



SRH Hochschule Heidelberg

## **Modulhandbuch**

### **Masterstudiengang Sportmanagement**

Stand Oktober 2016

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>1</b>
<b>1 AUFBAU &amp; MODELLSTUDIENPLAN DES M.A. IN SPORTMANAGEMENT</b> .....	<b>3</b>
<b>2 MODUL „METHODEN“</b> .....	<b>5</b>
2.1    METHODEN I – PYRAMIDALES DENKEN, PRÄSENTATIONSTECHNIK & RHETORIK.....	6
2.2    METHODEN II – MEDIENFORSCHUNG IM SPORT .....	7
2.3    METHODEN III – QUANTITATIVE & QUALITATIVE SOZIALFORSCHUNG.....	8
<b>3 MODUL „ORGANISATION IM SPORT“</b> .....	<b>9</b>
3.1    ORGANISATION I – STRUKTUREN DES SPORTS.....	10
3.2    ORGANISATION II – SPORT & RECHT .....	11
3.3    ORGANISATION III – SPORT, POLITIK & ETHIK.....	12
<b>4 MODUL „MARKETING IM SPORT“</b> .....	<b>13</b>
4.1    MARKETING I – VERMARKTUNG IM PROFISPORT .....	14
4.2    MARKETING II – SPORTEVENTMANAGEMENT.....	15
4.3    MARKETING III – SPORT & KOMMUNIKATION .....	16
4.4    MARKETING IV – SPORTSPONSORING .....	17
<b>5 MODUL „CORPORATE FINANCE IM SPORT“</b> .....	<b>18</b>
5.1    CORPORATE FINANCE I – RECHNUNGSLEGUNG & STEUERN IM PROFISPORT .....	19
5.2    CORPORATE FINANCE II – INNEN- & AUßENFINANZIERUNG IM PROFISPORT .....	20
5.3    CORPORATE FINANCE III – TURNAROUND M. & CONTROLLING IM PROFISPORT .....	21
<b>6 MODUL „GENERAL MANAGEMENT IM SPORT“</b> .....	<b>22</b>
6.1    GENERAL MANAGEMENT I – INTERNATIONALES MANAGEMENT IM PROFISPORT.....	23
6.2    GENERAL MANAGEMENT II – STRATEGISCHES MANAGEMENT IM PROFISPORT.....	24
6.3    GENERAL MANAGEMENT III – LEADERSHIP .....	25
6.4    GENERAL MANAGEMENT IV – ENTREPRENEURSHIP.....	26
<b>7 PRAKTIKUM / AUSLANDSSTUDIUM</b> .....	<b>27</b>
7.1    PRAKTIKUM.....	27
7.2    AUSLANDSSTUDIUM .....	28
<b>8 MASTER-THESIS</b> .....	<b>29</b>
<b>9 ERGÄNZENDE INFORMATIONEN</b> .....	<b>30</b>
9.1    ERLÄUTERUNG DER LEHRFORMEN .....	30
9.2    ERLÄUTERUNG DER PRÜFUNGSFORMEN.....	32

# 1 AUFBAU & MODELLSTUDIENPLAN DES M.A. IN SPORTMANAGEMENT

Das **20 Monate umfassende Studium** des Master of Arts (M.A.) in Sportmanagement ist in **drei zeitliche Abschnitte** gegliedert. Zu Studienbeginn stehen **zwölf Monate intensives Präsenzstudium** vor Ort an der SRH Hochschule Heidelberg. Es schließt sich eine **viermonatige Praktikumsphase** in einer Organisation des Sports **oder** alternativ ein **Auslandsstudium** an einer internationalen Partnerhochschule an. Die **letzten vier Monate** des Studiums sind für die Erstellung der **Master-Thesis** vorgesehen. Insgesamt umfasst das Masterprogramm einen **Workload von 120 ECTS-Punkten**.

Arbeitsbereich Sportmanagement

**Das Masterprogramm hat eine Regelstudiendauer von 20 Monaten – Zwölf Monate Lehrpräsenz, dann Praktikum/ Auslandsstudium und Thesis**

Studienverlauf Masterstudiengang Sportmanagement der SRH Hochschule Heidelberg			
Zeit	1.–12. Monat	13.–16. Monat	17.–20. Monat
Inhalt des Studienabschnitts	Intensives Präsenzstudium	Praktikum oder Auslandsstudium	Master Thesis
ECTS	72	24	24

Im Rahmen des **Präsenzstudiums** haben die Masterstudierenden **fünf Module** zu durchlaufen, die alle wesentlichen Aspekte professionellen Sportmanagements theoretisch fundiert und anwendungsorientiert zugleich aufgreifen. Dabei setzen sich die einzelnen Module jeweils aus drei bis vier dezidiert aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen zusammen. Die fünf Module des Masterprogrammes, deren Lehrveranstaltungen und Workload sind nachfolgend dargestellt:

Arbeitsbereich Sportmanagement

**Im Präsenzstudium werden fünf Module á 3-4 Lehrveranstaltungen durchlaufen – Die Lehrinhalte sind stringent aufeinander abgestimmt**

Module	Lehrveranstaltungen				Σ ECTS
<b>Methoden</b>	<i>Methoden I</i> Pyramidales Denken, Präsentation & Rhetorik [2]	<i>Methoden II</i> Medienforschung im Sport [4]	<i>Methoden III</i> Quantitative & Qualitative Sozialforschung [6]		12
<b>Organisation</b>	<i>Organisation I</i> Strukturen des Sports [4]	<i>Organisation II</i> Sport & Recht [6]	<i>Organisation III</i> Sport, Politik & Ethik [2]		12
<b>Marketing</b>	<i>Marketing I</i> Vermarktung im Profisport [4]	<i>Marketing II</i> Sporteventmanagement [6]	<i>Marketing III</i> Sport & Kommunikation [4]	<i>Marketing IV</i> Sport-sponsoring[4]	18
<b>Corporate Finance</b>	<i>Corporate Finance I</i> Innen- & Außenfinanzierung im Profisport [4]	<i>Corporate Finance II</i> Rechnungslegung & Steuern im Profisport [4]	<i>Corporate Finance III</i> Turnaround Management & Controlling im Profisport [6]		14
<b>General Management</b>	<i>General Management I</i> Internationales Management im Profisport [4]	<i>General Management II</i> Strategisches Management im Profisport [6]	<i>General Management III</i> Leadership [4]	<i>General Management IV</i> Entrepreneurship [2]	16

Zentrale Besonderheiten des Präsenzstudiums sind dessen spezieller zeitlicher Ablauf und die darauf basierenden Gestaltungsmöglichkeiten für ein kompetenzorientiertes, fokussiertes und intensivierte Lehren und Lernen. **Das Studienjahr gliedert sich in zehn Fünfwochenblöcke**, wovon den Masterstudierenden lediglich ein Block als Ferien-/ Urlaubsphase zur Verfügung steht. Die neun anderen Fünfwochenblöcke, d.h. **kumuliert 45 Wochen**, sind mit **Lehrpräsenz** und darauf abgestimmtem Selbstlernstudium ausgefüllt. Innerhalb eines Fünfwochenblocks werden jeweils zwei Lehrveranstaltungen parallel abgehalten. Die idealtypische Abfolge der Module bzw. Lehrveranstaltungen im Sinne eines Modellstudienplans zeigt die folgende Abbildung:

Arbeitsbereich Sportmanagement

**Das Präsenzjahr wird als Intensivstudium in Form von neun Fünfwochenblöcken abgehalten – Je Block liegen immer zwei Lehrveranstaltungen**

Verlauf des Präsenzstudiums →

Zeitpunkt	Okt/ Nov	Nov/ Dez	Jan/ Feb	Feb/ März	April/ Mai	Mai/ Juni	Juni/ Juli	Aug/ Sep	Sep/ Okt
Fünfwochenblock	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
Veranstaltung I	Marketing I	Marketing II	Organisation II	Marketing III	Marketing IV	General Management I		Methoden II	Methoden III
Veranstaltung II	Organisation I	Methoden I	Organisation III	Corporate Finance I	Corporate Finance II	Corporate Finance III	General Management II	General Management III	General Management IV
ECTS <sup>1)</sup>	4+4	6+2	4+4	4+4	4+4	2+6	2+6	4+4	6+2

<sup>1)</sup> Die erste ECTS-Angabe bezieht sich jeweils auf Veranstaltung I, die zweite auf Veranstaltung II eines Fünfwochenblocks.  
<sup>2)</sup> Hinzu kommt eine einwöchige Osterferienphase, die wegen ihres zeitlichen Wechsels im Jahresverlauf nicht aufgeführt ist.

