veranstaltung nachhaltig und überzeugend betreut, professionelle Ticketingsysteme zu reflektieren und über die Implementierung anhand der spezifischen Bedingungen und Voraussetzungen der Veranstaltung zu entscheiden. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Teilnehmerkommunikation vor Veranstaltung: Save the Date, offizielle Einladung, Informationen zum Programm, Reminder, Event Website und Registrierung, Teilnehmerkommunikation während der Veranstaltung: Event Badges, Check In, Unterlagen, Seating, Catering, Teilnehmerkommunikation nach der Veranstaltung: Bildergalerien, Statistiken, Feedback, Return on Investment, Customer Relationship Management, Teilnehmermanagement als erfolgsentscheidender Teil der Veranstaltung, Professionelles Ticketing – die besten Ticketing Systeme am Beispiel Hub Spot, Solar Winds und Happy Fox. Print@Home and E-Tickets. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Vortrag, Fallstudien, Lernteamcoaching, Diskussion.			

Literatur/Lehrmaterial

- Bühnert, C., Luppold, S.: Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement. Springer, Wiesbaden.
 - Lohle, M.: Elektronisches Ticketing als CRM Instrument. Akademiker Verlag, Saarbrücken.
 - Nufer, G.: Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen. Gabler, Wiesbaden.
 - Sakschewski, T., Paul, S.: Veranstaltungsmanagement. Märkte, Aufgaben, Akteure. Springer, Wiesbaden.
- Jeweils die aktuellste Auflage

Besonderes

z. B. Tutorien, online-Anteil, Praxisbesuche, Gastreferenten/innen etc.

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Stunden / 20%		Aufgaben/Gruppenarbeit 17,5 Stunden / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-021	Modulbezeichnung IV.4 Grundlagen der BWL V
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen**Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)**

Die Absolventen sind in der Lage,

- zu reflektieren, welche Anforderungen an zeitgemäße Mitarbeiterführung gestellt werden,
- die unterschiedlichen Ansätze der Personalführung vergleichend zu beurteilen,
- Methoden und Instrumente zeitgemäßer Personalführung anzuwenden,
- die Besonderheiten bei der Personalführung in Dienstleistungsunternehmen zu erkennen und umzusetzen,
- aufbauend auf die Vorlesung Marketing I, weiterführende Marketing-Konzepte umzusetzen,
- strategisches Marketing und die Unternehmensführung aus Sicht des Marktes in ihrer Komplexität zu erkennen und auf Problemstellungen anzuwenden.

<p>Inhalte</p> <p>Innerhalb der Personalführung werden die Studierenden an die Anforderungen einer Führungskraft herangeführt und sie werden sich der Bedeutung zeitgemäßer Personalführung für den Gesamterfolg eines Unternehmens bewusst.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Marketing insb. im Sportbusiness, Besonderheiten des Sportmarketingmanagements, • Marktforschung – welche Erwartungen haben Unternehmen/Kunden an Vereine resp. an die Werbung im/mit Sport, • Dienstleistungsqualität und Messung der Kundenzufriedenheit (Fans, Zuschauer), • Konkurrenz- und Wettbewerbsanalyse, Portfoliomanagement.
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übungen, Gruppenarbeiten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse der BWL aus den ersten drei Semestern und die Fertigkeiten diese Kenntnisse auf eine neue Situation zu übertragen.
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorlaufende Module: Grundlagen der BWL I - IV
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>In dieser Vorlesung werden u. a. die Aspekte und Implikationen nachhaltigen Marketings und humanistischer Personalführung betrachtet und diskutiert.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 5
------------------------------------	------------------	---------------------

Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std. / 37,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 41,25, Std. / 27,5 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std. / 35 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.4.1	Personalführung
IV.4.2	Marketing II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Personalführung
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden wissen nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung, welche Anforderungen an zeitgemäße Mitarbeiterführung gestellt werden und sind imstande die unterschiedlichen Ansätze der Personalführung vergleichend zu beurteilen. Sie können Methoden und Instrumente zeitgemäßer Personalführung anwenden und wissen, welche Besonderheiten bei der Personalführung in Dienstleistungsunternehmen zu beachten sind.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
Welche fachlichen, methodischen, fachpraktischen und fächerübergreifenden Inhalte sollen erarbeitet werden?			
<ul style="list-style-type: none"> • Interaktionelle, strukturelle und kulturelle Personalführung, • Menschenbild, Theorien der Führung, • Motivationstheorien, Führungsstiltheorien, • Bedeutung von Unternehmenskultur, • Besonderheiten der Kultur serviceorientierter Organisationen, • Mitarbeitergespräche führen, Zielvereinbarungen, Meetings moderieren, • Vertrag und Vergütung, 			

<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Personalführung für die Kundenorientierung der Mitarbeiter, • Besonderheiten der Personalführung in gesundheitswirtschaftlichen und serviceorientierten Organisationen.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Rollenspiel, Gruppenarbeit,
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Grimm, H., Vollmer, G.: Personalführung, Bad Wörishofen. • Neuberger, O.: Führen und Führen lassen, Stuttgart. • Neuberger, O.: Das Mitarbeitergespräch, Leonberg. • Rosenstiel, L.v., Regnet, E., Domsch, M.: Führung von Mitarbeitern, Stuttgart. • Seelos, H.-J.: Personalführung in Medizinbetrieben, Wiesbaden. • Weibler, J.: Personalführung, München. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes z. B. Tutorien, Gastreferenten/innen etc.

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,25 Stunden / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Stunden / 35%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.4.2	Titel der Lehrveranstaltung Marketing II
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden erwerben tiefere Kenntnisse im strategischen Marketing. Konkret werden umfassende Kenntnisse in der Marketing-Analyse (z.B. SWOT), in der Marketing-Planung (z.B. Portfoliomanagement), wie auch in den Feldern Marketing-Implementierung und –Kontrolle (z.B. Einsatz Marketing Mix) erworben. Die Studierenden nutzen die o.g. Verfahren und Methoden, um diese auf praxisrelevante Fragestellungen angeleitet zu übertragen. Die auf dieser Basis erarbeiteten fachspezifischen Fertigkeiten können ferner auf den Studierenden völlig fremden Problemstellungen in der Praxis übertragen werden (Fachkompetenz).
--

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Marketing insb. im Sportbusiness, aber auch in Gebietskörperschaften, • Besonderheiten des Sportmarketingmanagements, • Marketingstrategien im Dienstleistungssektor, • Marktforschung – welche Erwartungen haben Unternehmen/Kunden an Vereine resp. an die Werbung im/mit Sport, • Kundenlebenszyklus im Dienstleistungsbereich, • Dienstleistungsqualität und Messung der Kundenzufriedenheit (Fans, Zuschauer), • Konkurrenz- und Wettbewerbsanalyse, • Portfoliomanagement. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K.: Strategisches Marketing, Stuttgart. • Benkenstein, M.; Strategisches Marketing, Stuttgart. • Bieberstein, I.: Dienstleistungs-Marketing, Ludwigshafen. • Mathys, E.: Dienstleistungsmarketing: Kunden finden, gewinnen und binden, Heidelberg. • Meffert, H., Bruhn, M.; Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden. • Uhe, G.: Strategisches Marketing, Berlin. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes keine			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
3	3	Nein	4	Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkt x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 33,75 Std. / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 17,5 Std. / 23%		Aufgaben/Gruppenarbeit 23,75 Std. / 32%

