



<b>Nr:</b> AL 1	<b>Pflichtmodul:</b> Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 6	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 1	
		<b>Workload:</b> 270 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 90	
<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine		<b>Präsenz:</b> 81 Std.	<b>Selbststudium:</b> 189 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Grundlagen VWL		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Recht (BGB/HGB)		Frau Grosser		Vorl./Übung	4
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Grundlagen VWL:</u> Das Modul soll das Verständnis für mikroökonomische Zusammenhänge und Verhaltensmuster auf Gütermärkten wecken. Es soll die Fähigkeit herausbilden, mikroökonomisch fundierte wirtschaftspolitische Entscheidungen hinsichtlich ihrer Allokations- und Verteilungswirkungen auf Märkten zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><u>Recht (BGB/HGB):</u> Kenntnis der Grundlagen des Rechts, BGB Allg. Teil, Allg. Schuldrecht und Handelsrecht, Vermittlung der Kenntnisse und Fertigkeiten, praktische Fälle zu lösen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Grundlagen VWL:</u> Einzelwirtschaftliches Angebots- und Nachfrageverhalten von Unternehmen und Haushalten auf Gütermärkten: Produktions- &amp; Kostentheorie; Konsumtheorie; Gleichgewichtslösungen der Gütermärkte bei funktionsfähigem Wettbewerb.</p> <p>Mikroökonomisch fundierte Wirtschaftspolitik: Typische Marktunvollkommenheiten (monopolistische und oligopolistische Marktformen, externe Effekte, Fehlen öffentlicher Güter, sozial- und verteilungspolitische Fehlentwicklungen); Die allokativen und distributiven Eingriffe des Staates zur Marktregulierung; die allokativen und distributiven Wirkungen der Finanzierung der Staatstätigkeit.</p> <p><u>Recht (BGB/HGB):</u> - Grundlagen und -begriffe des Rechts; Gewaltenteilung          - Aufbau des BGB, Fallbearbeitung und Subsumtion, Abstraktionsprinzip, Rechtssubjekte und -objekte          - Grundlagen des Rechts kaufmännischer Unternehmen (Kaufmannsbegriff und Arten der Kaufleute, Handelsfirma und -register)          - Willenserklärung; Vertrag; Mängel des Rechtsgeschäfts; Stellvertretung (einschließlich Prokura und Handlungsvollmacht)          - Bedingung; Fristen und Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen          - Begriff und Entstehung des Schuldverhältnisses; Leistungspflichten, -zeit und -ort; Beteiligung Dritter; Mehrheit von Gläubigern und Schuldner; Abtretung; Schadensersatz (Arten, Umfang und Berechnung); Haftung für Erfüllungsgehilfen; Beendigung des Schuldverhältnisses; Leistungsstörungen im Schuldverhältnis (Unmöglichkeit, Schuldnerverzug, Gläubigerverzug, Positive Vertragsverletzung, Verschulden bei Vertragsverhandlungen, Wegfall der Geschäftsgrundlage); Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter</p>					



### **Literatur**

Zivilrecht:

Klunzinger, Eugen (2004): Einführung in das Bürgerliche Recht, 12. Auflage, München

Führich, Ernst R. (2004): Wirtschaftsprivatrecht, 7. Auflage, München

Bähr, Peter (2004): Grundzüge de Bürgerlichen Rechts, 10. Auflage, München

Medicus, Dieter (2004): Bürgerliches Recht, 20.Auflage, Köln

Kallwass, Wolfgang (2004): Privatrecht, 17.Auflage

Zivilprozessrecht:

Pfeiffer, Thomas (2005): Zivil- und Zivilprozessrecht

Oberhain, Rainer (2004): Zivilprozessrecht für Referendare, 6. Auflage, Neuwied

Grunsky, Wolfgang (2005): Zivilprozessrecht, 12. Auflage, München

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript: Volkswirtschaftslehre



<b>Nr:</b> AL 2	<b>Pflichtmodul:</b> Betriebswirtschaftliche Grundlagen	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 5 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 1	
		<b>Workload:</b> 240 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 90	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 68 Std.	<b>Selbststudium:</b> 172 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL)		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorl./Übung	3
Unternehmensführung		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorl./Übung	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL):</u> Die Teilnehmer sollen die Grundbegriffe der Betriebswirtschaft in Bezug auf die konstitutiven Entscheidungen und die Leistungsprozesse kennen- und richtig anwenden lernen. Sie sollen Verständnis für betriebliche Entscheidungsbildungsprozesse entwickeln. Ausgehend von der Allgemeinen BWL sollen die Teilnehmer die Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Betrachtung von Dienstleistungen erkennen und richtig anwenden können.</p> <p><u>Unternehmensführung:</u> Grundbegriffe, Grundlagen und Methoden der Planung (insbes. der strategischen, operativen sowie Erfolgs- und Liquiditätsplanung) verstehen und sie einschätzen können. Wichtige Führungsmodelle v. a. für Dienstleistungsbetriebe hinsichtlich ihres Inhalts und ihrer Anwendungsaspekte kennen sowie Überblick über die Bedeutung der Personalführung und ihrer zentralen Funktionen haben und entscheidende Regeln für die wirksame Ausübung ausgewählter Führungsfunktionen begründen können. Grundbegriffe und Grundlagen der Unternehmensführung und -leitung sowie Funktionen des Management kennen lernen und verstehen. Unternehmensziele und Zielbeziehungen einschätzen können sowie daraus zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft ableiten lernen. Theoretische Grundlagen von Veränderungsmanagement kennen. Aufgaben der Unternehmensführung und Vorgehen bei Veränderungsprozessen kennen und beurteilen lernen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL):</u> Der Betrieb als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre. Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe. Betriebliche Zielsysteme und Entscheidungsprozesse. Rechtsformen der Personen- und Kapitalgesellschaften. Sonstige Rechtsformen (Genossenschaften etc.). Kombination von Rechtsformen. Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Behandlung von Dienstleistungen.</p> <p><u>Unternehmensführung:</u> Grundbegriffe der Planung (z. B. Planung, Improvisation und Prognose, Vorteile und Stufen der Planung). Alternative Planungsverfahren. Teilkomplexe der Planung (Unternehmensleitbildplanung, strategische, operative, Erfolgs- und Liquiditätsplanung). Budgetierung (Plan-, Gewinn- und Verlustrechnung, Plan-Finanz-rechnung, Plan-Bilanz). Bedeutung und Inhalte der Personalführung. Management-by-Modelle (Grundzüge, Voraussetzungen sowie Vorteile und Schwachpunkte ausgewählter Modelle). Ausgewählte Führungsfunktionen und ihre wirksame Anwendung (vor allem Informieren, Loben, Beanstanden). Verstehen des Zusammenhanges von Menschenbildern und Führungsstilen. Grundlagen der Unternehmensführung und Funktionen des Managements. Unternehmensziele und Zielbeziehungen. Zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft. Controlling. Betriebliche Entscheidungen. Theoretische Grundlagen; Vorgehen bei Veränderungsprozessen. Ausgewählte Instrumente der Organisationsentwicklung.</p>					



### **Literatur**

Bea, F.X./ Haas, J. (2001): Strategisches Management, Stuttgart

Doppler, K.; Lauterburg, Ch. (2002): Change Management: den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt (Main) u.a.