Heidelberg 2016 | 23

Im Anschluss finden sich detaillierte Erläuterungen zu den einzelnen Modulen und deren Lehrveranstaltungen, den Wahlpflichtfächern, dem Praktikum bzw. Auslandsstudium sowie der Master Thesis.

## 2 MODUL „METHODEN“

Durch das Modul „Methoden“ sollen die Masterstudierenden befähigt werden, für die unterschiedlichen Problemstellungen der Sportmanagementpraxis die jeweils passfähigen Verfahren zur Gewinnung und Vermittlung der Problemlösung planmäßig und zielorientiert einzusetzen.

Im Detail setzt sich das Modul aus folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:

- **Pyramidales Denken, Präsentationstechnik & Rhetorik**
- **Medienforschung im Sport**
- **Quantitative & Qualitative Sozialforschung**

Die drei Lehrveranstaltungen werden im Anschluss detailliert in Bezug auf ihre Lehr-/ Lernziele, Relevanz, Inhalte, Lehrformen sowie organisatorischen Rahmenparameter (ECTS-Punkte, Prüfungsformen etc.) beschrieben.

Insgesamt umfasst das Modul „Methoden“ einen Workload von **zwölf ECTS-Punkten**.

Modulverantwortlicher ist **Prof. Dr. Benedikt Römmelt**

## 2.1 Methoden I – Pyramidales Denken, Präsentationstechnik & Rhetorik

Veranstaltungsrelevanz	Egal ob als Fach- oder Führungskraft – Sportmanager finden sich regelmäßig in Präsentationssituationen wieder. In internen Meetings, Akquise-, Vertrags- oder PR-Terminen müssen sie bestimmte Botschaften bei ihren Adressaten platzieren. Um die Adressaten bestmöglich zu erreichen, spielt jedoch bei weitem nicht nur der Botschaftsinhalt eine Rolle. In hohem Maße ist die Art und Weise der Botschaftsübermittlung erfolgsentscheidend.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung besitzen die Masterstudierenden die Kompetenz, Präsentationsinhalte gemäß dem Prinzip „Pyramidales Denken“ optimiert aufzubereiten. Sie kennen unterschiedliche Präsentationstechniken und rhetorische Stilmittel, die sie situationspezifisch zur jeweils angemessenen Übermittlung ihrer Präsentationsbotschaft einsetzen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pyramidales Denken beim inhaltlichen Aufbau von Präsentationen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfolgskritische Aufbauprinzipien</li> <li>- Bildung logischer Gruppen &amp; Ketten</li> <li>- Platzierung von Schlüsselaussagen &amp; Informationsreduktion</li> <li>- Vorwegnahme von Zuhörerfragen</li> <li>- Vermittlung komplexer Inhalte durch Visualisierungen</li> <li>- Grundregeln zum Umgang mit Designelementen (Farben, Schrift, etc.)</li> </ul> </li> <li>■ Präsentationstechnik &amp; Rhetorik <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der interpersonellen Kommunikation</li> <li>- Präsentationsregeln</li> <li>- Auswahl &amp; Einsatz geeigneter Unterstützungsmedien</li> <li>- Körpersprache (Haltung, Blickkontakt, Mimik, Gestik, Kleidung)</li> <li>- Sprechtechnik (Grundregeln, Atmung, Lautstärke, Sprechmelodie)</li> <li>- Einsatz von Fragen / Frage-Antwort-Techniken</li> <li>- Persönliche Vorbereitung</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit FA, Ro, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	2. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	2 bei kumuliert 20 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	FA

## 2.2 Methoden II – Medienforschung im Sport

Veranstaltungsrelevanz	Eine Vermarktungstätigkeit im Sportbusiness sollte auf einer validen Kenntnis von Zielgruppen-/Mediadaten basieren. Die Medienforschung als Teil der Marktforschung soll helfen, diese Kenntnisse aufzubauen. Gerade beim Einsatz des Sportsponsorings besteht in der Praxis diesbezüglich erheblicher Nachholbedarf. Das Ziel der Veranstaltung ist es daher, die Kompetenzen der Studierenden in der Medienforschung im Profisport, insbesondere in der Erfolgskontrolle von Sportsponsoring zu erweitern. Darüber hinaus soll das Eye-Tracking als weiteres Kontrollverfahren im Speziellen „erfahren“ werden. Auch die Kontrolle der neuen Medien ist in dem besagten Kontext unabdingbar.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Masterstudierenden in der Lage, eine systematische Sponsoringkontrolle zu konzipieren, die sich an den organisationsindividuellen Sponsoringzielen orientiert. Sie können sowohl Effektivität als auch Effizienz von Sponsoringengagements beurteilen und aufbauend Empfehlungen für deren zielorientierte Gestaltung geben.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Medienforschung im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sponsoringevaluation: Ursachen- vs. Wirkungsforschung</li> <li>- Ergebnis- &amp; Prozesskontrolle im Sportsponsoring</li> </ul> </li> <li>■ Grenzen &amp; Probleme der Sponsoringkontrolle <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abstrahlungseffekte</li> <li>- Wirkungsinterdependenzen</li> <li>- Carry-over-Effekte</li> </ul> </li> <li>■ Eye-Tracking-Analysen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Kontrolle der neuen Medien <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studentische Präsentationen</li> </ul> </li> <li>■ Medien- / Zuschaueranalyse im Sportsponsoring <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sende-/ Wettkampfdauer, Reichweite &amp; Event-Index</li> <li>- Zielgruppen-Affinität</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Werbebotschaftsanalyse im Sportsponsoring <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werbedauer (On-Screen-Zeit) &amp; Sponsor-Index</li> <li>- Werbeäquivalenzwert, TKP-Sport &amp; Leistungswert</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit PA, GA, R und Exk
Veranstaltungszeitpunkt	8. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	KIs

## 2.3 Methoden III – Quantitative & Qualitative Sozialforschung

Veranstaltungsrelevanz	Entscheidungs- und Handlungsqualität werden nicht nur im Sportbusiness durch ein fundiertes Verständnis des jeweiligen Gestaltungsfeldes positiv stimuliert. Gefördert wird ein derartiges Verständnis regelmäßig durch den Einbezug, die rationale Analyse und die kausallogische Interpretation zugehörigen quantitativen und/ oder qualitativen Datenmaterials. Eine angemessene Kompetenz in quantitativer und qualitativer Sozialforschung ist daher nicht nur Voraussetzung wissenschaftlichen Arbeitens, sondern fördert auch eine fundierte Argumentationsführung und Entscheidungsfindung bei praktischen Problemstellungen.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung kennen die Masterstudierenden die Gütestandards wissenschaftlichen Arbeitens und sind in der Lage, diese bedarfsorientiert und zielsicher zur Lösung praktischer Problemstellungen einzusetzen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ziele empirischer Sozialforschung</li> <li>■ Der Forschungsprozess</li> <li>■ Wissenschaftstheoretische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hypothesen, Theorien und Gesetze</li> <li>- Operationalisierung und Messung</li> <li>- Skalen, Skalentypen und zulässige statistische Verfahren</li> <li>- Gütekriterien der Messung (Objektivität, Reliabilität &amp; Validität)</li> <li>- Indizes und Skalierungsverfahren</li> </ul> </li> <li>■ Forschungsdesign und Untersuchungsformen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitative vs. quantitative Designs</li> <li>- Beobachtung (inkl. Sonderformen wie Panels, Experimente, etc.)</li> <li>- Befragung (standardisierte und explorative Interviews)</li> </ul> </li> <li>■ Auswahlverfahren <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundgesamtheit, Vollerhebungen und Stichproben</li> <li>- Zufallsstichproben und bewusste/willkürliche Auswahl</li> </ul> </li> <li>■ Datenerhebungstechniken <ul style="list-style-type: none"> <li>- Befragung, Beobachtung und Inhaltsanalyse</li> <li>- Datenaufbereitung</li> </ul> </li> <li>■ Datenanalyse und Interpretation <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschreibende und schließende Statistik</li> <li>- Grundlegende Anwendungen multivariater Verfahren</li> </ul> </li> <li>■ Einführung in statistische Software (SPSS) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufbereitung von Daten in zielgruppenorientierten Präsentationen</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	9. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	6 bei kumuliert 60 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	Ref



### 3 MODUL „ORGANISATION IM SPORT“

Durch das Modul „Strukturen im Sport“ sollen die Masterstudierenden befähigt werden, die verschiedenen Organisationsformen des Sports theoretisch zu durchdringen und aufbauend deren umweltbezogenen Chancen & Risiken sowie wertschöpfungsbezogenen Stärken & Schwächen im Kontext praktischer Problemstellungen zu erkennen. Strukturen finden in finaler Konsequenz ihren Ausdruck in Stellen, die mit Personal zu besetzen und entsprechend zu steuern sind. Eine fundierte Kenntnis der Besonderheiten von Personalbeschaffung, Personalentwicklung und Personalbeurteilung im Sport stellt daher ein zweites Ziel des Moduls dar.