Modulbeschreibung

Code 432-022	Modulbezeichnung IV.5 Grundlagen der BWL VI
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des Controllings. Sie können eigene Fachkenntnisse des Controllings auf vorliegende Aufgabenstellungen anwenden und sind dazu in der Lage eine Übertragung der Methoden des Controllings auf neue Sachverhalte, insbesondere aus dem Dienstleistungsbereich anhand von Fallstudienarbeit vorzunehmen. Darüber hinaus sollen die Studierenden die Zusammenhänge zwischen Controlling und anderen Bereichen der Unternehmensführung und des Projekt- und Prozessmanagements kennen und ihr Wissen über diese Zusammenhänge auf vorliegende komplexere Aufgabenstellungen übertragen können.</p> <p>Die Absolventen können die wesentlichen Prinzipien der Besteuerung von Wirtschaftsorganisationen präsentieren und die Zusammenhänge zwischen Unternehmensentscheidungen und Steuern begründen. Sie sind in der Lage, Ideen zur Steuerplanung vergleichend zu beurteilen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Beschreiben, Erklären und Anwenden des Denkens sowie der Methoden und Instrumente des zeitgemäßen Finanzmanagements. Erkennen der besonderen Sichtweisen und Fragestellungen des Unternehmers. Die Studierenden erlenen die wesentlichen Inhalte und Methoden des Controllings, wobei der Schwerpunkt auf den Themen des operativen Controllings liegt. Im Teilmodul Steuerlehre werden insbesondere Arten der Besteuerung, der Einfluss der Besteuerung auf Investitionsentscheidungen und der Einfluss der Besteuerung auf Rechtsformentscheidungen behandelt.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vortrag, Diskussionen, Fallstudie, Lernteamcoaching, Gruppenarbeit; konkrete Praxisbeispiele aus Unternehmen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kenntnisse der BWL aus den ersten drei Semestern (insbesondere Kenntnisse aus dem Bereich des externen und internen Rechnungswesens) und die Fertigkeiten diese Kenntnisse auf neue Situationen zu übertragen.
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorlaufende Module: Grundlagen der BWL I/ II/ III/ IV/ V
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

In der Vorlesung werden Aspekte nachhaltigen Controllings diskutiert, zudem wird auf die Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichtserstattung eingegangen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K 90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 5
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std./ 37,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 Std. / 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 48,75 Std. / 32,5%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.5.1	Controlling
IV.5.2	Steuerlehre

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.5.1	Controlling

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Controllings. Sie können eigene Fachkenntnisse des Controllings auf vorliegende Aufgabenstellungen anwenden und sind dazu in der Lage eine Übertragung der Methoden des Controllings auf neue Sachverhalte, insbesondere aus dem Dienstleistungsbereich anhand von Fallstudienarbeit vorzunehmen. Darüber hinaus sollen die Studierenden die Zusammenhänge zwischen Controlling und anderen Bereichen der Unternehmensführung und des Projekt- und Prozessmanagements

kennen und ihr Wissen über diese Zusammenhänge auf vorliegende komplexere Aufgabenstellungen übertragen können.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- 1 Einleitung
 - 1.1. Vorstellung
 - 1.2. Lernziele
- 2 Controlling aus funktionaler Sicht
 - 2.1. Ausgangspunkt und Entwicklung des Controlling
 - 2.2. Konzeptionelle Grundlegung des Controlling
 - 2.3. Operatives und Strategisches Controlling
 - 2.4. Kompetenzanforderungen an Controller
- 3 Controlling aus institutionaler Sicht
 - 3.1. Einordnung von Controllingstellen in die Unternehmensorganisation
 - 3.2. Organisation innerhalb des Controllingbereichs
- 4 Planungs- und Kontrollfunktion des Controlling
 - 4.1. Aufgaben des Controlling im Zusammenhang mit den Planungs- und Kontrollsystemen
 - 4.2. Budgetierung
- 5 Informationsversorgungsfunktion des Controlling
 - 5.1 Grundfragen
 - 5.2 Ermittlung des Informationsbedarfs
 - 5.3 Informationsbeschaffung
 - 5.4 Informationsaufbereitung
 - 5.5 Informationsübermittlung
- 6 Steuerung von operativen Entscheidungen mit Informationen aus entscheidungsorientierten Kostenrechnungssystemen
 - 6.1 Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung
 - 6.2 Entscheidungsorientierte Kostenrechnungssysteme
 - 6.3 Target Costing
 - 6.4 Prozesskostenrechnung
 - 6.5 Projektkostenrechnung
 - 6.6 Kosten- und Erlösrechnung im Tourismusbereich
 - 6.7 Kosten- und Erlösrechnung im Gesundheitswesen
- 7 Steuerung von strategischen Entscheidungen durch wertorientierte Kontrolle
 - 7.1 Grundlage der strategischen Kontrolle
 - 7.2 Der Shareholder Value-Ansatz
 - 7.3 Entscheidungssteuernde Auswirkungen der Ausrichtung am Unternehmenswert
 - 7.3.1 Kritik an gewinnorientierten Erfolgskennzahlen
 - 7.3.2 Konzeptionelle Erweiterung des strategischen Managements
 - 7.4 Konzeption eines unternehmenswertorientierten Controlling
 - 7.5 Der Unternehmenswert im Strategischen Controlling
 - 7.6 Praxisbeispiele

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung und mitlaufende Fallstudie zum operativen und strategischen Controlling

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Fallstudie, Lernteamcoaching, Gruppenarbeit; konkrete Praxisbeispiele aus Unternehmen

Literatur/Lehrmaterial

- Barth, T. / Barth, D.: Controlling. München.
- Baum, H.-G./ Coenenberg, A. G./ Günter, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart. Bea, F.X./ Scheurer, S./ Hesselmann, S.: Projektmanagement, Stuttgart Friedl, B.: Controlling, Stuttgart.
- Horvath, P.: Controlling, München.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes

Praxisbesuche, Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 3	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 33,75 Stunden / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 22,5 Stunden / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 18,75 Stunden / 25%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Steuerlehre
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Absolventen können die wesentlichen Prinzipien der Besteuerung von Wirtschaftsorganisationen präsentieren und die Zusammenhänge zwischen Unternehmensentscheidungen und Steuern begründen. Sie sind in der Lage, Ideen zur Steuerplanung vergleichend zu beurteilen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Einkommensteuer
- Körperschaftsteuer
- Gewerbesteuer
- Umsatzsteuer

- Erbschaft- und Schenkungssteuer
- Einfluss der Besteuerung auf Investitionsentscheidungen
- Einfluss der Besteuerung auf Rechtsformentscheidungen
- Internationale Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen im zusätzlich angebotenen Tutorium, Vortrag eines Praktikers zu Finanzierungsthemen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten, Metaplanarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Backhaus, K., et.al.: Multivariate Analysemethoden, Berlin.
 - Breithecker, V.: Einführung in die Internationale Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin.
 - Brüggemann, H., Bremer, P.: Grundlagen Qualitätsmanagement, Berlin.
 - Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Berlin.
 - Frodl, A., : Logistik und Qualitätsmanagement im Gesundheitsbetrieb, Berlin.
 - Heinhold, M.: Unternehmensbesteuerung: Investition und Finanzierung, Stuttgart.
 - Heinhold, H., Bachmann, C., Hüsing, S.: Lehrbuch Besteuerung der Gesellschaften, Herne.
 - König, R., Wosnitza, M.: Betriebswirtschaftliche Steuerplanungs- und Wirkungslehre, Heidelberg.
 - Pastowski, S.: Messung von Dienstleistungsqualität in komplexen Marktstrukturen, Berlin.
 - Wehrheim, M.: Einkommensteuer und Steuerwirkungslehre, Wiesbaden.
- (Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte 3 x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 22,5 Stunden / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Stunden / 40%	