Vahs/Schäfer-Kunz (2005): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 4. Aufl., Stuttgart

von Rosentstiel, L. (Hrsg.) (2003): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript: Betriebswirtschaftslehre (inkl. DL-BWL)

Skript: Unternehmensführung



<b>Nr:</b> AL 3 / 1 AL 3 / 2*	<b>Pflichtmodul:</b> Methoden und Sozialkompetenz	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 2 + 2 + 3 + 3*	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS jährlich im SS*		<b>Semesterlage:</b> 1, 2*	
		<b>Workload:</b> 210 Std. 90 Std.*		<b>Prüfungsform:</b> Mündliche Prüfung	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> Persönlichkeitsentwicklung II: P I	<b>Präsenz:</b> 68 Std. 27 Std.*	<b>Selbststudium:</b> 142 Std. 63 Std.*		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		Frau Küch		Seminar	1
Rhetorik, Präsentation, Kommunikation (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		N.N.		Seminar	2
Persönlichkeitsentwicklung I (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		<u>Herr Prof. Dr. Müller</u>		Seminar	2
Persönlichkeitsentwicklung II* (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</u> Die Studierenden sollen grundlegende Elemente des wissenschaftlichen Arbeitens kennen lernen, um Studien begleitende Projekte zu dokumentieren, eigene schriftliche Arbeiten anzufertigen und Referate strukturiert vortragen zu können. Sie sollen ein wissenschaftliches Verständnis entwickeln, z. B. in der Textanalyse, Interpretation statistischer Daten, Literaturoswertung, Problematisierung, Hypothesenentwicklung.</p>					
<p><u>Rhetorik, Präsentation, Kommunikation:</u>                  Im Rahmen der Lehrveranstaltung Rhetorik/Präsentation/Kommunikation sollen u. a. nach einer Einführung in die Grundlagen der Rhetorik die Anwendungsmöglichkeiten von verschiedenen Präsentationstechniken anhand von praktischen Übungen erprobt und reflektiert werden. Im Vordergrund der Lehrveranstaltung stehen daher teilnehmeraktivierende Methoden, wie Kleingruppenarbeit und Kurzpräsentationen mit anschließender Videoauswertung.                  Die Lehrveranstaltung soll dabei helfen, die eigenen rhetorischen Fähigkeiten zu steigern und künftigen Auftritten sicherer und souveräner zu begegnen.</p>					
<p><u>Persönlichkeitsentwicklung:</u> Die Studierenden sollen verstehen lernen, dass die Persönlichkeit als Träger einer späteren Karriereentwicklung fungiert. Die Notwendigkeit der Entwicklung einer sozialemotionalen Kompetenz / Intelligenz im psychischen, sozialen sowie im Arbeits- und Berufsbereich soll erkannt werden.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</u> Definitionen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arten wissenschaftlicher Arbeiten (Hausarbeiten, Referate, Studienarbeiten, Magisterarbeiten)</li> <li>- Organisation (Arbeitsmaterial, Zeitplanung)</li> <li>- Literaturarbeit (Literaturbeschaffung, Internetrecherche, Literaturoswertung)</li> <li>- Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten (Inhalt, Form)</li> <li>- Zitieren (Grundlagen, Technik, Literaturverzeichnis)</li> <li>- Textgestaltung (Layout, Formulierung)</li> <li>- Titelseiten und Verzeichnisse</li> </ul>					



## Inhalte

### Rhetorik, Präsentation, Kommunikation:

#### Rhetorik:

- Die psychischen Grundqualitäten: Selbstakzeptanz, emotionale Ausdrucksfähigkeit
- Das äußere Erscheinungsbild: Haltung, Gesichtsausdruck, Gestik
- Das Sprechen: Atmung, Artikulation, Intonation, Modulation, Sprechpausen, Lautstärke
- Die Rede: Denkdiziplin, Strukturen, Argumentation, Überzeugungsvermögen, Glaubwürdigkeit
- Die sprachliche Gestaltung: Stilmittel, Grammatik, Eloquenz, Sprachcode

#### Präsentation, Kommunikation:

Die vier Seiten einer Nachricht („Vier-Ohren-Modell“ nach Friedmann Schulz von Thun)

Leitziele der Präsentation: Informationspräsentation, Überzeugungspräsentation

Inhalt der Präsentation: Kernaussagen, Hintergrundinformationen

Partnernaussage: Adressatenanalyse, teilnehmerorientierte Auswahl und Gestaltung (Visualisierung: die richtige Schrift, Blickfangpunkte, KISS-Regel, Farb-Wirkungen, Farbverläufe)

Selbstaussage: teilnehmerorientiertes Verhalten und Sprache

Persönlichkeitsentwicklung: - Persönlichkeitsentwicklung (Problemlösungskompetenz, Kontaktfähigkeit, Rollenflexibilität, Selbstkontrolle)

- psychische Entwicklung (Frustrationstoleranz, Impulskontrolle, Beziehungs-, Wahrnehmungsfähigkeit)
- soziale Entwicklung (Selbstorganisation, Kohärenzgefühl, Teamfähigkeit)
- Berufsbereich (Selbsteinschätzung, Belastungsfähigkeit, Zuverlässigkeit)

## Literatur

Preißner (1998): Wissenschaftliches Arbeiten, München/ Wien

Watzlawick, Beavin, Jackson (2000): Menschliche Kommunikation, Göttingen

Kirchner, Baldur/Kirchner, Sebastian/Kirchner, Alexander (2006): Rhetorik für Manager. Wiesbaden

Birkenbihl, V. F. (1998): Kommunikation für Könner schnell trainiert. 5. Auflage, Landsberg am Lech

Hartmann, M./Funk, R./Nietmann, H.(2000): Präsentation. 6., aktualisierte Auflage, Weinheim und Basel

Lenzen, A. (1999): Präsentieren – Moderieren. Berlin

Mandel, S. (2000): Präsentationen erfolgreich gestalten. Wien/Frankfurt

Rogers, N. H. (1990): Frei reden ohne Angst und Lampenfieber. München

Scheler, U. (1995): Informationen präsentieren. Offenbach

Scheler, U. (1999): Vortragsfolien und Präsentationsmaterialien. Wien/Frankfurt

Schrader, E./Biene, J. (1983): Auswählen – Verdichten – Gestalten. Essen

Schulz von Thun, F. (1989): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Band 1, Reinbek

Schulz von Thun, u.a. (2003): Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte

Seifert, J. W. (1989): Visualisieren – Präsentieren – Moderieren. 13. Auflage, Offenbach

Weidenmann, B. (2002): 1000 Tipps & Tricks für Pinnwand und Flipchart. 2. Auflage, Weinheim und Basel

Will, H. (Hrsg.) (1991): Mit den Augen lernen. Weinheim/Basel

Zelazny, G. (1989): Wie aus Bildern Zahlen werden. Wiesbaden

Scholz, C. (2000): Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München

## Arbeits- und Unterrichtsmaterialien

Skript: Wissenschaftliches Arbeiten

Skript, Folien: Personalmanagement



<b>Nr:</b> AL 4 / 1 AL 4 / 2* AL 4 / 3	<b>Pflichtmodul:</b> Wirtschaftsenglisch	<b>Sprache:</b> Englisch		<b>Credits:</b> 3 + 3 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS jährlich im SS*		<b>Semesterlage:</b> 1, 2*, 3	
		<b>Workload:</b> je 90 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Hausarbeit	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> je 27 Std.	<b>Selbststudium:</b> je 63 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Wirtschaftsenglisch I		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Wirtschaftsenglisch II* (Vorleistung KL 60)		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Wirtschaftsenglisch III (Vorleistung Referat)		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundwortschatz des Wirtschaftsenglischen aufbauen</li><li>- mündliche und schriftliche Verwendung dieses Wortschatzes</li><li>- Übung von Kommunikationssituationen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang (am Telefon, Schriftverkehr, Präsentation, Vorstellungsgespräch)</li><li>- Vertiefungen in der Kultur des Managements mit Schwerpunkt auf Prinzipien des professionellen Umganges und der Einführung einer „lernenden Organisation“</li><li>- Besprechungen internationaler Erfahrungen mit Kommunikation in der Wirtschaftswelt</li><li>- Wortschatzvertiefung im Bereich Tourismus und Geographie sowie die Verwendung wissenschaftlicher Literatur im Bereich Tourismus-Management.</li></ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Fortgeschrittene Grammatik und Kommunikationsgrundlagen</li><li>- Begegnung mit verschiedenen Vortragssituationen und Zielgruppen auf Englisch</li><li>- englischer Wortschatz der Volks- und Betriebswirtschaftslehre</li><li>- Gespräche zu ausgewählten fachspezifischen Themen, kulturelle Untersuchungen und Vergleiche</li><li>- Besprechung aktueller Themen der Wirtschaftswelt</li><li>- Planspiel zur Gründung einer eigenen Firma</li><li>- Webpage Design, Verkaufs- und Überzeugungspräsentationen, Eventmanagement, wissenschaftliche Literatur, angloamerikanischer Lebenslauf- und Anschreibensstil sowie Bewerbungsmappen und -gespräche</li><li>- Unterschiede der angloamerikanischen Kultur im Vergleich zur deutschen und Europäischen Kultur.</li></ul>					