Im Detail setzt sich das Modul aus folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:

- | **Strukturen des Sports**
- | **Sport & Recht**
- | **Sport, Politik & Ethik**

Die drei Lehrveranstaltungen werden im Anschluss detailliert in Bezug auf ihre Lehr-/ Lernziele, Relevanz, Inhalte, Lehrformen sowie organisatorischen Rahmenparameter (ECTS-Punkte, Prüfungsformen etc.) beschrieben.

Insgesamt umfasst das Modul „Organisation im Sport“ einen Workload von **zwölf ECTS-Punkten**.

Modulverantwortlicher ist **Prof. Dr. Markus Breuer**.

### 3.1 Organisation I – Strukturen des Sports

Veranstaltungsrelevanz	Sport wird heute nicht mehr nur durch gemeinnützige und staatliche Organisationen, sondern zunehmend auch auf kommerzieller, profitorientierter Ebene angeboten. Um das Sportangebot auf all diesen Ebenen konkurrenz- und existenzfähig zu gestalten, bedarf es unterschiedlicher organisationsstruktureller Ansätze und Formen des Zusammenwirkens innerhalb und zwischen den einzelnen Organisationstypen.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung haben die Masterstudierenden einen fundierten Überblick über die Struktur der verschiedenen Organisationsformen innerhalb des Sportbusiness und sind in der Lage, deren Zweckmäßigkeit, Vor- und Nachteile zu reflektieren. Zudem durchdringen sie Funktionen, Bedeutung und Zusammenspiel sämtlicher Akteure des Sportmarktes.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Organisation des Sports <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisationstheoretische Grundlagen</li> <li>- Ebenen und Managementmodelle der Sportökonomie</li> <li>- Produktion von Sport als materielles sowie immaterielles Gut</li> <li>- Besonderheiten von Angebot, Nachfrage, Märkten des Sports</li> <li>- Ausrichtungen und Ausprägungen von Sport und seinen Organisationen in der Sportbranchenstruktur</li> </ul> </li> <li>■ Struktur der gemeinnützigen Sportorganisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Funktionen und Arbeitsweisen</li> <li>- Zusammenwirken mit anderen Sportorganisationen</li> <li>- Sportstrukturen in den USA</li> </ul> </li> <li>■ Sport und Staat <ul style="list-style-type: none"> <li>- Legitimation einer öffentlichen Förderung des Sports</li> <li>- Theorie und Praxis der Sportförderung</li> <li>- Zusammenwirken verschiedener Sportorganisationen</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Struktur der profitorientierten Organisationen des Sports <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Funktionen und Arbeitsweisen</li> <li>- Zusammenwirken mit anderen Sportorganisationen</li> <li>- Vergleich der US Major Leagues mit Fußball in Europa/Deutschland</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA, R und Exk
Veranstaltungszeitpunkt	1. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	MP

### 3.2 Organisation II – Sport & Recht

Veranstaltungsrelevanz	Entscheidungen und Handlungen können auch im Profisport nicht losgelöst von rechtlichen Rahmenbedingungen erfolgen. Angesichts seiner zunehmenden Kommerzialisierung sind in den vergangenen Jahren sogar eine Reihe spezifischer rechtlicher Regelungen für den Sport erlassen worden. Eine angemessene Kenntnis sportrechtlicher Sachverhalte sollte daher zum Rüstzeug eines Sportmanagers gehören.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Pflichtfachs kennen die Masterstudierenden die für den Sport wesentlichen Rechtsfelder und verfügen über das entsprechende theoretische Grundlagenwissen. Aufbauend sind sie in der Lage, sportmanagementbezogene Problemstellungen im Lichte sportrechtlicher Rahmenvorgaben zu reflektieren.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Sportrecht (Rechtsgrundlagen &amp; Rechtsgebiete)</li> <li>■ Strukturen des Sportrechts <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportgerichtsbarkeit</li> <li>- Ordentliche Gerichtsbarkeit</li> </ul> </li> <li>■ Vereins- &amp; gesellschaftsrechtliche Aspekte im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Satzungsfragen</li> <li>- Ausgliederungsfragen</li> <li>- Haftungsfragen</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Rechtliche Aspekte der Vermarktung im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kartell- &amp; wettbewerbsrechtliche Fragen</li> <li>- Marken-, patent- &amp; urheberrechtliche Fragen</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Arbeitsrechtliche Aspekte im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschäftigungsformen &amp; Vertragsgestaltungsfragen</li> <li>- Arbeitsschutzbestimmungen</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Spezielle Haftungsfragen im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doping</li> <li>- Veranstalterhaftung</li> <li>- Körperverletzung</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Versicherungsrechtliche Aspekte im Sport</li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	3. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	6 bei kumuliert 60 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	KIs

### 3.3 Organisation III – Sport, Politik & Ethik

Veranstaltungsrelevanz	Der Sport ist per se eine Projektionsfläche von unterschiedlichen Interessen. Die ganze Weltaufmerksamkeit ist auf den Sport, auf die Olympischen Spiele, auf die Fußballweltmeisterschaften gerichtet. Allein deswegen wird es immer wieder dazu kommen, dass über den Sport vermittelt andere Interessen durchgesetzt werden. Ökonomische Entscheidungen im Profisport sind daher unlängst auch durch politische Einflussfaktoren geprägt. Die Zunahme der gesellschaftlichen Bedeutung des Sports und das Ausmaß seiner politischen Diskussion gehen miteinander einher. Daraus folgend spielen soziale, nachhaltige und ethische Verantwortung eine besondere Rolle im Sportmanagement. In diesem Kontext ist insbesondere der verantwortungsbewusste Umgang mit Ressourcen zu erwähnen.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Pflichtfachs kennen die Masterstudierenden die unterschiedlichen Dimensionen der Sportpolitik und können ihre Bedeutung für den Sport einordnen. Sie sind sich der Relevanz ethisch-sozialer Fragestellungen im Sportmanagement bewusst und richten Ihr Handeln im Sinne eines verantwortungsbewussten Beitrags zur nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung aus.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Sportpolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sozio-kulturelle Bedeutung des Sports</li> <li>- Historische Entwicklung</li> <li>- Strukturelle Grundlagen</li> </ul> </li> <li>■ Anwendungsfelder der Sportpolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>- Politökonomie des Sports</li> <li>- Die Politisierung des Sports am Beispiel von Sportgroßveranstaltungen</li> <li>- Voraussetzungen von Sportgroßveranstaltungen</li> <li>- Sportförderung in der BRD / EU</li> </ul> </li> <li>■ Ethik &amp; Nachhaltigkeit im Sport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sozio-kulturelle Rahmenbedingungen der Akteure im Profisport</li> <li>- Sport(ler) als Vorbild</li> <li>- Fair Play im Sport</li> <li>- Ökologische Verantwortung im Sport</li> <li>- Ökonomische Verantwortung im Sport</li> <li>- Anreizsysteme für verantwortungsbewusstes Handeln im Sport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit Ro, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	3. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	2 bei kumuliert 20 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	MP

## 4 MODUL „MARKETING IM SPORT“

Durch das Modul „Marketing im Sport“ sollen die Masterstudierenden befähigt werden, die zentralen Facetten eines zeitgemäßen Marketings im professionellen Sport theoretisch zu durchdringen und zielgerichtet zur praktischen Anwendung zu bringen.

Im Detail setzt sich das Modul aus folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:

- | **Vermarktung im Profisport**
- | **Sportveranstaltungsmanagement**
- | **Sport & Kommunikation**
- | **Sportsponsoring**

Die drei Lehrveranstaltungen werden im Anschluss detailliert in Bezug auf ihre Lehr-/ Lernziele, Relevanz, Inhalte, Lehrformen sowie organisatorischen Rahmenparameter (ECTS-Punkte, Prüfungsformen etc.) beschrieben.