Modulbeschreibung

Code 432-023	Modulbezeichnung Wissenschaftliches Kolloquium
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Absolventen sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden anzuwenden und eigene Fragestellungen anhand wissenschaftlicher Methoden zu hinterfragen und zu beurteilen. Sie kennen die grundlegenden Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten und können diese auf entsprechende Aufgaben- und Problemstellungen anwenden.</p>
<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden lernen in diesem Modul die grundlegenden Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens sowie die Lösung betriebswirtschaftlicher Fallstudien. Weitere Schwerpunkte betreffen die Hypothesengenerierung, die Literaturrecherche und die empirische Forschung.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

<p>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</p>	<p>I.6 Schlüsselqualifikationen I</p>
<p>Vorbereitung für das Modul</p>	<p>keine</p>

Verwendbarkeit des Moduls

<p>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</p>	<p>VI.4 Bachelorarbeit</p>
<p>Einsatz in anderen Studiengängen</p>	<p>Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement</p>

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Die Auswahl der Präsentationsthemen berücksichtigt resp. erfordert insbesondere die Erarbeitung nachhaltiger Aspekte und Zielsetzungen.</p>
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
S	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 2
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 22,5 Stunden / 15%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 65 Stunden / 43%	Aufgaben/Gruppenarbeit 62,5 Stunden / 42%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.1.1	Wissenschaftliches Kolloquium

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Wissenschaftliches Kolloquium
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Absolventen sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden anzuwenden und eigene Fragestellungen anhand wissenschaftlicher Methoden zu hinterfragen und zu beurteilen. Sie kennen die grundlegenden Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten und können diese auf entsprechende Aufgaben- und Problemstellungen anwenden. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, ein Thema aus dem Bereich des Studienganges wissenschaftlich selbständig er- und bearbeiten zu können.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Struktur des wissenschaftlichen Arbeitens, Zeitplan und Arbeitsschritte, • Wissenschaftliches Arbeiten als Problemlösungsprozess, • Grundprinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens, • Probleme identifizieren, Fragen entwickeln, 			

<ul style="list-style-type: none"> • Literatur recherchieren und bewerten, • Grundregeln und –formen wissenschaftlichen Schreibens, • Gestaltungsfragen und Formvorschriften, • Empirische Forschung.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) z.B. Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen,

Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin. • Berekoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder P.: Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden. • Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg. • Heister, W., Weßler-Poßberg, D.: Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten, Stuttgart. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes Einzelarbeiten oder Gruppenarbeiten/forschendes Lernen möglich

Organisation

ECTS-Punkte 6	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja/nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung				
Präsenz/ Kontakt 22,5 Stunden / 15%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 65 Stunden / 43%		Aufgaben/Gruppenarbeit 62,5 Stunden / 42%

Modulbeschreibung

Code 432-024	Modulbezeichnung Infrastruktur und Ökologie im Sport
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Die Absolventen sind in der Lage, die Komplexität ökologischer Systeme zu reflektieren und die Auswirkungen des Sportbetriebs auf Natur und Umwelt zu erläutern. Basierend auf
--

Wirkungsanalysen von Outdoorsportarten können die Studierenden Konzepte für eine naturverträgliche Sportausübung entwickeln. Sie kennen die juristischen und organisatorischen Grundlagen zur Steuerung und Reglementierung des Sportbetriebs und sind mit den Aspekten und Instrumenten eines nachhaltigen Energie- und Abfallmanagements bei Sportgroßveranstaltungen vertraut.

Die Absolventen sind in der Lage, nachhaltige, funktionale und bedarfsgerechte Anforderungen an Sportanlagen zu reflektieren und zu erläutern. Sie kennen die ökonomischen und marketingspezifischen Grundlagen des Sportstättenmanagements und sind mit den Sicherheitskonzepten von Sportgroßveranstaltungen vertraut. Die Studierenden werden befähigt, Aufgaben in der Planung, Erstellung, Organisation, Umstrukturierung und im Betrieb von multifunktionalen Sportstätten zu übernehmen.

Inhalte

- Ökologie: Theoretische Grundlagen und aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse,
- Landschaftsverbrauch und Beeinträchtigung von Lebensräumen durch Sport,
- Konfliktpotenzial: Zeitliche Ausdehnung der Sportausübung,
- Umweltverschmutzung (Transport und Verkehr, Equipment),
- Energie- und Abfallmanagement bei Sportgroßveranstaltungen,
- Gesetzliche Maßnahmen, Auflagen und Vorschriften zum Schutz der Natur,
- Konzepte zur Steuerung, Lenkung und Reglementierung des Sportbetriebs,
- Kommunale Sportentwicklungsplanung
- Nachhaltige Sportanlagen als Bestandteil der städtebaulichen und regionalen Infrastruktur,
- Sportfunktionale und ökonomische Anforderungen an Sportanlagen,
- Betrieb, Vermarktung und Kommunikation von Sportstätten.

Lehr-/ Lernformen

Vorlesung, Seminar, Workshop.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul VI.1 Wirtschafts- und Sportpolitik.
Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Grundlagen aus den o.g. Modulen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul VI.1 Wirtschafts- und Sportpolitik Modul V.4 Internationale Sportverbände
Einsatz in anderen Studiengängen	Interdisziplinärer Austausch mit Stadt- und Landschaftsplanung, Pferdewirtschaft, Agrarwirtschaft, Energie- und Ressourcenmanagement u. a.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Nachhaltige Entwicklung im Sport sind zentrale Themen der Teilmodule Ökologie und Sport und Projektierung von Sportinfrastruktur.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60 und StA	40% / 60%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 5
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std./ 38 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50 Std./ 33 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 43,75 Std./ 28 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.2.1	Ökologie und Sport
V.2.2	Projektierung von Sportinfrastruktur

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Ökologie und Sport
----------------------	--

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Absolventen sind in der Lage, die Komplexität ökologischer Systeme zu reflektieren und die Auswirkungen des Sportbetriebs auf Natur und Umwelt zu erläutern. Basierend auf Wirkungsanalysen von Outdoorsportarten können die Studierenden Konzepte für eine naturverträgliche Sportausübung entwickeln. Sie kennen die juristischen und organisatorischen Grundlagen zur Steuerung und Reglementierung des Sportbetriebs und sind mit den Aspekten und Instrumenten eines nachhaltigen Energie- und Abfallmanagements bei Sportgroßveranstaltungen vertraut.</p>