### **Literatur**

*Business Vocabulary in Use*, Bill Macull, Cambridge University Press 2002

*Complete business writer's manual: model letters, memos, reports*. Bell, Arthur Henry, Prentice-Hall 1992

*Language reference for business English : grammar, functions and communication*. Brieger, Nick Prentice Hall International 1992

*English für Kaufleute*. Sester, Franz and Sester, Elfriede, Langenscheidt Berlin 1999

*The International Instant Business Plan*. Berle, Gustave and Kirschner, Paul, Puma Publishing Company, Santa Maria, California 1996

*Bizplan Builder*. Kapron, Jill E. Southwestern Publishing Company 1997

*Small Business Management*, Longenecker, Justin, G., et al., South Western Publishing Company, Ohio 1997

*Business in a Changing World*, William H. Cunningham et al., South Western Publishing, 1996

*Essential Manager's Manual*, Rober Heller & Tim Hindle, DK Publishing 1998

*Englisch Fürs Gespräch*, Heidi Stani, Langenscheidt 1997

*How to write a successful marketing plan : a disciplined and comprehensive approach*. Roman G. Hiebing, Jr., Scott W. Cooper 2<sup>nd</sup> ed., Lincolnwood, Ill : NTC Business Books, c1997

*Advertising manager's handbook*. Bly, Robert W., Prentice Hall 1993

*The Art of Negotiation – Tactics that Work*, Leuz, Catherine K, The Business Review, April 1996

*New International Business English*, Jones, Leo and Alexander, Richard, Cambridge University Press 1996

*The Fifth Discipline*, Peter Senge, Doubleday/Currency, New York, 1990

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**





<b>Nr:</b> AL 6	<b>Pflichtmodul:</b> Grundlegende Methoden	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 6 + 3 + 6	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS		<b>Semesterlage:</b> 2	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Workload:</b> 450 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Projektbericht	
<b>Präsenz:</b> 135 Std.		<b>Selbststudium:</b> 315 Std.			
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Statistik / Einführung SPSS		Herr Böttcher		Vorl./Übung	4
Finanzmathematik		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Marktforschung / Prognosemanagement (mit Fallbeispiel) (Vorleistung Referat)		Frau Prof. Dr. Kissling		Seminar	4
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Statistik / Einführung SPSS:</u> Ziel ist es, die Studierenden in die Anwendung der beschreibenden und schließenden Statistik einzuführen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, Daten einer Stichprobe aufzubereiten und auszuwerten. Die Studierenden sollen schließlich aus der Analyse der Daten der Stichprobe mit Hilfe von Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung Schlüsse auf die Grundgesamtheit ziehen können. Eine Einführung in SPSS zielt darauf ab, auch sehr umfangreiche Datenbestände maschinell analysieren zu können.</p> <p><u>Finanzmathematik:</u> Die Studierenden sollen finanzmathematische Methoden kennen lernen und damit die Möglichkeit erhalten, zukünftige oder vergangene Zahlungsströme zu bewerten.</p> <p><u>Marktforschung / Prognosemanagement:</u> Die Teilnehmer sollen einen Überblick über die Aufgaben und Methoden der Marktforschung für Dienstleistungen erhalten. Sie sollen in die Lage versetzt werden, eine eigenständige empirische Erhebung zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Darüber hinaus sollen die Studierenden Prognosemethoden kennen- und richtig anwenden lernen. Die Teilnehmer sollen anhand eines Fallbeispiels aus dem Tourismus eine eigenständige empirische Erhebung planen, durchführen und mit Hilfe von SPSS auswerten.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Statistik / Einführung SPSS:</u> Grundlegende Begriffe der beschreibenden Statistik, Regressionsrechnung, klassische Wahrscheinlichkeitsrechnung, diskrete und stetige Zufallsvariablen, Parameterschätzung, Konfidenzintervalle, Hypothesentests, Varianzanalyse, Einführung in SPSS</p> <p><u>Finanzmathematik:</u> Zinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung, Abschreibungen, Wirtschaftlichkeit von Investitionen</p>					



### **Inhalte**

Marktforschung / Prognosemanagement: Gegenstand und Rahmenbedingungen der Marktforschung im Dienstleistungsbereich. Externe Informationsquellen im Tourismus und Sport.

Primärerhebung: Stichprobenumfang, Stichprobenverfahren, Methoden der Befragung, Beobachtung und Tests. Datenanalyse. Quantitative und qualitative Prognoseverfahren.

- Auswertung von Sekundärquellen zum Untersuchungsgegenstand
- Planung des Marktforschungsprozesses und Festlegung der geeigneten Methode
- Feldarbeit
- Datenanalyse

Anfertigung eines Berichtes und Präsentation der Ergebnisse.

### **Literatur**

Precht, M. (2005): Angewandte Statistik I, München Wien

Willimczik, K. (1997): Statistik im Sport, Hamburg

Bosch, K. (1996): Großes Lehrbuch der Statistik, München Wien

Fisz (1989): Wahrscheinlichkeitsrechnung und mathematische Statistik, Berlin

Wittenberg/Cramer (2003): Datenanalyse mit SPSS für Windows, Stuttgart

Caprano (1992): Finanzmathematik, München

Ihrig/ Pflaumer (1992): Finanzmathematik, München

Kobelt/ Schulte (1991): Finanzmathematik, München

Köhler (1992): Finanzmathematik, München

Schwarze (1992): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne

Tietze (1992): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Braunschweig

Berekoven, L./ Eckert, W./ Eilenrieder, P. (2004): Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden

Seitz, E.; Meyer, W. (1995): Tourismusmarktforschung, München

Weis, H.C.; Steinmetz, P. (2002): Marktforschung, Ludwigshafen (Rhein)