Insgesamt umfasst das Modul „Marketing im Sport“ einen Workload von **18 ECTS-Punkten**.

Modulverantwortlicher ist **Jochen Schwind**.

## 4.1 Marketing I – Vermarktung im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Auf einem kommerzialisierten Sportmarkt zählt die Vermarktung zu den Kernaufgaben von Sportorganisationen. Eine angemessene Vermarktung gegenüber Endverbrauchern, Medien und Wirtschaftsunternehmen bildet eine zentrale Voraussetzung zur Aufrechterhaltung und Optimierung des Leistungsangebots im sportlichen Bereich. Wirtschaftsunternehmen und Medien nutzen den Profisport ihrerseits als strategischen Katalysator oder sogar als Mittelpunkt ihrer Produkt- und Dienstleistungsvermarktung.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Masterstudierenden mit allen wesentlichen Vermarktungsfeldern des professionellen Sports sowie den Erfolgsfaktoren und Instrumenten zu deren zielorientierter Gestaltung vertraut.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Sportmarketing</li> <li>■ Zielgruppen und CRM im Sportmarketing</li> <li>■ Markenmanagement im Sportmarketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Vermarktung von Sportorganisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediale Vermarktung</li> <li>- Sponsoring-Vermarktung</li> <li>- Ticketing-Vermarktung</li> <li>- Hospitality-Vermarktung</li> <li>- Merchandising-Vermarktung</li> <li>- Mitglieder-Vermarktung</li> <li>- Sonstige (Fundraising, Zuschüsse etc.)</li> <li>- Diversifikationsansätze</li> </ul> </li> <li>■ Vermarktung von Einzelsportlern</li> <li>■ Vermarktung in Sportindustrien <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportartikel &amp; Sportfachhandel</li> <li>- Sporttourismus</li> <li>- Sportwetten</li> <li>- Fitness- &amp; Gesundheitssport</li> <li>- E-Sport</li> </ul> </li> <li>■ Rechtliche Aspekte des Sportmarketings</li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	1. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	KIs

## 4.2 Marketing II – Sporteventmanagement

Veranstaltungsrelevanz	Der Terminkalender des professionellen Sports ist heute dicht gefüllt mit Sportgroßveranstaltungen auf nationaler und internationaler Ebene. Letztlich kann aber auch jeder einzelne Sportwettkampf als Veranstaltung gesehen werden, im Kontext derer eine Vielzahl an Aufgaben zu erfüllen ist. Sportmanager müssen diese einzelnen Aufgaben effektiv und effizient bearbeiten können.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung haben die Masterstudierenden die Kompetenz, sich in sämtliche Aktivitätsbereiche von Sportveranstaltungscommittees qualifiziert einzubringen und zur Zielerreichung der jeweiligen Veranstaltung beizutragen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Veranstaltungsmanagement</li> <li>■ Standortplanung im Veranstaltungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Organisation &amp; Personalplanung im Veranstaltungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Markenpolitik &amp; Kommunikation im Veranstaltungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Vermarktung im Veranstaltungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Finanzierung im Veranstaltungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Rechtliche Aspekte des Veranstaltungsmanagements</li> </ul>
Lehrformen	Seminar mit PA, GA, Ro und R
Veranstaltungszeitpunkt	2. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	6 bei kumuliert 60 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PA

### 4.3 Marketing III – Sport & Kommunikation

Veranstaltungsrelevanz	Der Profisport steht im Blickfeld des öffentlichen Interesses. Sowohl für TV, Radio, Print- und Neue Medien besitzt er dadurch strategische Relevanz. Neben den Medien stehen Sportorganisationen in Austauschbeziehungen mit zahlreichen anderen Anspruchsgruppen. Gegenüber Endverbrauchern, Wirtschaftspartnern, öffentlicher Hand und anderen mehr müssen sie im Sinne ihrer angestrebten Positionierung kommunizieren.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Pflichtfachs kennen die Masterstudierenden wesentliche Herausforderungen und Erfolgsfaktoren der medialen/ kommunikativen Positionierung im Profisport. Davon ausgehend sind sie in der Lage, entsprechende Kommunikationsstrategien zu analysieren, zu konzipieren und zu beurteilen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Sportkommunikation &amp; Theorien der Unternehmenskommunikation <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mikro, meso- und makroorientierte Modelle</li> <li>- PR-/ Marketingorientierte Modelle</li> <li>- Integrierte Unternehmenskommunikation</li> </ul> </li> <li>■ Profisport in den Medien <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>- Historische Entwicklung</li> <li>- Inszenierung &amp; Berichterstattung</li> <li>- Nutzung &amp; Rezipienten</li> <li>- Vermarktung &amp; Handel medialer Rechte</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Kommunikation von Sportorganisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfordernisse &amp; Erfolgsfaktoren gegenüber internen &amp; externen Anspruchsgruppen</li> <li>- Instrumente</li> <li>- Kommunikationsplattformen &amp; -kanäle</li> <li>- Organisatorische Aspekte</li> <li>- Sonderfälle (Veränderungen, Krisen etc.)</li> <li>- Integrierte strategische Gestaltungsoptionen</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit PA, GA, Ro, R und Exk
Veranstaltungszeitpunkt	4. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PF



#### 4.4 Marketing IV – Sportsponsoring

Veranstaltungsrelevanz	Sponsoring nimmt heute eine tragende Rolle im Kommunikationsmix von Wirtschaftsunternehmen ein. Für Sportorganisationen stellt Sponsoring eine zentrale Einnahmenquelle dar. Sport und Wirtschaft stehen im Sponsoring demzufolge in sehr enger Beziehung zueinander. Entsprechend ist eine beidseitig systematische Beziehungsgestaltung und -pflege Voraussetzung zur Erzielung einer win-win-Situation.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Masterstudierenden in der Lage, Sponsoringkonzepte sowohl aus Perspektive des Sponsors als auch des Gesponserten zu analysieren, zu entwickeln und zu bewerten.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Sponsoring</li> <li>■ Sponsoringmanagement aus Sicht des Sponsors <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika des Sportsponsorings</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Sponsoringmanagement aus Sicht des Gesponserten <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika des Sportsponsorings</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Vertiefungsthemen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfolgskontrolle im Sponsoring</li> <li>- Vernetzung von Sponsoring &amp; Marketingkommunikation</li> <li>- Sponsoring &amp; Corporate Social Responsibility</li> <li>- Sponsoring &amp; Ambush Marketing</li> </ul> </li> <li>■ Rechtliche Aspekte des Sponsorings</li> </ul>
Lehrformen	Seminar mit PA, FA, GA, Ro und R
Veranstaltungszeitpunkt	5. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PA

## 5 MODUL „CORPORATE FINANCE IM SPORT“

Durch das Modul „Corporate Finance im Sport“ sollen die Masterstudierenden befähigt werden, die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren einer nachhaltigen Finanzierung von Organisationen des Sports zu identifizieren und entsprechende Finanzierungsstrategien fundiert zu analysieren, gestalten und reflektieren.

Im Detail setzt sich das Modul aus folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:

- **Rechnungslegung & Steuern im Profisport**
- **Innen- & Außenfinanzierung im Profisport**
- **Turnaround Managemet & Controlling im Profisport**

Die beiden Lehrveranstaltungen werden im Anschluss detailliert in Bezug auf ihre Lehr-/ Lernziele, Relevanz, Inhalte, Lehrformen sowie organisatorischen Rahmenparameter (ECTS-Punkte, Prüfungsformen etc.) beschrieben.

Insgesamt umfasst das Modul „Corporate Finance im Sport“ einen Workload von **vierzehn ECTS-Punkten**.

Modulverantwortlicher ist **Konstantin Druker**.