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Ökologie: Theoretische Grundlagen und aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse, • Landschaftsverbrauch und Beeinträchtigung von Lebensräumen durch Sport, • Konfliktpotenzial: Zeitliche Ausdehnung der Sportausübung, • Umweltverschmutzung (Transport und Verkehr, Equipment), • Energie- und Abfallmanagement bei Sportgroßveranstaltungen, • Gesetzliche Maßnahmen, Auflagen und Vorschriften zum Schutz der Natur, • Konzepte zur Steuerung, Lenkung und Reglementierung des Sportbetriebs, • Fallbeispiele Outdoorsport: Problemstellungen und Problemlösungen. 			
Lehr-/ Lernformen Vorlesung, Seminar, Workshop.			
Lehr-/ Lernmethoden Projektarbeit, projektorientierte Betreuung, Exkursion.			
Literatur/ Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Becker, P., Humberstone, B., Loynes, C. (Hrsg.): The changing world of outdoor learning in Europe. Routledge, London. • Katthage, J.: Planung, Bau und Instandhaltung von nachhaltigen, sicheren Sportfreianlagen. BiSp., Bonn. • McCullough, B. (Hrsg.), Kellison, T. (Hrsg.): Routledge handbook of sport and the environment. Routledge, London. • Neuerburg, H. J.: Nachhaltige Mobilität im Sport. DOSB, Frankfurt. • Pröbstl, U., Brom, M., Dorsch, C.: Umweltmanagement in Skigebieten. Springer, Berlin. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 3	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 33,75 Std./ 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 33%		Aufgaben/Gruppenarbeit 16,25 Std./ 22%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.2.2	Titel der Lehrveranstaltung Projektierung von Sportinfrastruktur
---------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele <p>Die Absolventen sind in der Lage, nachhaltige, funktionale und bedarfsgerechte Anforderungen an Sportanlagen zu reflektieren und zu erläutern. Sie kennen die ökonomischen und marketingspezifischen Grundlagen des Sportstättenmanagements und sind mit den Sicherheitskonzepten von Sportgroßveranstaltungen vertraut. Die Studierenden werden befähigt, Aufgaben in der Planung, Erstellung, Organisation, Umstrukturierung und im Betrieb von multifunktionalen Sportstätten zu übernehmen.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Kommunale Sportentwicklungsplanung • Nachhaltige Sportanlagen als Bestandteil der städtebaulichen und regionalen Infrastruktur, • soziale und sportfunktionale Anforderungen • ökologische Anforderungen an Sportanlagen • ökonomische Anforderungen an Sportanlagen, • Finanzierung und Betrieb von Sportanlagen, • Vermarktung und Kommunikation von Sportstätten, • Nutzungsoptimierung von Sportstätten (Multifunktionshallen, -arenen), • Praxismodelle: Ski- und Kletterhallen, Bäderlandschaften, Fitnessanlagen, • Organisationsmodelle. 			
Lehr-/ Lernformen Vorlesung, Seminar, Workshop.			
Lehr-/ Lernmethoden Projekt, Fallstudie, projektorientierte Betreuung, Gruppenarbeit, Exkursion.			
Literatur/ Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Eßig, N. et al.: Nachhaltigkeit und Innovationen von Sportstätten und -räumen. BiSp., Bonn. • Rütten, A., Nagel, S., Kähler, R.: Handbuch Sportentwicklungsplanung. Hofmann, Schorndorf. • Wopp, Ch.: Zukunftsorientierte Sportstättenentwicklung, Orientierungshilfe zur kommunalen Sportentwicklungsplanung. LSB Hessen, Frankfurt. • Zimmermann, M.: Standortplanung für Dienstleistungsunternehmen – Das Beispiel multifunktionaler Sportanlagen. DUV, Wiesbaden. (Jeweils die aktuellste Auflage) 			
Besonderes ---			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 22,5 Std./ 30 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 33%	Aufgaben/Gruppenarbeit 27,5 Std./ 37%	

Modulbeschreibung

Code 432-025	Modulbezeichnung Clubmanagement
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden kennen die aktuellen Entwicklungen im professionellen Fußball und sind in der Lage, die personellen und organisatorischen Strukturen von Vereinen zu erläutern. Sie können die Vermarktungsstrukturen und -strategien im Fußballbusiness analysieren und umsetzen. Sie sind imstande, einen Spieltag zu organisieren und kennen die Bedeutung des Fanmanagements und Merchandising im Profi-Fußball. Die Absolventen verfügen über grundlegende Kenntnisse in den wichtigen Bereichen Scouting, Talentmanagement und Teamentwicklung.</p> <p>Die Absolventen sind in der Lage, Methoden, Instrumente und Modelle des Controllings auf die spezifischen Erfordernisse des Sportbusiness anzuwenden. Sie werden befähigt, geeignete Performance Managementsysteme in den wichtigen Controlling-Sektoren Image, Sponsoring und Zuschauer zielorientiert einzusetzen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen im Fußballbusiness, • Organisationsstrukturen im professionellen Fußball, • Personalmanagement im professionellen Fußball, • Talentmanagement, Scouting, Kaderplanung und Teamentwicklung, • Medienrechte, Vermarktungsstrukturen und -strategien im Fußballbusiness, • Effizienzpotenziale im strategischen Marketing von und mit Fußballarenen, • Strategisches und operatives Controlling im Sport, • Performance Managementsysteme im Sport (BSC, EFQM-Modell) • Controlling im Imagebereich, Sponsoring und Zuschauergewinnung.
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Vorlesung mit Fallbeispielen, Gruppenarbeit, Selbststudium.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement; Modul III.1 Medien und Digitalisierung im Sport; III.2 Marketing und Trends im Sport.
Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Grundlagen aus den o.g. Modulen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement; Modul III.1 Medien und Digitalisierung im Sport; III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul VI.1 Sponsoring und Crossmarketing.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
Im Teilmodul Fußballmanagement werden u. a. die Aspekte An- und Abreise der Zuschauer, die Energieversorgung der Stadien und die Abfallproblematik bei Sportgroßveranstaltungen unter der Direktive der Nachhaltigkeit thematisiert und diskutiert.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std./ 35 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std./ 35 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.3.1	Fußballmanagement
V.3.2	Controlling im Sport

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: V.3.1	Titel der Lehrveranstaltung: Fußballmanagement
----------------	---

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden kennen die aktuellen Entwicklungen im professionellen Fußball und sind in der Lage, die personellen und organisatorischen Strukturen von Vereinen zu erläutern. Sie können die Vermarktungsstrukturen und -strategien im Fußballbusiness analysieren und umsetzen. Sie sind imstande, einen Spieltag zu organisieren und kennen die Bedeutung des Fanmanagements und Merchandising im Profi-Fußball. Die Absolventen verfügen über grundlegende Kenntnisse in den wichtigen Bereichen Scouting, Talentmanagement und Teamentwicklung.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen im Fußballbusiness, • Organisationsstrukturen im professionellen Fußball, • Personalmanagement im professionellen Fußball, • Talentmanagement, Scouting, Kaderplanung und Teamentwicklung, • Medienrechte, Vermarktungsstrukturen und -strategien im Fußballbusiness, • Transferrecht: Nationale und internationale Bestimmungen, • Spieltag: Organisatorische Aufgaben und Abläufe, • Fanmanagement und Merchandising im professionellen Fußball, • Effizienzpotenziale im strategischen Marketing von und mit Fußballarenen, • Branchenstrukturanalysen. 			
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung</p>			
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Übungen, Referate, Fallstudien, Gruppenarbeit, Exkursion.</p>			
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruber, D.: Effizienzpotenziale im strategischen Stadionmanagement, UEFA Abschlussbericht. Universität Bayreuth. • Hasel, M. C.: Der professionelle Fußballclub, Berlin. 			

- Hierl, L., Weiß, R.: Bilanzanalyse von Fußballvereinen, Wiesbaden.
- Nowak, G.(Hrsg.): Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts, Wiesbaden.
- Schewe, G., Littkemann, J.: Sportmanagement. Der Profi-Fußball aus sportökonomischer Perspektive, Schorndorf.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes
Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 22,5 Std. / 30 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 26,25 Std. / 35 %		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35 %

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Controlling im Sport
----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Absolventen sind in der Lage, Methoden, Instrumente und Modelle des Controllings auf die spezifischen Erfordernisse des Sportbusiness anzuwenden. Sie werden befähigt, geeignete Performance Managementsysteme in den wichtigen Controlling-Sektoren Image, Sponsoring und Zuschauer zielorientiert einzusetzen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Strategisches und operatives Controlling im Sport,
- Strategy Map,
- Spieltag bezogene Deckungsbeitragsrechnung,
- Performance Managementsysteme im Sport (BSC, EFQM-Modell)
- Controlling im Imagebereich,
- Controlling im Sponsoring,
- Controlling in der Zuschauergewinnung,
- Praxisbeispiele.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)
Vorlesung in Seminarform

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)
Übungen, Referate, Fallstudien, Gruppenarbeit.