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript Statistik



<b>Nr:</b> AL 7	<b>Pflichtmodul:</b> Betriebswirtschaftliche Kompetenz	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 5 + 5	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 3	
		<b>Workload:</b> 300 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 120	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 82 Std.	<b>Selbststudium:</b> 218 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Kosten- / Leistungsrechnung		SP/Öko		Vorl./Übung	3
Buchführung / Bilanzierung		SPÖko/ N.N. (Mitarbeiter)		Vorl./Übung	3
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Kosten- / Leistungsrechnung:</u> Aufgaben und Gestaltungsmöglichkeiten der Kosten-/Leistungs-Rechnung (KLR) erkennen. Grundbegriffe verstehen und abgrenzen können. Kostentheoretische Grundlagen verstehen. Erfassungsprobleme der wichtigsten Kostenarten lösen können. Verstehen der Betriebsabrechnung im BAB inkl. Innerbetriebliche Leistungsverrechnung. Beherrschung der Kalkulationsverfahren. Begreifen der Betriebsergebnisrechnung und ihrer Verwendbarkeit. Verstehen der Deckungsbeitrags-, Plan- und Prozesskostenrechnung.</p> <p><u>Buchführung / Bilanzierung:</u> Verständnis der Grundzusammenhänge des Rechnungswesens, Beherrschen der Buchungstechnik, Einführung in die Jahresabschlusserstellung. Der Student soll vertraut sein mit den Zielen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses, der Aufstellung, Prüfung, Offenlegung der Rechnungslegung, des Inhalts der Bilanz, des Anhangs sowie des Lageberichts.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Kosten- / Leistungsrechnung:</u> Abgrenzung, Aufgaben und Aufbau der KLR. Kostenbegriff, Leistungsbegriff, Abgrenzungen. Kostenrechnungssysteme. Grundlagen der Kostentheorie. Gliederung der Kostenarten. Erfassung der Material- u. Personalkosten. Problematik der Kostensteuern. Ermittlung der kalkulatorischen Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse und Unternehmerlöhne, Instandhaltungskosten. Kostenstellenrechnung mit dem BAB. Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsrechnung. Betriebsergebnisrechnung nach dem Gesamt- und Umsatzkostenverfahren. Rechentechnik und Problematik der Kalkulationsverfahren. Teilkostenrechnungen und die Verwendung von Deckungsbeiträgen für Entscheidungen. Break-Even-Analysen. Plankostenrechnungen für die Kostenkontrolle. Einführung in die Prozesskostenrechnung als neuer Rechenansatz für Kalkulation und Kontrolle der Gemeinkosten.</p> <p><u>Buchführung / Bilanzierung:</u> Grundlagen und Grundbegriffe des Rechnungswesens; Techniken der doppelten Buchführung; Jahresabschluss: Bestandteile und Abschlussbuchungen. Vorschriften des Handelsrechts (insbes. HGB) für Ausweis, Bewertung, Bilanzierung (Wahlrechte, Gebote, Verbote). Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung/Bilanzierung. Aufbau der Jahresabschlussbilanz/§ 266 HGB. Aufbau der Gewinn- und Verlustrechnung /§ 275 HGB. Inhalt des Anhangs. Berichtspflichten im Lagebericht. Sanktionen beim Verstoß gegen Rechnungslegungsvorschriften.</p>					
<b>Literatur</b>					
Däumler, K.-D./ Grabe, J. (2004): Kostenrechnung I, Berlin					
Schmolke, S./ Deitermann, M. (2006): Industrielles Rechnungswesen – IKR, Darmstadt					
<b>Arbeits- und Unterrichtsmaterialien</b>					
Skript: Kosten- und Leistungsrechnung					



<b>Nr:</b> AL 8	<b>Pflichtmodul:</b> Finanzmanagement	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3 + 6	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS		<b>Semesterlage:</b> 4	
		<b>Workload:</b> 360 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 120	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 108 Std.	<b>Selbststudium:</b> 252 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Steuerlehre		Herr Prof. Dr. Bender		Vorl./Übung	2
Controlling		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Finanzierung / Investition		Her Prof. Dr. Bender		Vorl./Übung	4
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Steuerlehre:</u> Die Studierenden sollen die Systematik der Unternehmensbesteuerung sowie die Besteuerung der Gesellschafter und deren Wirkungen kennen lernen.</p> <p><u>Controlling:</u> Controllingkonzept verständlich machen, Aktivitätszentren des Controlling beschreiben, Controlling auf verschiedenen Unternehmensebenen unterscheiden lernen, Struktur des Controlling-Berichtswesens herausarbeiten</p> <p><u>Finanzierung / Investition:</u> Die wichtigsten Methoden der Investitionsrechnung kennen lernen und an einfachen Beispielen selber anwenden können. Weiterhin die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten kennen und deren Anwendung erläutern können. Grundkenntnisse der Segmente der Finanzmärkte, des Bankensystems und der Deutschen Börse sowie ausgewählter derivater Finanzinstrumente erwerben. Integriert sind Grundlagen der Finanzmathematik zu vermitteln, so dass die Studierenden diese anwenden können.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Steuerlehre:</u> Systematik der Steuerarten: Grundlagen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer</p> <p><u>Controlling:</u> Operative Planung: Begriffliche Grundlagen und Aufgabenstellung, Gesamtunternehmensplanung, Unternehmensbereichsplanung, Projektplanung, spezielle Planungsinstrumente Operative Kontrolle: Vergleichsrechnungen, Abweichungsanalyse Operative Steuerung: Erwartungsrechnung, Simulationsrechnung Operatives Berichtswesen: Aspekte des Berichtswesens, Berichtsgestaltung, Berichtswesenorganisation</p> <p><u>Finanzierung / Investition:</u> Statische und dynamische Investitionsrechnungen; Berücksichtigung des Risikos in Entscheidungsrechnungen. Grundlagen der Finanzplanung und der Optimierung der Kapitalstruktur, Systematisierung der Finanzierungsquellen und Analyse ausgewählter Finanzierungsinstrumente. Finanzmärkte in Deutschland. Grundidee, Systematisierung und Anwendung derivativer Finanzprodukte. Grundlagen finanzmathematischer Berechnungen.</p>					



### **Literatur**

Bornhofen, M. (2005/2006): Steuerlehre 1; Steuerlehre 2 und Lösungen 1/2, Wiesbaden

Wöhe: Allgemeine BWL (aktuelle Versionen)

Olfert, K. (2005): Kompakt-Training Finanzierung, Ludwigshafen

Olfert, K. (2005): Kompakt-Training Investition, Ludwigshafen

Bender, H. J. (2001): Kompakt-Training Leasing, Ludwigshafen

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript Steuerlehre

Skript Finanzierung und Investition



<b>Nr:</b> SPM 1 / 1 SPM 1 / 2*	<b>Pflichtmodul:</b> Sport und Wirtschaft - Grundlagen	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3* + 6*	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS jährlich im SS*		<b>Semesterlage:</b> 1, 2*	
		<b>Workload:</b> 360 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Hausarbeit	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 108 Std.	<b>Selbststudium:</b> 252 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Sportkern intern (Praxis)		Herr Prof. Dr. Wadsack			
Sportkern intern (Theorie)* (Vorleistung KL 60)		Herr Dr. Dyck		Vorl./Übung	2
Sportkern extern*		Herr Dr. Dyck		Vorl./Übung	4
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Sportkern intern:</u> Die Studierenden sollen ausgehend von eigenem sportlichen Handeln verstehen, was „Sport“ ist. Es geht darum, die Formen und die Binnenstruktur des Sports kennen zu lernen. Verschiedene direkt auf den Sportler bezogene Funktionsbereiche (u. a. Training, Regelsystem, Sportmedizin, Sportpsychologie, Sportethik) werden erarbeitet, so dass Problemstellungen zugeordnet werden können. Die grundlegenden Unterschiede von Individual- und Teamsport werden erarbeitet. Sie sollen den Körper als soziales Gebilde erkennen.</p>					
<p><u>Sportkern extern:</u> Die Studierenden sollen ausgehend von eigenem sportlichen Handeln die Verbindung des gesellschaftlichen Systems „Sport“ zu anderen gesellschaftlichen Bereichen erkennen. Bezugsbereiche wie Wirtschaft, Gesundheitssystem, Tourismus, Freizeit, Umweltschutz, Wissenschaft, Massenmedien und Politik werden grundlegend erarbeitet.</p>					
<p>Über die Einbindung von eigenem sportivem Handeln soll in beiden Kernfächern die Affinität zu dem Bezugsfeld des Studiengangs gestärkt bzw. entwickelt werden.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Sportkern intern:</u> Ausgehend vom Erleben der eigenen Sportaktivität im Rahmen einer Individual- oder Mannschaftssportart werden exemplarisch sportwissenschaftliche und organisationsspezifische Aspekte entwickelt: Technik, Taktik, Koordination; Methodik und Didaktik; Trainingslehre; (Anatomie, Physiologie, Biomechanik, Bewegungslehre), Sportmedizin, Coaching; Regeln, Werte, Normen (Fair Play, Solidarität, ethische Grundsätze), das Persönlichkeitsbild des Sportlers, Sportlerkarrieren (biografische Sicht); Kommunikationswege/ Interaktionen, Körpererfahrung: Fitnessstraining, Entspannung, Ernährung. Übergreifend lernen die Studierenden Grundzüge der historischen Entwicklung des Sports und die Entwicklung der Sportformen kennen.</p>					



### **Inhalte**

Sportkern extern: Am Beispiel einer Freizeit-/Fun-/Trendsportart werden die gesellschaftlichen Bezüge von sportivem Handeln erarbeitet. An Hand einer Auswahl von zentralen wirtschaftlichen, politischen, ökologischen und sozialen Themen werden wichtige gesellschaftliche Bezüge des Sportbereiches verdeutlicht. Inhalte können u. a. Marketing, Vermarktung, Medien, Sponsoring, Events, Sportstätten, Sporttourismus, Materialkunde (Sportartikelindustrie), wirtschaftliche Aspekte, Varianten, Trends, Mode, Inszenierung von Sport und Bewegung, Sportorganisationen sein. Ebenfalls ist der Transfer kultureller Werte vom Sport auf die Gesellschaft zu thematisieren: z. B. Leistungsprinzip, Schönheitsideal, Gleichheitsideal, Gesundheit, Puritanismus.