## 5.1 Corporate Finance I – Rechnungslegung & Steuern im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Sportorganisationen werden mit zunehmend komplexeren Anforderungen an die exakte Dokumentation ihrer betrieblichen Vorgänge für externe Zwecke konfrontiert. Eine transparente Rechnungslegung ist sowohl gegenüber Kapitalgebern als auch im Verhältnis zur öffentlichen Hand unerlässlich. Finanzierungs-, Besteuerungs- & Haftungsfragen stehen in direktem Zusammenhang zur Rechnungslegung.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung kennen die Masterstudierenden die Besonderheiten der Rechnungslegung im professionellen Sport. Aufbauend sind sie in der Lage, resultierende Implikationen für Finanzierung, Besteuerung und Haftung von Sportorganisationen theoretisch zu durchdringen und in praktischem Kontext zu bewerten.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Rechnungslegung und Besteuerung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>- Erfordernisse, Restriktionen &amp; handelnde Akteure</li> </ul> </li> <li>■ Spezifika der Rechnungslegung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewertung &amp; Bilanzierung von Transferrechten/ Spielervermögen</li> <li>- Bewertung &amp; Bilanzierung von Sportmarken</li> <li>- Bewertung von Sportorganisationen</li> <li>- Rechnungslegungsunterschiede zwischen Sportverein und Sportkapitalgesellschaft</li> <li>- Bewertung &amp; Bilanzierung bei Kapitalgesellschaftsausgliederung</li> <li>- Einzel- vs. Konzernabschluss</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Spezifika des Steuerwesens im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lohnsteuer-, Sozial- und Berufsgenossenschaftsabgaben</li> <li>- Ertragssteuern bei Sportvereinen und Sportkapitalgesellschaften</li> <li>- Hospitality-Besteuerung</li> <li>- Altersvorsorge von Einzelsportlern</li> <li>- Uneingeschränkte vs. beschränkte Steuerpflicht von Einzelsportlern</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Corporate Governance und Compliance im Profisport</li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	4. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	MP

## 5.2 Corporate Finance II – Innen- & Außenfinanzierung im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Infolge der Kommerzialisierung hat die monetäre Dimension von Sportorganisationen mitunter ein Niveau klassischer Wirtschaftsunternehmen erreicht. Neben der Beschaffung entsprechender Finanzmittel zählt vor allem deren rationaler Einsatz zu den größten Herausforderungen im Management von Sportorganisationen. Zur langfristigen Existenzsicherung müssen sie ihre Vermögens-, Ertrags- und Liquiditätssituation systematisch planen und kontrollieren.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung haben die Masterstudierenden die herausragende Bedeutung einer soliden Innenfinanzierungskraft für Sportorganisationen sowie die Ansatzpunkte für deren strukturierte, zielorientierte Gestaltung verinnerlicht. Gleichzeitig sind sie mit den Besonderheiten und Restriktionen der Außenfinanzierung im Profisport vertraut.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in Unternehmensfinanzierung und Finanzierungstheorie <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principal Agent-Ansatz</li> <li>- Transaktionskostenansatz</li> <li>- Behavioral Finance-Ansätze</li> </ul> </li> <li>■ Innenfinanzierung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einnahmenmanagement</li> <li>- Ausgabenmanagement</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Außenfinanzierung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtliche &amp; wirtschaftliche Voraussetzungen</li> <li>- Instrumente &amp; sportspezifische Ausgestaltungsmöglichkeiten</li> <li>- Arten von Außenfinanziers</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Planungsinstrumente der Finanzierung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liquiditäts- &amp; Ertragsplanung</li> <li>- Investitionsplanung</li> <li>- Lizenzierungsverfahren</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Kontrollinstrumente der Finanzierung im Profisport</li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	5. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PF

### 5.3 Corporate Finance III – Turnaround M. & Controlling im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Trotz des hohen Kommerzialisierungsgrades der Sportbranche kommt ein umfassendes strategisches Management (vgl. General Management II) in vielen Sportorganisationen bislang nicht zum Einsatz. Immer wieder geraten Sportclubs, Sportverbände und Sportligen in Finanz- & Liquiditätsprobleme. In derartigen Situationen bedarf es eines gezielten Turnaround Managements, um die Restrukturierung und strategische Neuausrichtung der betroffenen Sportorganisation einzuleiten. Häufig sind die Krisen der Sportorganisationen auf ein fehlendes oder unzureichendes Controlling zurückzuführen. Dementsprechend ist die Implementierung eines effektiven Controllings eine der wichtigsten Maßnahmen um Krisen rechtzeitig zu erkennen und gegenzusteuern. In der Krise selber lassen sich Maßnahmen ebenfalls nur über ein entsprechendes Controlling überwachen.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung kennen die Masterstudierenden zentrale Maßnahmenpakete zur Restrukturierung krisengeschwächter Sportorganisationen und können den gezielten Einsatz von Controllinginstrumenten sowohl im Krisenkontext als auch außerhalb gestalten. Aufbauend sind sie in der Lage, die fallspezifische Eignung dieser Maßnahmenpakete und Instrumente im Lichte rechtlicher, organisationsstruktureller und -kultureller Rahmenbedingungen zu beurteilen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Turnaround Management &amp; Controlling</li> <li>■ Krisenarten, -ursachen &amp; -symptome im Profisport</li> <li>■ Insolvenztatbestände &amp; Insolvenzverfahren</li> <li>■ Controllinginstrumente im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Finanz- und leistungswirtschaftliche Sanierung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Rechtliche Aspekte, Organisation &amp; Umsetzung in Krise und Sanierung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Haftungs- &amp; Strafbarkeitsrisiken</li> <li>- Arbeitsrechtliche Aspekte</li> <li>- Steuerrechtliche Aspekte</li> <li>- Gesellschaftsrechtliche Aspekte</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit FA, GA, Ro und R
Veranstaltungszeitpunkt	6. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch
ECTS-Punkte	6 bei kumuliert 60 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PF

## 6 MODUL „GENERAL MANAGEMENT IM SPORT“

Durch das Modul „General Management im Sport“ sollen die Masterstudierenden befähigt werden, funktionsübergreifende Anforderungen an die Steuerung und Führung von Organisationen des Sports zu erkennen und aufbauend passfähige, ganzheitliche Gestaltungsansätze für deren strategische Entwicklung zu konzipieren. Dabei werden sowohl nach außen gerichtete Gestaltungsoptionen einer effektiven Positionierung, als auch nach innen gerichtete Gestaltungsoptionen einer zur angestrebten Positionierung konformen Wertschöpfung geschult. Ein wichtiges Augenmerk liegt zudem auf internationalen und interkulturellen Besonderheiten des Managements von Organisationen des Sports.

Im Detail setzt sich das Modul aus folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:

- | **Internationales Management im Profisport**
- | **Strategisches Management im Profisport**
- | **Leadership**
- | **Entrepreneurship**

Die drei Lehrveranstaltungen werden im Anschluss detailliert in Bezug auf ihre Lehr-/ Lernziele, Relevanz, Inhalte, Lehrformen sowie organisatorischen Rahmenparameter (ECTS-Punkte, Prüfungsformen etc.) beschrieben.

Insgesamt umfasst das Modul „General Management im Sport“ einen Workload von **14 ECTS-Punkten**.

Modulverantwortlicher ist **Prof. Dr. Markus Breuer**

## 6.1 General Management I – Internationales Management im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Die Internationalität bildet ein systemimmanentes Merkmal des Profisports. Bereits lange vor der Globalisierungswelle in der klassischen Wirtschaft fanden im Sport substantielle internationale Austauschbeziehungen statt. Olympische Spiele, Welt- und Europameisterschaften, europäische Clubwettbewerbe usw. sorgten früh für sportliche Verflechtungen jenseits nationaler Grenzen. In Verbindung mit seiner zunehmenden ökonomischen Bedeutung gehören internationale Aspekte heute zum festen Bestandteil des Sportbusiness.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung können die Masterstudierenden wesentliche Gestaltungsfelder des Profisports im Lichte einer internationalen Perspektive reflektieren. Insbesondere sind sie in der Lage, Vor- und Nachteile der Strukturen sowie Chancen und Risiken der Marktpositionierung des europäischen und nordamerikanischen Profisportsystems vergleichend zu beurteilen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in internationale Aspekte des Profisports</li> <li>■ Einführung in internationale Aspekte des Profisports <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung im internationalen Wettkampfsport</li> <li>- Internationale Verbreitung von Sportarten</li> </ul> </li> <li>■ Internationalisierung im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theorien Internationalisierung</li> <li>- Strategien der Internationalisierung</li> <li>- Fallbeispiele/Ligenvergleiche</li> </ul> </li> <li>■ Joined Seminar und internationale Exkursion <ul style="list-style-type: none"> <li>- Case study mit internationaler Partneruniversität</li> <li>- Kulturelle Aspekte des Sportkonsums</li> <li>- Internationale Aspekte im Verkauf von Medienrechten</li> <li>- Fallstudienbasierte Anwendung</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit FA, GA, R und Exk
Veranstaltungszeitpunkt	4. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PF