Literatur/Lehrmaterial

- Fink, N.: Strategische Entwicklung von Sportvereinen: Wie Vereine nachhaltig zu starken Marken werden: Analyse, Planung, Umsetzung, Controlling. Springer, Wiesbaden.
- Graumann, M. (Hrsg.) et al.: Controlling im Sport: Grundlagen und Best Practice für Vereine, Verbände und Ligen. ESV, Berlin.
- Haas, O.: Controlling der Fußballunternehmen – Management und Wirtschaft in Sportvereinen. ESV, Berlin.
- Nufer, G., Bühler, A.: Management im Sport: Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie. ESV, Berlin.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes
Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 22,5 Std. / 30 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 26,25 Std. / 35 %		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35 %

Modulbeschreibung

Code 432-026	Modulbezeichnung Internationale Sportverbände
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Exkursionsteilnehmer lernen die Strukturen, Aufgaben und Entscheidungsträger der wichtigsten internationalen Sportorganisationen (IOC, FIFA, UEFA etc.) kennen und sind in der Lage, in diesem Umfeld weiterführende Netzwerke aufzubauen. In den Praxisdialogen und Konferenzen erwerben die Studierenden Kenntnisse über aktuelle Problemfelder

internationaler Sportpolitik und die Chancen des Sports zur Anbahnung politischer Kooperation und Völkerverständigung. Sie sind imstande, die weltweite Dopingproblematik zu reflektieren und die Arbeit der Anti-Doping-Einrichtungen realistisch einzuordnen.

Inhalte

- Exkursion zu den wichtigsten internationalen Sportorganisationen
- Vorträge, Praxisdialoge,
- Konferenzen, Workshops,
- Symposien,
- World Anti Doping Agency,
- Museumsbesuche (FIFA Museum, Olympic Museum).

Lehr-/Lernformen

Exkursion mit Vorträgen, Praxisdialogen, Konferenzen und Workshops.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlagen aus den Modulen I.5, II.3, III.3, III.4
Vorbereitung für das Modul	Ausarbeitung eines Fragekatalogs für die Praxisdialoge.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement; Modul III.1 Medien und Digitalisierung im Sport; III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul III.3 Sportrecht; Modul VI.1 Sponsoring und Crossmarketing.
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

In den Gesprächen und Diskussionen mit den Verantwortlichen der Weltverbände werden von den Studierenden gezielt Fragen zur Sportökologie und zur Compliance im Sport gestellt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg S. Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 Std. / 30 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 37,5 Std. / 25 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.4.1	Exkursion zu den Weltverbänden des Sports

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code: V.4.1	Titel der Lehrveranstaltung: Exkursion zu den Weltverbänden des Sports
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Exkursionsteilnehmer lernen die Strukturen, Aufgaben und Entscheidungsträger der wichtigsten internationalen Sportorganisationen (IOC, FIFA, UEFA etc.) kennen und sind in der Lage, in diesem Umfeld weiterführende Netzwerke aufzubauen. In den Praxisdialogen und Konferenzen erwerben die Studierenden Kenntnisse über aktuelle Problemfelder internationaler Sportpolitik und die Chancen des Sports zur Anbahnung politischer Kooperation und Völkerverständigung. Sie sind imstande, die weltweite Dopingproblematik zu reflektieren und die Arbeit der Anti-Doping-Einrichtungen realistisch einzuordnen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Exkursion zu den wichtigsten internationalen Sportorganisationen • Vorträge, Praxisdialoge, • Konferenzen, Workshops, 			

<ul style="list-style-type: none"> • Symposien, • World Anti Doping Agency, • Museumsbesuche (FIFA Museum, Olympic Museum).
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Exkursion mit Vorträgen, Praxisdialogen, Konferenzen und Workshops.
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Exkursion mit Vorträgen, Praxisdialogen, Konferenzen und Workshops.
Literatur/Lehrmaterial (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes Gespräche mit den Entscheidungsträgern der internationalen Sportorganisationen.

Organisation

ECTS-Punkte 6	SWS 6	Gruppeneinteilung nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Englisch, Deutsch
Workload: 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 45 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 Std. / 30 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 37,5 Std. / 25 %

Modulbeschreibung

Code 432-027	Modulbezeichnung Strategisches Management
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Absolventen kennen die Aufgaben und Inhalte von Management sowie Entrepreneurship und sind in der Lage, Instrumente der operativen und strategischen Steuerung zu beschreiben und anzuwenden. Sie werden befähigt, die Faktoren einer humanen Unternehmenskultur zu beurteilen und zu implementieren. Sie können die Kernkompetenzen von Unternehmen analysieren und bewerten. Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, ausgewählte Konzepte des Change-Managements verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Einzelnen geht es um die Entwicklung der Fach- und Methodenkompetenz. Die Absolventen des Teilmoduls Unternehmensgründung/Businessplan sind in der Lage, die wesentlichen Prinzipien der Finanzplanung von Wirtschaftsorganisationen zu
--

präsentieren, die Zusammenhänge zwischen Kapitalentscheidungen und Liquidität zu begründen und Ideen zur Finanzplanung vergleichend zu beurteilen und diese auf die Sportbranche anzuwenden. Außerdem sind sie in der Lage einen Businessplan zu erstellen und zu präsentieren.

Inhalte

- Aufgaben und Inhalte von Management und Entrepreneurship,
- Elemente und Bedeutung von Unternehmenskultur,
- Instrumente der operativen und strategischen Steuerung,
- Erfolgsfaktoren von Märkten und Kernkompetenzen von Unternehmen,
- Grundlagen und Modelle des Change-Managements,
- Methoden und Instrumente des Change-Managements,
- Erfolgsfaktoren des Change-Managements,
- strukturierte Darstellung einer Geschäftsidee,
- Anforderungen an einen Businessplan,
- Entwicklung eines Businessplans,
- Präsentation des Businessplans.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten, Tutorien.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Alle BWL-Module
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen BWL-Vorlesungen angegeben ist.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorlaufende Module: Allg. BWL I - BWL V
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Nachhaltige Unternehmensentwicklung ist ein zentrales Thema der strategischen Unternehmensführung. Im Teilmodul Change-Management werden insbesondere die Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen und ressourcenbasierte Ansätze diskutiert. Im Teilmodul Unternehmensgründung wird ein weiterer Schwerpunkt auf nachhaltige Konzepte gelegt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60) / StA	40% / 60%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 6
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std./ 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51 Std. / 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 31,5 Std. /30 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.5.1	Strategische Unternehmensführung
V.5.2	Change Management
V.5.3	Unternehmensgründung/Businessplan

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Strategische Unternehmensführung
----------------------	--

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Absolventen kennen die Aufgaben und Inhalte des strategischen Managements und sind in der Lage, Instrumente der strategischen Steuerung zu beschreiben und anzuwenden. Sie können die Erfolgsfaktoren in Märkten und Kernkompetenzen von Unternehmen analysieren und bewerten.</p>
--

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Inhalte von Management • Ansätze zur Strategieentwicklung • Elemente und Bedeutung von Unternehmenskultur • Strategieansätze • Instrumente der operativen und strategischen Steuerung • Erfolgsfaktoren von Märkten und Kernkompetenzen von Unternehmen • Zentralisierung versus Dezentralisierung • Kooperation und Differenzierung • Vergleichende Beurteilung des strategischen Managements im Hinblick auf die Organisationsform 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Fallbeispielen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Diskussionen, Übungen, Fallanalysen			

Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Dillerup, R., Stoi, R.: Unternehmensführung, München. • Eschenbach, R., Kunesch, H., Eschenbach, S.: Strategische Konzepte, Stuttgart. • Jung, R.H., Bruck, J., Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin. • Kreikebaum, H.: Strategische Unternehmensplanung, Stuttgart. • Müller-Stewens, G., Lechner, Chr.: Strategisches Management, Stuttgart. • Porter, M. E.: Wettbewerb und Strategie, Berlin. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes Gastreferenten nach Bedarf

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Stunden / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Stunden / 24%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.5.2	Titel der Lehrveranstaltung Change Management
---------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, ausgewählte Konzepte des Change-Managements verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Einzelnen geht es um die Entwicklung der Fach- und Methodenkompetenz in Bezug auf folgende Aspekte:

- Die Erfolgsrelevanz des „Faktor Mensch“ bei Veränderungsprojekten verstehen und an Praxisbeispielen aufzeigen können,
- Veränderungsbedingte Widerstände (er-)kennen und lösungsorientierte Handlungsweisen ableiten,
- Organisatorischen Wandel als kontinuierliche Aufgabe der Unternehmensführung verstehen und erläutern können.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Grundlagen und Modelle des Change-Managements,
- Methoden und Instrumente des Change-Managements,
- Widerstand im Change-Management,
- Erfolgsfaktoren des Change-Managements.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit

Literatur/Lehrmaterial

- Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change-Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt a.M.
- Kotter, J.: Leading Change, München.
- Kraus, G.; Becker-Kolle, C.; Fischer, T.: Change-Management, Berlin.
- Lauer, Th.: Change-Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden.

(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes ----

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: ECTS-Punkte 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 7,5 Stunden / 15%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.5.3	Titel der Lehrveranstaltung Unternehmensgründung/Businessplan
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Absolventen sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • einen Businessplan zu erstellen • die wesentlichen Prinzipien der Finanzplanung von Wirtschaftsorganisationen zu präsentieren, • die Zusammenhänge zwischen Kapitalentscheidungen und Liquidität zu begründen, • Ideen zur Finanzplanung vergleichend zu beurteilen und diese auf die Sportbranche anzuwenden. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand ist die Gründung eines Unternehmens inklusive Erstellung eines Businessplans. • Business Modell Canvas, • Marktforschung • Markteintrittsbarrieren • Finanzierungswege für Gründer, • SWOT-Analyse • Nachhaltigkeit als Unternehmensphilosophie. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Fallstudie, Lernteamcoaching, Gruppenarbeit; konkrete Praxisbeispiele aus Unternehmen.			
Literatur/Lehrmaterial			

- Schinnerl, R.: Erfolgreich in die Selbständigkeit, Berlin.
- Pott, O., Pott, A.: Entrepreneurship: Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, Berlin.
- Kailer, N., Weiß, G.: Gründungsmanagement kompakt: Von der Idee zum Businessplan, München.
- Wöltje, J. (Hrsg.): Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen: Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten, Freiburg.

Besonderes
Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Stunden / 31%		Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Stunden / 24%

Modulbeschreibung

Code 432-028	Modulbezeichnung Sponsoring und Crossmarketing
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele

Die Absolventen kennen die enorme strategische Bedeutung und Potentials von Crossmarketing speziell im Sport- und Eventbereich und sind in der Lage, entsprechende Crossmarketingkonzepte zu entwickeln. Sie können die Erfolgsfaktoren der vielfältigen Formen von Markenkooperationen, wie Cross Promotion oder Product Bundling, erläutern und werden befähigt, Markenkooperationen zielorientiert zu planen und umzusetzen. Die Absolventen kennen die Grundlagen und Formen des Sponsorings und können die strategischen Ziele und charakteristischen Vorteile des Sponsorings darstellen und umsetzen. Sie sind in der Lage, Sponsoringkonzepte zu entwickeln sowie Sponsoringpakete zu kalkulieren und vertraglich auszugestalten. Die Studierenden werden befähigt, Sportsponsoring in den Marketing-Mix der Unternehmenskommunikation einzuordnen, umzusetzen und geeignete Instrumente zur Evaluierung der Maßnahmen anzuwenden.

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Ziele von Crossmarketing im Sport- und Eventbereich, • Verschiedene Formen des Crossmarketings im Sport- und Eventbereich, • Anwendung von Crossmarketingstrategien im Sport- und Eventbereich, • Fallbeispiele: Werbekooperationen gegensätzlicher strategischer Partner, • Fallbeispiele: Branchenübergreifende Kooperationen. • Definitionen, Grundlagen und Formen des Sponsorings, • strategische Kernziele des Sponsorings, • Risiken im Sportsponsoring, Bedeutung von Testimonials, • Erstellung von Sponsoringkonzepten, • Kalkulation von Sponsoringpaketen, insbesondere auf Basis des TKP • Evaluation des Sponsoring-Engagements.
Lehr-/Lernformen Vorlesung mit praktischen Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlagen aus den Modulen „Grundlagen der BWL I - VI
Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Grundlagen aus den o.g. Modulen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul I.1 Grundlagen der BWL I; Modul I.5 Einführung ins Sportmanagement; Modul III.2 Marketing und Trends im Sport; Modul IV.4 Grundlagen der BWL V.
Einsatz in anderen Studiengängen	Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Besondere Berücksichtigung von Ökologie und Compliance (Unternehmenskultur) bei der Auswahl von Partnerschaften beim Crossmarketing und Sponsoring.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std./ 35 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std./ 35 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.1.1	Crossmarketing
VI.1.2	Sponsoring

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Crossmarketing
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Absolventen kennen die enorme strategische Bedeutung und Potentials von Crossmarketing speziell im Sport- und Eventbereich und sind in der Lage, entsprechende Crossmarketingkonzepte zu entwickeln. Sie können die Erfolgsfaktoren der vielfältigen Formen von Markenkooperationen, wie Cross Promotion oder Product Bundling, erläutern und werden befähigt, Markenkooperationen zielorientiert zu planen und umzusetzen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Ziele von Crossmarketing im Sport- und Eventbereich, • Verschiedene Formen des Crossmarketings im Sport- und Eventbereich, • Cross Selling, Cross Promotion, Cross Advertising, • Co-Branding, Product Bundling, Couponing, • Anwendung von Crossmarketingstrategien im Sport- und Eventbereich, • Fallbeispiele: Werbekooperationen gegensätzlicher strategischer Partner, • Fallbeispiele: Branchenübergreifende Kooperationen.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Exkursion, Selbststudium, kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Referate, Fallstudien, Gruppenarbeit,
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M.: Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz. Springer, Wiesbaden. • Hermanns, A., Marwitz Ch.: Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung. Vahlen, München. • Meyer, T., Schade, M.: Cross-Marketing – Allianzen, die stark machen. BusinessVillage, Göttingen. • Pickenpack (Hrsg.), N. et al.: Markenkooperationen: Wer nicht kooperiert – verliert. BusinessVillage, Göttingen. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 5	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 26,25 Std. / 35%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Sponsoring
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Absolventen kennen die Grundlagen und Formen des Sponsorings und können die strategischen Ziele und charakteristischen Vorteile des Sponsorings darstellen und umsetzen. Sie sind in der Lage, Sponsoringkonzepte zu entwickeln sowie Sponsoringpakete zu kalkulieren und vertraglich auszugestalten. Die Studierenden werden befähigt,
--