### **Literatur**

Heinemann, Klaus (1998): Einführung in die Soziologie des Sports, Schorndorf  
Dieckert, Jürgen/ Wopp, Christian (Hrsg.) (2002): Handbuch Freizeitsport, Schorndorf  
Krüger, Arnd/ Dreyer, Axel (2004): Sportmanagement, München  
Trosien, Gerhard (1999): Die Sportbranche, Frankfurt/Main

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**



<b>Nr:</b> SPM 2	<b>Pflichtmodul:</b> Spez. Rechtsfragen im Sport	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 2 + 2	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 5	
		<b>Workload:</b> 210 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 60	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 55 Std.	<b>Selbststudium:</b> 155 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Sportrecht		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorl./Übung	2
Steuerrecht im Sport		LB: Herr Dr. Cherkeh		Vorl./Übung	1
Vermarktung und Recht		Herr Prof. Dr. Wadsack LB: Herr Dr. Cherkeh		Seminar	1
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<u>Sportrecht:</u> Kenntnis der Grundlagen des Sport- und Vereinsrechts.					
<u>Steuerrecht im Sport:</u> Die Studierenden sollen grundlegende steuerrechtliche Fragen im Sport einordnen können.					
<u>Vermarktung und Recht:</u> Die Studierenden sollen die im Sport vorkommenden Vermarktungsfragen in Bezug auf ihre rechtlichen Grundlagen einordnen (Persönlichkeitsrechte, Namensrechte).					
<b>Inhalte</b>					
<u>Sportrecht:</u>					
- Vereins und Verbandsautonomie					
- Hierarchie Vereinsrecht – staatliche Rechtsquellen					
- Nationale und internationale Sportorganisationen					
- Aufbau, Struktur und Regelwerke der Sportverbände					
- Der eingetragene Verein (e.V.); Grundlagen: Gründungsvoraussetzungen, Organe, Beitritt von Mitgliedern, Haftung des Vereins					
- Sanktionsgewalt der Vereine /Verbände					
- Vereins- und Verbandsgerichtsbarkeit					
- Rechtsquellen des Sportrechts					
Vertiefungsblock:					
Salary Caps, Gehaltsbeschränkungssysteme im Profisport, Die zentrale Vermarktung der TV-Rechte im Fußballsport, Verkehrssicherungspflichten im Sport, Die Ausgliederung von Vereinen auf Kapitalgesellschaften, Der Videobeweis im Fußballsport - Rechtsfragen bei der Anwendung, Doping - verbands-, zivil- und strafrechtliche Auswirkungen, Die Transferpraxis im Profisport aus wettbewerbsrechtlicher Sicht, Sportler als Arbeitnehmer, Die Zuverlässigkeit der Befristung von Trainer- und Spielerverträgen, Vertrags- und Haftungsfragen bei Sportveranstaltungen, Rechtsfragen bei der Nominierung von Sportlern zu Wettkämpfen, Lizenzierungsverfahren im Ligasport, Athletenvereinbarungen zwischen Verband u. Sportler, Rechtsfragen bei der Vermarktung von Nationalmannschaften, Die zivil- und strafrechtliche Haftung von Sportlern und deren Rechtsschutz, Rechtliche Grenzen von Beratungs- und Vermittlungstätigkeiten im Sport, Rechtsfragen bei der Vermarktung von Individualsportlern					





## **Inhalte**

### Steuerrecht im Sport

- Gemeinnützigkeit und steuerliche Folgen, steuerlicher Umgang mit Spenden
- Grundlegende steuerliche Bereiche gemeinnütziger Organisationen (ideeller Bereich, Zweckbetrieb, wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb, Vermögensverwaltung), Grundlagen und Beispiele
  - Ausgewählte Sonderaspekte: Sportliche Veranstaltungen, Sponsoring, Verein als Arbeitgeber (auch: Profisport)

### Vermarktung:

Die Entwicklung der Rechtesituation bis zum heutigen Stand wird entwickelt. An verschiedenen Beispielen aus zentralen Bereichen der Sportvermarktung (Namensrechte für Sporteinrichtungen/Veranstaltungen, Sponsoring von Teams und Einzelathleten) wird der zentrale juristische Aspekt herausgearbeitet. Ebenfalls werden Abgrenzungsfragen z. B. zu Individual- und Verbandsrechten bearbeitet.

## **Literatur**

Lienig / Wadsack (2001): Finanzcheck für Vereine, Wien

Geckle (2001ff): Der Verein, Loseblattsammlung, Planegg

Sauer (2004): Verein und Steuern, München

Ehrke-Rabel, Tina et al. (2006): Künstler und Sportler im nationalen und internationalen Steuerrecht, Wien

Klimmer, Christian (2004): Besteuerung international tätiger Sportler in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin

## **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Folien / Skript



<b>Nr:</b> SPM 3	<b>Pflichtmodul:</b> Sportvermarktung	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 3	
		<b>Workload:</b> 270 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Hausarbeit	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> je 27 Std.	<b>Selbststudium:</b> je 63 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Sportmarketing (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
Sponsoring (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
Eventmarketing (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Sportmarketing:</u> Die Studierenden sollen ein Grundverständnis von Marketing entwickeln, sie sollen unterschiedliche Marketinginstrumente und -strategien kennen lernen sowie die Besonderheiten des Sportmarketings (Produkte, Organisationen, Märkte und Nachfrager im Sport).</p> <p><u>Sponsoring:</u> Die Studierenden sollen Einblick in den kommunikativen und kommerziellen Kontext des Sponsoring mit einem Schwerpunkt im Bereich des Sportsponsoring erhalten. Sie sollen Sponsoringstrategien erkennen und bewerten sowie Sponsoringkonzepte aus der Perspektive des Sponsors und des Gesponsorten entwickeln können.</p> <p><u>Eventmarketing:</u> Die Studierenden sollen ein Event als inszeniertes, erlebnisorientiertes, botschaftstragendes Ereignis verstehen und die kommunikativen Möglichkeiten und Grenzen des Events einschätzen lernen. Weitere Ziele sind die Anwendung von Organisationsmodellen und ein Einblick in die grundlegenden organisatorisch-technischen Anforderungen von Events.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Sportmarketing:</u> Die historische Entwicklung, die Rahmenbedingungen und das aktuelle Verständnis von Marketing werden vermittelt. Marketingplanung mit einem Schwerpunkt für den Bereich der Dienstleistungsunternehmen, Customer Relationship Management, normatives Marketing und Eventmarketing werden vertieft.</p> <p><u>Sponsoring:</u> Sponsoring als Kommunikationsinstrument, strategische Kommunikationsziele des Sponsoring, vernetztes Sponsoring, Sponsoring als systematischer Entscheidungsprozeß, Wirkungsforschung und Erfolgskontrolle im Sponsoring, Testimonials, Product Placement</p> <p><u>Eventmarketing:</u> Event als Kommunikationsinstrument, strategische Kommunikationsziele des Events, vernetzte Kommunikation, Eventkonzeption (Recherche, Budgetplanung, Zeitplanung), Risikoanalyse und Krisenmanagement, Veranstaltungstechnik (Location, Sicherheit, technische Planung, Versicherungen, Auflagen und Genehmigungen, Angebotsvergleiche), Eventcontrolling.</p>					



### **Literatur**

Freyer, W. (2003): Handbuch des Sport-Marketing, Dresden

Hermanns, A. / Riedmüller, F (Hrsg.) (2001): Management-Handbuch Sport-Marketing, München

Scheuch, F. (2002): Dienstleistungsmarketing, München

Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München

Bruhn, M. (1998): Sponsoring, Frankfurt / M.