## 6.2 General Management II – Strategisches Management im Profisport

Veranstaltungsrelevanz	Zur Gewährleistung einer nachhaltigen Entwicklung von Sportorganisationen ist eine effektive Koordination sportlicher und kaufmännischer Zielsetzungen erforderlich. Aufbauend sind alle Wertschöpfungs- und Positionierungsaktivitäten, d.h. das Geschäftsmodell der Sportorganisation, systematisch nach den Zielvorgaben auszurichten. Verfehlungen innerhalb dieses strategischen Managementprozesses führen die Sportorganisation in finaler Konsequenz in einen Krisenzustand.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Masterstudierenden mit den zentralen Erfolgsstellhebeln einer nachhaltigen Entwicklung von Sportorganisationen vertraut. Gleichzeitig sind Ihnen sowohl die Notwendigkeit, als auch die Optionen einer individualisierten Justierung dieser Erfolgsstellhebel im Kontext der spezifischen Wertschöpfungs- und Positionierungssituation der jeweils betroffenen Sportorganisation bewusst.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in das Strategische Management</li> <li>■ Zieldefinition <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Strategische Positionierungs- &amp; Wertschöpfungsanalyse <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Strategische Gestaltung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> <li>- Fallstudien-/ projektbasierte Anwendung</li> </ul> </li> <li>■ Strategieumsetzung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> </ul> </li> <li>■ Strategische Kontrolle <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Aspekte</li> <li>- Spezifika im Profisport</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Interaktive Vorlesung mit PA, FA, GA, Ro und R
Veranstaltungszeitpunkt	5. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	6 bei kumuliert 60 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PA



### 6.3 General Management III – Leadership

Veranstaltungsrelevanz	Mit der Professionalisierung und Kommerzialisierung des Sports ist der Bedarf an qualifizierten kaufmännischen Führungskräften drastisch gestiegen. Dennoch spielt auch das Ehrenamt nach wie vor eine wichtige Rolle. Zudem stellt die Qualität der systemimmanenten sportlichen Personalentscheidungen heute mehr denn je einen Erfolgsfaktor der Entwicklung von Profisportorganisationen dar. Vor diesem Hintergrund ist systematisches Führungsverhalten im People Business Profisport daher von herausgehobener Bedeutung.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung haben die Masterstudierenden die Kompetenz, wesentliche Personalprozesse des Sportbusiness zu institutionalisieren und unterschiedliche Führungsinstrumente gezielt einzusetzen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in Leadership und Personalmanagement im Profisport</li> <li>■ Grundprozesse und Instrumente des Personalmanagements <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalbeschaffung und deren Spezifika im Profisport (Scouting, Transferwesen etc.)</li> <li>- Personalbeurteilung und deren Spezifika im Profisport</li> <li>- Personalentwicklung für kaufmännisches und sportliches Personal</li> </ul> </li> <li>■ Die Rolle von Leadership für den Organisationserfolg</li> <li>■ Führungstheorien <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trait Theories</li> <li>- Behavioural Theories</li> <li>- Situative Führungsansätze</li> <li>- Transaktionale und transformationale Führung</li> </ul> </li> <li>■ Führungskulturen in unterschiedlichen Sportorganisationen auf Basis des Competing Values Frameworks</li> <li>■ Rechtliche Aspekte für Führungskräfte im Profisport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitsrecht im Sport</li> <li>- Vertragsgestaltung</li> </ul> </li> <li>■ Praktische Übungen zu diversen Führungsinstrumenten</li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit Ro, GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	6. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	4 bei kumuliert 40 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PF

## 6.4 General Management IV – Entrepreneurship

Veranstaltungsrelevanz	Entrepreneurship, die Etablierung neuer Unternehmen (Startups) auf Basis innovativer Geschäftsideen, ist ein wichtiges Gebiet in allen Studienschwerpunkten. Innovative Geschäftsideen sind zwar zunächst das Ergebnis kreativer Überlegungen, zur Umsetzung ist jedoch ein klar strukturierter Prozess (Business Planning) notwendig. Nur so kann mit limitierten Ressourcen (Lean Startup) ein erfolgreicher Gründungsprozess gelingen.
Veranstaltungsziele	Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung haben die Masterstudierenden die Kompetenz, den Gründungsprozess von der Geschäftsidee bis zur tatsächlichen Gründung zu verstehen. Sie können die notwendigen Werkzeuge anwenden, das Business Planning durchführen, die notwendigen Schritte zur tatsächlichen Gründung ergreifen und einen aussagekräftigen Businessplans mit valider Finanzplanung erstellen.
Veranstaltungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Einführung in die Thematik Entrepreneurship</li> <li>■ Ideenfindung (Ideation) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kriterien für Geschäftsideen</li> <li>- Werkzeuge wie z.B. Design Thinking</li> <li>- Fallstudie</li> </ul> </li> <li>■ Idee „rund“ machen (Business Development) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Business Planning</li> <li>- Werkzeuge wie z.B. Business Model Canvas</li> <li>- Fallstudie</li> </ul> </li> <li>■ Idee implementieren (Foundation) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtliche Aspekte</li> <li>- Businessplan</li> <li>- Fallstudie</li> </ul> </li> </ul>
Veranstaltungsliteratur	Aushändigung einer aktuellen Literaturliste zu Veranstaltungsbeginn
Lehrformen	Seminar mit GA und R
Veranstaltungszeitpunkt	9. Fünfwochenblock des Präsenzjahres
Veranstaltungssprache	Deutsch
ECTS-Punkte	2 bei kumuliert 20 Lehrpräsenzstunden
Prüfungsform	PA

## 7 PRAKTIKUM / AUSLANDSSTUDIUM

Nach Abschluss des einjährigen Präsenzstudiums absolvieren die Studierenden wahlweise, gemäß ihren individuellen Neigungen ein **viermonatiges Praktikum oder Auslandsstudium**. Die beiden Alternativen, ihre Ziele und organisatorischen Rahmenbedingungen werden nachfolgend erläutert.

### 7.1 Praktikum

Ziel des Praktikums ist es, das während des Präsenzstudiums erworbene Wissen in der Sportmanagementpraxis umzusetzen und die gesammelten Praxiserfahrungen kritisch zu reflektieren. Idealerweise werden im Kontext des Praktikums eine oder mehrere Problemstellungen für die sich anschließende Master-Thesis identifiziert. Eine darauf basierende Erstellung der Master-Thesis in Zusammenarbeit mit dem Praktikumsgeber ist wünschenswert und wird ausdrücklich gefördert.

Masterstudierende, die sich für ein **Praktikum** entscheiden, haben dieses in einem der nachfolgend genannten Arbeitsfelder des professionellen Sports zu absolvieren. Der Firmensitz des Praktikumsgebers kann sich im In- oder Ausland befinden.

- Professioneller Sportclub
- Sportverband
- Sportliga
- Sportvermarktungs-, Sportberatungs- oder Sporteventagentur
- Sportartikel- oder Sportfachhandlungsunternehmen
- Im Sport engagiertes Wirtschaftsunternehmen

Die **Pflichtdauer** des **Praktikums** beträgt regelmäßig **15 Arbeitswochen** netto. Eine Ausweitung des Praktikums über die genannte Pflichtdauer hinaus kann in begründeten Fällen auf Antrag der Studierenden vom Studiendekan genehmigt werden. Unabhängig davon orientiert sich der **Workload** des Praktikums an der festgeschriebenen Pflichtdauer und beträgt **24 ECTS-Punkte**.

Die von den Masterstudierenden gewählten Praktika sind im Vorfeld vom **Praktikantenamt „Master, der Fakultät für Wirtschaft** zu genehmigen. Bei der **Suche nach geeigneten Praktika** erfahren die Masterstudierenden **umfassende Unterstützung** durch die Dozenten des Arbeitsbereichs Sportmanagement. Jeder Masterstudierende erhält einen **Praktikumsbetreuer** aus dem Arbeitsbereich, der vor und während des Praktikums bei Fragen, Problemen etc. als Ansprechpartner dient. Es sind in der Regel mindestens **drei dokumentierte Betreuungsgespräche** zu führen.

Nach Abschluss der Praktika haben die Masterstudierenden u.a. einen Praktikumsbericht einzureichen, der eines der im Zuge des Praktikums bearbeiteten Projekte thematisiert. Der **Praktikumsbericht (PB) und dessen Präsentation (Präs)** bilden die Basis für die **Benotung der Praktikumsleistung**. Darüber hinaus gelten die Regelungen der Studien- und Prüfungsordnung bzgl. praktischer Studienabschnitte sowie die **Praktikumsordnung für Masterstudiengänge** der Fakultät für Wirtschaft.