Sportsponsoring in den Marketing-Mix der Unternehmenskommunikation einzuordnen, umzusetzen und geeignete Instrumente zur Evaluierung der Maßnahmen anzuwenden.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Definitionen, Grundlagen und Formen des Sponsorings,
- strategische Kernziele des Sponsorings,
- charakteristische Vorteile von Sportsponsoring,
- Sportsponsoring als Instrument der Unternehmenskommunikation,
- Entscheidungskriterien bei der Auswahl von Sponsorships,
- Risiken im Sportsponsoring, Bedeutung von Testimonials,
- Erstellung von Sponsoringkonzepten,
- Kalkulation von Sponsoringpaketen, insbesondere auf Basis des TKP
- Evaluation des Sponsoring-Engagements.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Exkursion, Selbststudium, kooperatives Lernen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Übungen, Referate, Fallstudien, Gruppenarbeit,

Literatur/Lehrmaterial

- Bruhn, M.: Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz. Springer, Wiesbaden.
- Falkenau, J.: Sportsponsoring: Wirkung und Erfolgsfaktoren aus neuropsychologischer Sicht. Haufe, Freiburg.
- Hermanns, A., Marwitz, Ch.: Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung. Vahlen, München.
- Walzel, S., Schubert, M.: Sportsponsoring – Grundlagen, Konzeption und Wirkungen. Springer, Berlin.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes

Gastreferenten/innen

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
3	2	Nein	5	Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 26,25 Std. / 35%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-029	Modulbezeichnung Eventlogistik
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden kennen die Relevanz des Marketinginstruments Messe und sind in der Lage, Messen und Messebeteiligungen zu planen und umzusetzen. Sie sind imstande, basierend auf den Instrumenten und Methoden des Projektmanagements und unter Einbeziehung geeigneter Logistikpartner, Messen erfolgreich zu koordinieren und durchzuführen.</p> <p>Die Absolventen sind in der Lage Abläufe und Arbeitsschritte bei der Installation von Licht-, Ton- und Bühnentechnik zu beschreiben und durchzuführen. Sie werden befähigt, den Einsatz der Apparaturen und Einrichtungen nach Vorgaben und gestalterischen Gesichtspunkten sowie unter Berücksichtigung der sicherheitstechnischen Bestimmungen und Vorschriften zu planen und umzusetzen. Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in der Audio- und Videotechnik, insbesondere im Hinblick auf den Einsatz bei Events und Sportgroßveranstaltungen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen und Erscheinungsformen von Messen, • Operative Projektplanung und -umsetzung im Messemanagement, • Instrumente der Aussteller- und Besucherakquisition, • Standflächen und Standarten, funktionale Standzonen, • Koordination der Zusammenarbeit mit Messegesellschaften und Messedienstleistern, • Steuerung und Kontrolle der Servicequalität von Messen, • veranstaltungstechnische Konstruktionen planen und einrichten, • Energieversorgung und Beleuchtungsanlagen planen und aufbauen, • Beschallungsanlagen planen und aufbauen, • sicherheitstechnische Aspekte, • Best Practice Modelle: Stadien, Open Air Konzerte, Stadthallen, Theater.
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Vorlesung mit praktischen Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Modul II.3 Einführung ins Eventmanagement
Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Grundlagen aus dem o.g. Modul

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul IV.2 Praxisprojekt im Eventbereich; Modul VI.3 Megaevents und Krisenmanagement.
---	---

Einsatz in anderen Studiengängen	Gesundheits- und Tourismusmanagement, Outdoor- und Tourismusmanagement
----------------------------------	--

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Thematisierung von ökologischen Baustoffen und energetischen Konzepten bei Messen und Veranstaltungen.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4

Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std./ 35 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std./ 35 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.2.1	Messebau
VI.2.2	Licht, Ton und Bühnentechnik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Messebau
----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die Relevanz des Marketinginstruments Messe und sind in der Lage, Messen und Messebeteiligungen zu planen und umzusetzen. Sie sind imstande, basierend auf den Instrumenten und Methoden des Projektmanagements und unter Einbeziehung geeigneter Logistikpartner, Messen erfolgreich zu koordinieren und durchzuführen.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			

Inhalte

- Funktionen und Erscheinungsformen von Messen,
- Operative Projektplanung und -umsetzung im Messemanagement,
- Instrumente der Aussteller- und Besucherakquisition,
- Standflächen und Standarten, funktionale Standzonen,
- Besuchermanagement, Sicherheitskonzepte,
- Koordination der Zusammenarbeit mit Messegesellschaften und Messedienstleistern,
- Konzepte zur Nachhaltigkeit im Messebau,
- Steuerung und Kontrolle der Servicequalität von Messen,
- IT gestützte Messeplanung,
- Virtualisierung von Messen.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

- Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.

Literatur/Lehrmaterial

- Esche, K. A., Lockemann, L.: Messen professionell managen. BusinessVillage, Göttingen.
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart.
- Kirchgeorg, M. et al.: Handbuch Messemanagement. Springer, Berlin.
- Kusch, C. F.: Messebauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM publishers, Berlin.
- Nufer, G./Bühler, A.: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin.
- Von Graeve, M.: Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,25 Std. / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.2.2	Titel der Lehrveranstaltung Licht, Ton und Bühnentechnik
----------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Absolventen sind in der Lage Abläufe und Arbeitsschritte bei der Installation von Licht-, Ton- und Bühnentechnik zu beschreiben und durchzuführen. Sie werden befähigt, den Einsatz der Apparaturen und Einrichtungen nach Vorgaben und gestalterischen Gesichtspunkten sowie unter Berücksichtigung der sicherheitstechnischen Bestimmungen und Vorschriften zu planen und umzusetzen. Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in der Audio- und Videotechnik, insbesondere im Hinblick auf den Einsatz bei Events und Sportgroßveranstaltungen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungstechnische Konstruktionen planen und einrichten, • Energieversorgung und Beleuchtungsanlagen planen und aufbauen, • Beschallungsanlagen planen und aufbauen, • sicherheitstechnische Aspekte, • Best Practice Modelle: Stadien, Open Air Konzerte, Stadthallen, Theater. 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			

Literatur/Lehrmaterial

- Ebner, M.: Sicherheit in der Veranstaltungstechnik: Checklisten, Rechtsgrundlagen, Gefährdungsbeurteilung. Beuth, Berlin.
- Kirchgeorg, M. et al.: Handbuch Messemanagement. Springer, Berlin.
- Kusch, C. F.: Messebauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM publishers, Berlin.
- Mueller, J.: Handbuch der Lichttechnik: Das Kompendium für den Praktiker. Know-How für Film, Fernsehen, Theater, Veranstaltungen und Events. PPV Medien, Bergkirchen.
- Sakschewski, T., Paul, S.: Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben, Akteure. Springer, Berlin.
- Von Graeve, M.: Events professionell managen. Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation. Business Village, Göttingen.
(Jeweils die aktuellste Auflage)

Besonderes**Organisation**

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,25 Std. / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-030	Modulbezeichnung Mega-Events und Krisenmanagement
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen**Qualifikationsziele**

Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Formen, Merkmale und Ziele von Mega-Events und sind in der Lage, deren gesellschaftliche, politische und ökonomische Relevanz einzuordnen. Sie können Mega-Events personell und finanziell projektieren sowie die infrastrukturellen Voraussetzungen des Eventumfelds professionell analysieren, um die erforderlichen logistischen Schritte durchzuführen. Die Absolventen werden befähigt, moderne ökologische und sicherheitstechnische Konzepte zu reflektieren und umzusetzen. Die Absolventen sind in der Lage, Zusammenhänge und Ursachen einer Unternehmenskrise zu erkennen und Maßnahmen für den Turnaround zu reflektieren. Sie können den Begriff und die Bedeutung der Corporate Governance erläutern sowie die

entsprechenden Standards und Strukturen im Unternehmen implementieren. Sie werden befähigt, die Instrumente und Methoden des Krisenmanagements und der Krisenkommunikation auf den Sportbereich zu transferieren.