Erber, S. (2000): Eventmarketing, Landsberg / Lech

Lohmer-Inden, T.: Die Eventkonzeption, in: Sponsors 12/99

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Folien

Folien, Skript

Folien, Skript



Nr: SPM 4	Pflichtmodul: Sport-BWL	Sprache: Deutsch		Credits: 2 + 2 + 2 + 2	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 82 Std.	Selbststudium: 158 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Betriebswirtschaftliches Management im Sport		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	2
Finanzmanagement im Sport		SP Öko		Vorl./Übung	2
Mitarbeitermanagement im Sport		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	1
Qualitätsmanagement im Sport		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	1
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Betriebswirtschaftliches Management im Sport:</u> Die Studierenden sollen die grundlegenden Besonderheiten des Sportbezuges der Dienstleistungs-BWL kennen lernen (u. a. Finanzierungs-Mix, Volunteering, Mitarbeiterstrukturen, Infrastrukturabhängigkeit) und grundsätzliche Lösungswege für Problemstellungen erarbeiten können.</p> <p><u>Finanzmanagement im Sport:</u> Besonderheiten der Finanzierung des Sport sollen den Studierenden bekannt sein. Die Studierenden sollen Finanzierungsprobleme in Sportbetrieben erkennen, analysieren und Lösungen erarbeiten können.</p> <p><u>Mitarbeitermanagement im Sport:</u> Spektrum der Mitarbeiterformen im Sport unterscheiden lernen. Kennen lernen der grundsätzlichen Inhalte und Stufen des Personalmanagement in ihrer besonderen Bedeutung für Dienstleistungsbetriebe. Besonderheiten der ehrenamtlichen Mitarbeit (Funktionäre, Volunteering bei Veranstaltungen) kennen lernen. Unterscheidung der besonderen Anforderungen in den Sportbereichen (organisierter Sport, professioneller Sport und kommerzieller Sport). Fähigkeit zur Lösung von personalwirtschaftlichen Fragestellungen.</p> <p><u>Qualitätsmanagement im Sport:</u> Die Studierenden sollen grundlegende Aspekte des Qualitätsmanagement in ausgewählten Bezügen zu Sportbetrieben kennen lernen und die Lösungsentwicklung unterstützen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Betriebswirtschaftliches Management im Sport:</u> Ausgehend von dem Grundkonzept der Dienstleistungs-BWL werden einzelne Besonderheiten aus dem Bereich des Sports und seiner spezifischen Erscheinungsformen (Vereine, Verbände, Profisportbetriebe, kommerzielle Anbieter, Sport- und Freizeitanlagen) behandelt bzw. vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschaffung: Ressourcen für Sportbetriebe, Beschaffungsmärkte und -bedingungen</li> <li>- (Vor-)Produktion: Koordinationsfunktion in Sportbetrieben, Kapazitäts- und Programmplanung</li> <li>- Endproduktion/Absatz: Besonderheiten des Absatzes in Sportbetrieben (Absatzkanäle, Ticketing)</li> </ul> <p>Ergänzend werden u. a. Fragen des Outsourcing von Leistungen und des Kooperationsmanagement thematisiert.</p>					



## Inhalte

Finanzmanagement im Sport: Herausarbeiten der Besonderheiten der Finanzierungsaufgabe in verschiedenen Betriebstypen des Sports: Finanzierungsquellen und Anforderungen zu ihrer Erschließung für Investitionen bzw. Betrieb, Rechnungslegung und Controlling.

- Vereine/Verbände: u. a. Hauptquellen der Finanzierung, Abhängigkeit von öffentlichen Haushalten (u. a. kameralistisches Wirtschaften), Ansätze zur Erwirtschaftung von Einnahmen, Rolle der Gemeinnützigkeit, Finanzierungsziele und –konzeption.
- Profisport-Unternehmen: u. a. Hauptquellen der Finanzierung, Verzahnung mit sportlichem Geschehen, Auswirkungen der Rechtsformentscheidung, Controlling, Finanzierungsziele und –konzeption.
- Kommerzieller Sportbetrieb: u. a. Hauptquellen der Finanzierung, Finanzierungs-konzeption, Auswirkungen der Rechtsformentscheidung.
- Hinzu kommen die Finanzierungsanforderungen aus der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen (Eventfinanzierung).
- Als Weiterführung des Controllingkonzeptes im Sport werden Risk-Management und Balanced Scorecard thematisiert.
- Fallbeispiele dienen zur Vertiefung einzelner Schwerpunktthemen.

Mitarbeitermanagement im Sport: Thematisierung des klassischen und spezifischen Personalmanagement im Zusammenhang mit Sportorganisationen und den verschiedenen Einsatzbereichen (u. a. Sportbetrieb, Führung/ Verwaltung).

Die verschiedenen Bindungsformen für Mitarbeiter werden herausgearbeitet und in ihren Rechten und Pflichten sowie den Anforderungen für das Personalmanagement erläutert.

Die grundlegenden Anforderungen der klassischen Mitarbeiterformen (Angestellte, Minijob, Honorarkräfte) sind im Hinblick auf ihre Anforderungen für das Mitarbeitermanagement (Bezahlung, Sozialversicherung, Recht, Pflichten) zu charakterisieren.

Als Besonderheit verschiedener Bereiche des Sports (Vereine, Verbände, Großveranstaltungen, Profisport-Unternehmen) ist die Freiwilligenarbeit bzw. die ehrenamtliche Arbeit in ihren Besonderheiten zu diskutieren. Dazu zählen auch die Besonderheiten der Zusammenarbeit von unbezahlten und bezahlten Mitarbeitern.

Als weitere Besonderheit ist die Gruppe der Profi-Sportler in ihren grundlegenden Anforderungen für das Mitarbeitermanagement zu betrachten.

Zentrale Funktion der Mitarbeitermotivation herausarbeiten und Handlungsmöglichkeiten für die Organisationsführung thematisieren.

Die komplexe Verknüpfung verschiedener Bindungsformen (v. a. bezahlte, unbezahlte Mitarbeiter, Aushilfskräfte, Honorarkräfte) ist im Hinblick auf ihre Auswirkungen für die Organisation und die Anforderungen an die Mitarbeiterführung zu erörtern.

Lösungsmöglichkeiten und Formen für Fragestellungen in Sportorganisationen erörtern.

Qualitätsmanagement: Ausgangspunkt sind die Grundformen des Qualitätsmanagement (Teilqualitäten, Total Quality Management) und die Grundgedanken des Qualitätsmanagement (Qualitätssicherung, Qualitätsentwicklung). Anhand von einzelnen Beispielen aus verschiedenen Bereichen des Sports werden Einsatzbereiche, Einsatzbedingungen und sportspezifische Besonderheiten thematisiert.



### **Literatur**

Galli (2002): Sportmanagement, München

Hammann, Peter u. a. (2004): Ökonomie des Fußballs: Grundlegungen aus volks- und betriebswirtschaftlicher Perspektive, Wiesbaden

Wadsack/ Lienig (2000): Finanzcheck Verein, Frankfurt a. M.