Die **organisatorische Koordination** des Praktikums obliegt **Jochen Schwind**.

## 7.2 Auslandsstudium

Ziel des Auslandsstudiums ist es, den Masterstudierenden die Möglichkeit zu bieten, die im Lehrpräsenzstudium erworbenen Kenntnisse aus einer ausländischen bzw. internationalen Perspektive heraus zu reflektieren. Gleichzeitig sollen das interkulturelle Know-how, die Fremdsprachenkenntnisse sowie das akademische Netzwerk der Studierenden erweitert werden. Zielgruppe für die Absolvierung des Auslandsstudiums sind folglich vor allem jene Masterstudierenden, die nach Abschluss ihres Masterstudiums eine forschungsbezogene Tätigkeit bzw. weiterführende akademische Qualifikation (Promotion) anstreben.

Die SRH Hochschule Heidelberg im Allgemeinen sowie der Arbeitsbereich Sportmanagement im Speziellen verfügen über eine große Zahl an Kooperationen mit ausländischen Partnerhochschulen. Ein ausreichendes Angebot an ausländischen Studienplätzen ist insofern vorhanden. Analog zum Praktikum erhält jeder Masterstudierende einen Dozenten des Arbeitsbereichs Sportmanagement als **Betreuer**. Der Betreuer dient ergänzend zum International Office der Fakultät für Wirtschaft bei der Auswahl der ausländischen Partnerhochschule, Fragen, Problemen etc. als Ansprechpartner.

Während des Auslandsstudiums haben die Masterstudierenden einen **Workload** im Umfang von **24 ECTS-Punkten** zu absolvieren. Die an der ausländischen Partnerhochschule zu belegenden Veranstaltungen sind von den Studierenden im Vorfeld des Auslandsaufenthalts mit dem ihnen zugeordneten Betreuer abzustimmen. Dabei soll sich das ausgewählte **Curriculum** ausschließlich aus Masterkursen zusammensetzen und die Inhalte des inländischen Präsenzstudiums angemessen ergänzen und/ oder vertiefen.

Regelmäßig wird unterstellt, dass der für das Auslandsstudium vorgesehene **Viermonatszeitraum** ausreichend ist, um den genannten Workload zu erzielen. Sollte dies aufgrund der organisatorischen Rahmenbedingungen der Partnerhochschule und/ oder sonstiger von den Masterstudierenden nicht zu vertretender Gründe unmöglich sein, kann der Studiendekan eine Verlängerung des Auslandsaufenthaltes genehmigen.

Zur Anerkennung des Auslandsstudiums haben die Masterstudierenden nach ihrer Rückkehr die Absolvierung des genannten Workloads durch eine entsprechende Leistungsbestätigung der ausländischen Partnerhochschule nachzuweisen. Die **Benotung** der Leistungen des **Auslandsstudiums** ergibt sich aus dem **nach Workload gewichteten Durchschnitt** der einzelnen im Ausland erlangten **Veranstaltungsbeurteilungen**.

Die **organisatorische Koordination** des Auslandsstudiums obliegt **Jochen Schwind**.

## 8 MASTER-THESIS

Mit ihrer Master-Thesis zeigen die Masterstudierenden zum Abschluss ihres Studiums, dass sie eine unvertraute Problemstellung aus der Sportmanagementpraxis innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig nach wissenschaftlichen Gütestandards lösen können. Die Masterstudierenden machen dabei insbesondere deutlich, dass sie in der Lage sind, das im Vorfeld erworbene Wissen samt zugehörigen Methodenkenntnissen innerhalb breiter oder multidisziplinärer Kontexte anzuwenden. Es wird erwartet, dass die eruierten Problemlösungsbeiträge einer kritischen Reflexion standhalten und einen Beitrag zur Erweiterung des Wissenstandes beim Auftraggeber (im Falle einer praxisfokussierten Master-Thesis) bzw. des Forschungsstandes der Sportmanagementdisziplin (im Falle einer theoriefokussierten Master-Thesis) leisten.

Die Themenwahl der Master-Thesis hat individuell für jeden Masterstudierenden in Absprache mit dem zuständigen Betreuer zu erfolgen. Gemäß den Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung kann die Master-Thesis auch gemeinschaftlich als Gruppenarbeit verfasst werden.

Zur **Bearbeitung** der Master-Thesis steht den Studierenden ein **Zeitraum von vier Monaten** zur Verfügung. In begründeten Fällen kann der zuständige Betreuer eine Verlängerung der Bearbeitungszeit um zwei auf insgesamt sechs Monate bewilligen und dem Prüfungsamt entsprechend mitteilen. Unabhängig von einer etwaigen Ausweitung der Bearbeitungszeit umfasst die Master-Thesis einen Workload von **24 ECTS-Punkten**.

Während der Bearbeitungszeit findet eine **umfassende Betreuung** der Masterstudierenden statt. Zum einen werden in zu dokumentierenden Einzelgesprächen individuelle Fragestellungen diskutiert und Anregungen durch den Betreuer gegeben. Die Zahl **dokumentierter Einzelgespräche** soll dabei **mindestens drei** betragen. Zum zweiten finden im Rahmen der viermonatigen Bearbeitungszeit regelmäßige **Masterkolloquien** statt, in denen die Studierenden den Fortgang ihrer Arbeit ihren Kommilitonen/-innen sowie den Betreuern vorstellen und mit diesen diskutieren. Jeder Masterstudierende sollte dabei an zwei Kolloquienterminen präsentieren.

## 9 ERGÄNZENDE INFORMATIONEN

### 9.1 Erläuterung der Lehrformen

Nachfolgend finden sich Erläuterungen zu den in den Modul-/ Lehrveranstaltungsbeschreibungen genannten Lehrformen

#### **I Interaktive Vorlesung (V)**

Die interaktive Vorlesung stellt einen Mix aus klassischer Vorlesung und Seminar dar. Der Lehrende – als Experte in seinem Gegenstandsbereich – stellt den Studierenden den "state of the art" vor, also Grundstrukturen des Wissens und Könnens, um eine Basis für das weitere Lernen zu vermitteln. Aufbauend werden die Studierenden durch aktivierende Fragen und Aufgabenstellungen seitens des Dozenten zur Interaktion aufgefordert. Den Studierenden wird es möglich, ein kognitives Raster aufzubauen, welches Strukturen, Zusammenhänge und Abhängigkeiten erkennt und reflektiert.

#### **I Seminar (S)**

Seminare dienen der vertieften Auseinandersetzung mit einzelnen Teilbereichen eines Fachgebietes. Mit Hilfe verschiedener Arbeitsformen wie Referate, Diskussionen, Gruppenarbeit etc. erarbeiten sich die Studierenden den Lehrstoff dabei teilweise auch selbstständig. Dadurch sollen die Studierenden ihre Kenntnisse und Fähigkeiten vertiefen und gleichzeitig Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens erlernen und anwenden. Im Anschluss an ein Seminar ist meist die Abgabe einer Projektarbeit (PA) oder Studienarbeit (StA) vorgesehen.

Der Lehrende übernimmt im Seminar – wenn erforderlich – gezielt die Rolle eines Beraters und Moderators. Als Spezialist im Themenbereich berät er die Studierenden bei ihrer selbständigen Arbeit; als Moderatoren leitet er die Diskussion und gibt – wenn nötig – entsprechende Hintergrundinformationen.

#### **I Fallarbeit (FA)**

Die Fallarbeit („Case Study“) ist eine Form des problemorientierten Lernens. Ausgangspunkt ist die Darstellung einer Praxissituation, der die Entscheidung über eine einzuschlagende Strategie der Problembearbeitung erfordert. Dabei versetzen sich die Studierenden in die Rolle von real handelnden Personen bzw. von Entscheidungsträgern. Die Studierenden interpretieren den Fall, analysieren Zusammenhänge, recherchieren zusätzliche Informationen und erarbeiten auf dieser Grundlage mögliche Lösungen. Diese werden anschließend diskutiert und ggf. mit den tatsächlich in der Realsituation gefundenen Lösungen bzw. getroffenen Entscheidungen verglichen.