Inhalte

- Entwicklung und Bedeutung von Mega-Events,
- Merkmale und Ziele von Mega-Events,
- Strategische Herausforderungen bei der Bewerbung um Mega-Events,
- Strategische Herausforderungen bei der Durchführung von Mega-Events,
- Risikomanagement und juristische Aspekte,
- Behördliche Genehmigungen, Sondernutzung,
- Energie-, Abfall- und Verkehrskonzepte,
- Evaluation der ökonomischen und kommunikativen Effekte.
- Analyse der Zusammenhänge und Ursachen für die Krise,
- Stadien der Krise und Maßnahmen für den Turnaround,
- Definition und Elemente einer Corporate Governance,
- Krisenkommunikation in Wirtschaftsunternehmen,
- Krisenmanagement und Krisenkommunikation im Sport,
- Krisen im Sport und ihre Auswirkungen auf die betroffenen Sponsoren.

Lehr-/Lernformen

Vorlesung mit praktischen Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 6	Präsenz in SWS 4
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 52,5 Std./ 35 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 52,5 Std./ 35 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.3.1	Mega-Events
VI.3.2	Krisenmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Mega-Events
----------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) <p>Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Formen, Merkmale und Ziele von Mega-Events und sind in der Lage, deren gesellschaftliche, politische und ökonomische Relevanz einzuordnen. Sie können Mega-Events personell und finanziell projektieren sowie die infrastrukturellen Voraussetzungen des Eventumfelds professionell analysieren, um die erforderlichen logistischen Schritte durchzuführen. Die Absolventen werden befähigt, moderne ökologische und sicherheitstechnische Konzepte zu reflektieren und umzusetzen.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Bedeutung von Mega-Events, • Typologisierung von Mega-Events, • Merkmale und Ziele von Mega-Events, • Strategische Herausforderungen bei der Bewerbung um Mega-Events, • Strategische Herausforderungen bei der Durchführung von Mega-Events, • Finanz- und Personalmanagement, • Risikomanagement und juristische Aspekte, • Behördliche Genehmigungen, Sondernutzung, • Energie-, Abfall- Sicherheits- und Verkehrskonzepte, • Evaluation der ökonomischen und kommunikativen Effekte 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.			
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Frawley, S.: Managing Sport Mega Events. Routledge, Abingdon. • Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement. UTB GmbH, Stuttgart. • Kirchgeorg, M. et al.: Handbuch Messemanagement. Springer, Berlin. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Nufer, G./Bühler, A.: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin. • Parent, M., Smith-Swan, S.: Managing Major Sports Events – Theorie and Practice. Routledge, Abingdon. • Weiß, D. P.: Strategische Gestaltung des Lebenszyklus von Mega-Events. Gabler, Wiesbaden. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,25 Std. / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.3.2	Titel der Lehrveranstaltung Krisenmanagement
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Absolventen sind in der Lage, Zusammenhänge und Ursachen einer Unternehmenskrise zu erkennen und Maßnahmen für den Turnaround zu reflektieren. Sie können den Begriff und die Bedeutung der Corporate Governance erläutern sowie die entsprechenden Standards und Strukturen im Unternehmen implementieren. Sie werden befähigt, die Instrumente und Methoden des Krisenmanagements und der Krisenkommunikation auf den Sportbereich zu transferieren.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Zusammenhänge und Ursachen für die Krise, • Stadien der Krise und Maßnahmen für den Turnaround, • Definition und Elemente einer Corporate Governance, • Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich, • Frühwarn- und Früherkennungssysteme, • Krisenkommunikation in Wirtschaftsunternehmen, 			

<ul style="list-style-type: none"> • Krisenmanagement und Krisenkommunikation im Sport, • Krisen im Sport und ihre Auswirkungen auf die betroffenen Sponsoren, • Krisen- und Risikomanagement von Sportsponsoren, • Risikomanagement bei Sportevents.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen.
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Leman, F.: Krisen im Sport und ihre Imagewirkung auf Sponsoren. Tectum, Marburg. • Neubauer, M.: Krisenmanagement in Projekten. Springer, Berlin Heidelberg. • Romeike, F.: Risikomanagement. Springer Gabler, Wiesbaden. • Thießen, A.: Handbuch Krisenmanagement. Springer, Wiesbaden. • Wadsack, R. (Hrsg.) et al.: Krisenmanagement in Sportbetrieben. Peter Lang, Bern. (Jeweils die aktuellste Auflage)
Besonderes:

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6	Sprache Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Std. / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 26,25 Std. / 35%		Aufgaben/Gruppenarbeit 26,25 Std. / 35%

Modulbeschreibung

Code 432-031	Modulbezeichnung VI.4 Bachelorarbeit
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Mit der Abschlussarbeit (Bachelor Thesis) sollen die Studierenden am Ende ihres Studiums zeigen, dass sie das Studienziel erreicht haben. Dies zeigt sich darin, dass die Studierenden in der Lage sind, ihr im Studium erworbenes Wissen anzuwenden, indem sie eine Aufgabenstellung eigenständig auf wissenschaftlicher Grundlage in angemessener Zeit bearbeiten. Die Studierenden sind in der Lage selbständig eine wissenschaftliche Arbeit zu
--

erstellen und in schriftlicher Form niederzuschreiben. Sie können wissenschaftliche Methoden auswählen und anwenden. Die Studierenden können eine Themenstellung analysieren, erörtern und begründen, sowie auf Basis wissenschaftlicher Methoden vollkommen eigenständig eine Lösung entwickeln und in schriftlicher Form darlegen. Bei der Bachelor Thesis wird das erforderliche Qualitätsniveau einer wissenschaftlichen Arbeit in jeder Hinsicht erwartet.

Inhalte

Abhängig von der Themenstellung der Bachelorarbeit. Ein Thema aus dem kompletten Spektrum des Studiums wird methodisch fundiert wissenschaftlich aufbereitet und schriftlich in Absprache mit den Betreuern ausgearbeitet.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Eigenständige Erarbeitung eines wissenschaftlich fundierten Lösungsansatzes für ein Thema unter Betreuung in erster Linie durch den Erstgutachter, nachrangig durch den Zweitgutachter.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formal keine Teilnahmevoraussetzungen. Die im vorangehenden Studium erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen im Hinblick auf die Modulinhalte werden vorausgesetzt, insbesondere Module mit inhaltlichem Themenbezug sowie Schlüsselqualifikationen.
Vorbereitung für das Modul	Wiederholung der Inhalte aus Modul V.1 Wissenschaftliches Kolloquium

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Alle Module des Studiums
Einsatz in anderen Studiengängen	Wirtschaftspsychologie, Gesundheits- und Tourismusmanagement

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

In Abhängigkeit vom konkreten Thema.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Th	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörg Heinzelmann		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 3 Monate
Zulassungsvoraussetzungen Alle Modulprüfungen des Grundlagenstudiums bestanden	ECTS-Punkte 12	Präsenz in SWS 0
Workload 12 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 300 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 0 Std / 0%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 300 Std. / 100 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 0 Std. / 0%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.4	Thesis