Wadsack/ Lienig (2007 geplant): Betriebswirtschaftliche Einführung Teilnehmer- und Zuschauersport, Frankfurt

Zieschang, Klaus/ Klimmer, Christian (2004): Unternehmensführung im Profifußball: Symbiose von Sport, Wirtschaft und Recht, Berlin

Wadsack (2005): Ehrenamtliche Mitarbeit attraktiv gestalten, Planegg

Wadsack (2007): Mitarbeit im Verein – Vielfalt nutzen, in: Geckle (Hrsg.): Der Verein, Planegg

Bruhn (2004): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, 5., verb. Aufl., Berlin u.a.

Wadsack (2007 in Vorbereitung): Qualitätsmanagement in Vereinen und Verbänden, in: Horch et al (2007): Qualitätsmanagement im Sport, Dokumentation Sportökonomie-Kongress Köln, Köln

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript Finanzmanagement im Sport

Skript Personalmanagement im Sport



<b>Nr:</b> SPM 5	<b>Pflichtmodul:</b> Projektmanagement	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 2 + 2	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS		<b>Semesterlage:</b> 4	
		<b>Workload:</b> 120 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Projektbericht	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 41 Std.	<b>Selbststudium:</b> 79 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Projektmanagement - Grundlagen		Prof. Dr. Wadsack		Vorlesung	1
Praxis		Frau Roberg		Projekt	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Grundlagen:</u> Die Studenten sollen die grundsätzliche Systematik des Projektmanagement mit dem Schwerpunkt auf Dienstleistungsprojekte kennen lernen und anwenden können.</p> <p><u>Praxis:</u> Die Studenten sollen die theoretischen Kenntnisse zum Projektmanagement in Verbindung mit einem externen Auftraggeber anwenden und durch die reflektierende Aufarbeitung vertiefen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Grundlagen:</u> Merkmale von Projekten und Besonderheiten von Dienstleistungsprojekten und das Grundverständnis von Projektauftrag, -auftraggeber und -auftragnehmer werden heraus gearbeitet. Schritte des Projektmanagement werden in ihren wesentlichen Komponenten vorgestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Projektakquisition (u. a. Stufen der Projektakquisition, Preisgestaltung, Projektvertrag)</li><li>- Projektkonzept (u. a. Zielformulierung, Arbeitsphasen)</li><li>- Projektplanung (u. a. Planungsmethoden, Zeit-/Kostenplanung)</li><li>- Projektteam (u. a. Projektstart, Teambildung, Motivation)</li><li>- Rolle des Projektleiters</li><li>- Projektcontrolling</li><li>- Projektabschluss (u. a. Berichterstattung, Präsentation, Abschlussarbeiten)</li><li>- Behandlung von Projektkrisen</li></ul> <p>Verknüpfung mit Praxisprojekt</p> <p><u>Praxis:</u> Für die Studierenden werden verschiedene Praxisprojekte (i. d. R. für jeweils 5 Studierende) durch externe Partner (z. B. Sportbetriebe, Kommunen) angeboten. Diese können sich auf verschiedene Bereiche des Sportmanagement beziehen.</p> <p>Die Bearbeitung der Projekte ist von den Studierenden selbstständig zu leisten. Die Organisation der Projektgruppe und die Verteilung der Aufgaben bildet den Ausgangspunkt. Arbeitsprogramm, Projektplanung und -durchführung sind im Rahmen des Semesters zu erbringen. Die weitere Zusammenarbeit mit dem externen Auftraggeber erfolgt in der Regel durch die Studierenden bis einschließlich der Abschlusspräsentation und ggf. erforderlicher Nacharbeiten. Die Projektarbeit wird mit dem Dozenten wöchentlich und bei Bedarf häufiger abgestimmt und eine Rückmeldung gegeben. Bei Projektproblemen oder -krisen die von den Studierenden nicht alleine bewältigt werden können, schaltet sich der Dozent in die Abstimmung mit dem Auftraggeber ein.</p> <p>Das Praxisprojekt ist bis zum Ende zu bearbeiten und zu dokumentieren.</p>					



### **Literatur**

Diethelm (2000): Projektmanagement, Band 1: Grundlagen, Herne/Berlin

Kupper (1996): Zur Kunst der Projektsteuerung, 8. Aufl., München u. a.

Jossé (2000): Projektmanagement – aber locker!, Hamburg

Steinle et al. (Hrsg.) (1998): Projektmanagement. Instrument effizienter Dienstleistung, 2. Auflage, Frankfurt

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript (Projektmanagement)





Nr: SPM 6	Pflichtmodul: Sport in der Gesellschaft	Sprache: Deutsch		Credits: 2 + 3 + 2	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Workload: 210 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
Präsenz: 55 Std.		Selbststudium: 155 Std.			
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Sportsoziologie		Herr Dr. Dyck		Seminar	1
Sportökonomie		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Interkulturelles Sportmanagement		SP/K		Seminar	1
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Sportsoziologie:</u> Die Studierenden sollen erkennen, wie sich die Pluralisierung der Gesellschaft auf das Subsystem Sport auswirkt. Es soll deutlich werden, dass Attribute wie Risiko, Abenteuer und Spannung ebenso in ein neues Sportverständnis einfließen wie Körpererfahrung, Kommunikation, Ästhetik, Fitness und Entspannung. Die Teilnehmer erfahren, dass die „Versportlichung“ des Alltags, die von Angebot und Nachfrage bestimmt wird, sich ebenso auf individuelle Lebensentwürfe und Lebensstile auswirkt, wie auf Umsatzzahlen der Sportartikelindustrie. Sie sollen ein allgemein soziologisches Verständnis entwickeln. Die Teilnehmer sollen moralische Vorstellungen, die mit dem Sport in Verbindung gebracht werden, kritisch hinterfragen und in eigenen Recherchen dokumentieren können.</p> <p><u>Sportökonomie:</u> Die Studierenden sollen die grundlegenden Bezüge des Sportbereiches als Bestandteil der Volkswirtschaft erkennen. Dazu zählt die wirtschaftliche Bedeutung des Sportbereiches einschätzen zu können. Die Systematik der volkswirtschaftlichen Wirkungsanalyse soll den Studierenden in ihrer Systematik und Problematik bekannt sein.</p> <p><u>Interkulturelles Sportmanagement:</u> In Kooperation mit ausländischen Hochschulen sollen die Studierenden Organisationsformen und die Bedeutung des Sports und des Sportmanagements exemplarisch in verschiedenen Kulturkreisen kennen lernen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Sportsoziologie:</u> Ausgewählte Themen der Sportsoziologie: Gesellschaftliche Entwicklungsmodelle, Problembereiche moderner Gesellschaften, Gesellschaftsformen (Postmoderne, Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft, Zivilgesellschaft), Gesamtgesellschaftliche Veränderungen und Folgen für den Sport. Sportmodelle, Sportverständnis (Spitzen-, Breiten-, Freizeit-, Alternativsport, funktioneller Sport) Auswirkungen einer wachsenden Institutionalisierung des Sports auf die Protagonisten Sportler/ Trainer, Schüler/ Lehrer, Kindergartenkind/ Erzieher, Kinder/ Eltern Sport in den Institutionen: Verein, Schule, Hochschule, kommerzielle Einrichtungen Freizeit und Sport, die Rolle der Zuschauer Sozialarbeit und Sport, bürgerschaftl. Engagement, Integration von Randgruppen, Sport in der Jugendarbeit</p>					



### **Inhalte**

Sportökonomie: Darstellung des Sportsektors als Bestandteil der Volkswirtschaft und Herausarbeitung der wirtschaftlichen Bedeutung. Abriss über die beiden zentralen Ermittlungsformen der wirtschaftlichen Bedeutung des Sports.