#### **I Projektarbeit (PA)**

Durch eine Projektarbeit lernen die Studierenden, in Gruppen komplexe Probleme kritisch zu analysieren und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten. Die in der zugehörigen interaktiven Vorlesung bzw. im zugehörigen Seminar erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden praktisch angewandt. Als offene und problembasierte Lehrform baut Projektarbeit auf starken Praxisbezug und

die Förderung der Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit durch Teamarbeit auf. Eine authentische oder fiktive Aufgabenstellung wird im Team vollständig bearbeitet. Durch Projektarbeiten soll insbesondere die Fähigkeit zur theoretisch fundierten Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen werden.

### **Rollenspiel (Ro)**

Das Rollenspiel ist eine Methode, vorhandene Verhaltensweisen zu überprüfen und neue Verhaltensweisen zu erproben. Rollenspiele dienen der Verbesserung der Handlungskompetenz durch eigenes Erfahren und durch Rückmeldungen (Feedback) von Beobachtern. Ein Rollenspiel besteht grundsätzlich aus drei Phasen: Der Vorbereitungsphase, der Spielphase und der Auswertungsphase. Beim Rollenspiel geht es nicht darum, welche Lösung letztlich herauskommt, sondern wie diese Lösung angestrebt wird. Daher ist die Auswertung des Rollenspiels genauso wichtig wie das Rollenspiel selbst.

### **Gruppenarbeit (GA)**

Gruppenarbeit ist eine Methode, Problemlösungen durch organisierte und zielgerichtete Zusammenarbeit von mehreren Studierenden zu erarbeiten. Nach Beendigung der Gruppenarbeitsphase werden die Ergebnisse dem Plenum zugänglich gemacht und in den weiteren Verlauf der Veranstaltung integriert. Die Kommunikation der Ergebnisse kann mündlich oder schriftlich erfolgen. Gruppenunterricht eignet sich zur Förderung von überfachlichen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit oder der Fähigkeit zum selbständigen Lernen. Zum Erwerb von Fachkompetenz ist Gruppenunterricht vor allem dann geeignet, wenn der Fokus auf Zusammenhänge und Konzepte von Fachwissen gerichtet ist. Während der Gruppenphase stehen die Lehrenden den Studierenden als Berater zur Verfügung, intervenieren aber nicht von sich aus. Danach sorgen sie als Moderatoren für den Austausch der Ergebnisse und für Feedback an die einzelnen Gruppen.

### **Rückmeldung (R)**

Rückmeldungen, bzw. Feedback sind in der Lehre und Beratung ein wichtiges Instrument. Sie informieren Studierende und Lehrende über ihre Arbeit und Leistung, vor allem aber darüber, wie diese vom Gegenüber wahrgenommen und interpretiert werden. Rückmeldungen sollen eine Orientierung bieten, d.h. der Betroffene erhält in schriftlicher oder mündlicher Form Informationen darüber, wie seine Leistung gemäß der Erwartungen und Anforderungen eingeordnet wird. Sie dienen damit der Lernzielkontrolle und können bestätigend oder verändernd wirken.

### **Exkursion (Exk)**

Eine Exkursion ist eine externe Lehrveranstaltung unter bildender und wissenschaftlicher Leitung. Kennzeichnend sind ein festgelegtes Lernziel und eine entsprechende Nachbearbeitung. Exkursionen dienen der Vermittlung, Erweiterung und Vertiefung von Wissen durch die unmittelbare Begegnung mit der räumlichen und personellen Wirklichkeit. Dabei kommt den didaktischen Prinzipien der Selbsttätigkeit und des entdeckenden Lernens eine tragende Rolle zu.

## 9.2 Erläuterung der Prüfungsformen

Nachfolgend sind die den einzelnen Modulen/ Lehrveranstaltungen zugewiesenen Prüfungsformen erläutert:

### **Klausur (Kls)**

Eine Klausur ist eine schriftliche Arbeit unter Aufsicht. In einer Klausur soll der Prüfling nachweisen, dass er in begrenzter Zeit, mit begrenzten Hilfsmitteln, mit den geläufigen Methoden und den erworbenen Kompetenzen ein Problem erkennen und Wege zu seiner Lösung finden kann.

### **Mündliche Prüfung (MP)**

In einer mündlichen Prüfung soll der Kandidat nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt, begründet argumentieren kann und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen und zu diskutieren vermag. Durch die mündliche Prüfung soll ferner festgestellt werden, ob der Prüfling über breites Grundlagenwissen verfügt.

### **Projektarbeit (PA)**

Bei dieser Prüfungsform ist das Ergebnis einer Projektarbeit (siehe Lehrformen) vor einer Gutachterkommission, bestehend aus dem zuständigen Fachdozenten sowie mindestens einem weiteren fachaffinen Gutachter, zu präsentieren. Ergänzend ist eine schriftliche oder ggfs. sachliche Dokumentation der Projektarbeit zur Bewertung einzureichen.

### **Referat (Ref)**

Ein Referat umfasst

- eine eigenständige, schriftlich dargestellte Auseinandersetzung mit einem Problem aus dem Arbeitszusammenhang der Lehrveranstaltung unter Einbeziehung und Auswertung einschlägiger Literatur.
- die Darstellung der Arbeit und die Vermittlung ihrer Ergebnisse im Vortrag sowie in der anschließenden Diskussion.

In der schriftlichen Ausarbeitung müssen alle Stellen, die wortwörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen entnommen sind, durch die Angabe der Belegstelle als solche kenntlich gemacht werden.

### **Präsentation (Präs)**

In einer Präsentation sollen die Studierenden nachweisen, dass sie ein bestimmtes Themengebiet in einer bestimmten Zeit derart erarbeiten können, dass sie es in anschaulicher, übersichtlicher und ansprechender Weise einem Publikum präsentieren bzw. vortragen können. Außerdem sollen sie nachweisen, dass sie in Bezug auf das jeweilige Themengebiet in der Lage sind, auf Fragen, Anregungen und Diskussionspunkte des Publikums sachkundig einzugehen.

### **Fallarbeit (FA)**

Bei der Prüfungsform Fallarbeit übernehmen die Studierenden die Lösung einer Aufgabenstellung gemäß der vorab bei der Lehrform Fallarbeit geschilderten Vorgehensweise.



### ■ **Studienarbeit (StA)**

Eine Studienarbeit umfasst eine eigenständige und vertiefte, schriftlich dargestellte Auseinandersetzung mit einem Problem aus dem Arbeitszusammenhang der Lehrveranstaltung unter Einbeziehung und Auswertung einschlägiger Literatur. In der schriftlichen Ausarbeitung müssen alle Stellen, die wortwörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen entnommen sind, durch die Angabe der Belegstelle als solche kenntlich gemacht werden.

### ■ **Praxis-/ Praktikumsbericht (PB)**

Ein Praxis- bzw. Praktikumsbericht ist eine schriftliche Ausarbeitung im Rahmen des zu absolvierenden Praktikums. Er dokumentiert wie im Tätigkeitsfeld des Praktikums die Anwendung der im Studium erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen am Beispiel eines konkreten Praxisprojektes vollzogen wurde. Der Praktikumsbericht sollte folgende Aspekte enthalten:

- Beschreibung der Institution bzw. des Unternehmens
- Tätigkeits- bzw. Projektdefinition
- Planung, Durchführung und Steuerung des Projektes
- Projektergebnisse

Praktikumsberichte müssen den Standards wissenschaftlichen Arbeitens entsprechen.

### ■ **Portfolioprüfung (PF)**

Ein Portfolio ist eine innovative Form des Leistungsnachweises, der bei Prüfungen und anderen Formen der Leistungsbewertung herangezogen werden kann, um zu einer differenzierten Beurteilung zu gelangen. Es enthält eine Sammlung sinnvoll ausgewählter Arbeiten, welche die eigenen Leistungen, den Lernfortschritt und den Leistungsstand zu einem bestimmten Zeitpunkt und bezogen auf ein inhaltlich umrissenes Gebiet dokumentieren. Die Auswahl und der Aussagegehalt der Arbeiten sowie der Bezug zum eigenen Lernfortschritt muss vom Studierenden diskutiert und begründet werden.

Ein Portfolio geht von der Annahme aus, dass Lernen ein Prozess ist, den man dokumentieren kann, und dass diese Dokumentation wichtiger ist, als an einem bestimmten Punkt Bruchstücke von Wissen abzufragen. Mit dem Portfolio kann man den Fortschritt messen, den Studierende sowohl in Bezug auf Wissen als auch auf Fertigkeiten im Verlauf eines Seminars machen.