An einem exemplarischen Beispiel werden der Aufbau und die Aussagen einer wirtschaftlichen Wirkungsanalyse im Sport (z. B. Sportanlagenbau, Sportgroßveranstaltungen) vorgestellt und diskutiert. Die berücksichtigten wirtschaftlichen Wirkungen (direkt, indirekt) und die Abbildung des Wirkungszusammenhanges (v. a. Multiplikatoreffekt) werden näher betrachtet. Die in eine Wirkungsanalyse eingehenden Annahmen werden heraus gearbeitet und in ihrer Bedeutung für die Wirkungsanalyse diskutiert.

Interkulturelles Sportmanagement: Kulturwissenschaftliche Grundlagen von Sport, Bewegung, Kulturgeschichte;

Kultur- und Sportmanagement in den Bereichen Sport und Literatur, Kunst, Tanz, Theater, Film, Musik internationale Sportorganisationen, Unternehmenskultur, Ligenmanagement, Sportmedien, Vermarktung des Sports, Eventmanagement, traditionelle Sportarten/ Trendsport, Globalisierung und Sportkultur

### **Literatur**

Heinemann, K. (1998): Einführung in die Soziologie des Sports, Schorndorf

Cachay/ Thiel (2000): Soziologie des Sports- Zur Ausdifferenzierung und Entwicklungsdynamik des Sports der modernen Gesellschaft, München

Weber, W./ Rahmann (1998): Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, Köln

Meyer, B./ Ahlert, G. (2000): Die ökonomischen Perspektiven des Sports: eine empirische Analyse für die Bundesrepublik Deutschland, Schorndorf

Bilan, Ch. (1999): Die Rolle des Bewegungsspiels im internationalen Vergleich, Stuttgart

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Empirische Untersuchungen der Studierenden in einigen der erwähnten Handlungsfelder

Skript: Soziologie

Skript: Sportökonomie

Skript: Interkulturelles Sportmanagement



<b>Nr:</b> SPM 7	<b>Pflichtmodul:</b> Wahlpflichtfach (2 aus 4 sind zu wählen)	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 5	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS		<b>Semesterlage:</b> 4	
		<b>Workload:</b> 150 Std.		<b>Prüfungsform:</b> je KL 60	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 54 Std.	<b>Selbststudium:</b> 96 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Trends im Sport		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	2
Sport und Gesundheit		N.N. (Mitarb.)		Seminar	2
Facility Management		Frau Roberg		Vorl./Übung	2
Existenzgründung		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorl./Übung	2
		Sp Öko			
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Trends im Sport:</u> - Trendsport- von der Invention bis zur Marktsättigung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kriterien für die Definition von Trendsport entwickeln und anwenden</li> <li>- Zielgruppenanalysen</li> <li>- Bewegungserfahrung in den unterschiedlichsten Bereichen</li> <li>- Selbständige Entwicklung neuer Trends</li> <li>- Zuschauer- und Teilnehmersporttrends differenziert betrachten</li> </ul>					
<p><u>Sport und Gesundheit:</u> - Sport, Bewegung und physische/psychische Gesundheit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärkung der Gesundheitsressourcen: physische Belastung und Adaption (Ausdauer, Kraft, Koordination), emotionale, motivationale, kognitive und soziale Gesundheitsressourcen</li> </ul>					
<p><u>Facility Management:</u> Die Studierenden sollen das Themenfeld des Facility Management in Grundzügen strukturiert kennen lernen.</p> <p>Die Verschiedenartigkeit der Sport- und Freizeitimobilien, die besonderen Herausforderungen und die Bedeutung für den Sport sollen erkannt werden.</p>					
<p><u>Existenzgründung:</u> Die Studierenden sollen die wesentlichen Schritte eines Existenzgründungsprozesses und die damit verbundene Vorgehensweisen kennenlernen. Typische Problemstellungen sind zu erkennen und zu bearbeiten.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Trends im Sport:</u> Definitionen: Mode, Trend, Trendsport</p> <p>Die Entstehung und Merkmale von Trendsportarten; Trends im Sport; die ökonomische Entwicklung von Trendsportarten (Produktlebenszyklus), die soziokulturelle Entwicklung, Sportstättenentwicklung</p> <p>Trendsportarten exemplarisch in Theorie und Praxis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Streetball als jugendkulturelle Bewegungsform</li> <li>- Neue Trends im Fitnesssport am Beispiel des Anbieters ELIXIA</li> <li>- Wakeboarding (Praxis) am Beispiel der Wasserskiseilbahn am Salzgittersee (Rahmenbedingungen für den Sportstättenbetrieb)</li> <li>- Trendsport in einem Großverein (Theorie und Praxis am Beispiel Eintracht Hildesheim)</li> <li>- Golf als Trendsport/ Freizeitsport</li> <li>- Baseball, American Football</li> <li>- Beachsport (Volleyball, Badminton, Fuß-, Basket-, Handball)</li> </ul> <p>Exkursion zu einer Trendsport-Facility</p>					



## **Inhalte**

Sport und Gesundheit: Definitionen: Sport, Gesundheit, Gesundheitsförderung, Gesundheitsbewusstsein, Patho-, Salutogenese

Der Gesundheitsmarkt, das Gesundheitswesen (national und international)

Zivilisationskrankheiten, Risiko- und Stressfaktoren, Prävention, Rehabilitation, Gesundheitsorient. Sport

Nachfrager, Zielgruppen (Kinder und Jugendliche, Erwachsene, Senioren)

Anbieter: Vereine, kommerzielle Anbieter, Kindergarten, Schule, Krankenkassen, Kommunen,

Sport als Element des Gesundheitsmanagements in Unternehmen

Grundbegriffe des betrieblichen Gesundheitsmanagements

Qualitätsmanagement („Sport pro Gesundheit“)

- Projekte/ Programme/ Beispiele

Leistungsdiagnostik

Ernährung: Gesundheitsorientierte Sportangebote (Fitnesstraining, Körperwahrnehmung und Entspannung, funktionelle Gymnastik, Rückenschule, Ausdauersport)

Facility Management: Übersicht und Typisierung der verschiedenen Sport- und Freizeitimobilien und ihr Bezug zum Sportmanagement.

Einführende Thematisierung der verschiedenen Bezugs- und Managementbereiche im Facility Management in den Phasen Konzeption und Bau sowie Betrieb einer Sport-/Freizeitimobilie.

- Betriebskonzept

- Energiekonzept

Die unterschiedlichen Formen der Trägerschaft (privat, öffentlich) und die daraus folgenden Bedingungen für das Management werden erarbeitet. Exemplarische Vertiefung im Rahmen einer Exkursion und Nachbearbeitung der Exkursion zur Reflektion der gewonnen Informationen.

Existenzgründung: Entlang eines Fallbeispiels werden die wesentlichen Schritte einer Existenzgründung von der Ideenfindung über die Erstellung eines Business-Planes bis hin zum Start des Unternehmens erarbeitet. Finanzierungs- und weitere Unterstützungsmöglichkeiten werden vorgestellt.

## **Literatur**

Lambrecht, Stamm (2002): Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz, Zürich

Bös/ Brehm (Hrsg.) (1998): Gesundheitssport- ein Handbuch, Schorndorf

Ulich/ Wülser (2004): Gesundheitsmanagement in Unternehmen, Wiesbaden

Fried (2005): Managing Sport facilities, Champaign/Ill.

Albach, Horst (2003): Von der Gründung bis zur Insolvenz: Erfahrungen von Start-up-Unternehmen, Wiesbaden

Collrepp, Friedrich von (2000): Handbuch Existenzgründung, 3. Auflage, Stuttgart

## **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**



<b>Nr:</b> SPM 8	<b>Pflichtmodul:</b> Spezielle Sportmärkte	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3 + 3 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 5	
		<b>Workload:</b> 360 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 90	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 108 Std.	<b>Selbststudium:</b> 252 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Sport und Medien		SP/K		Seminar	2
Sportartikelindustrie		SP/K		Vorlesung	2
Sporttourismus		Frau Prof. Dr. Kissling		Vorl./Übung	2
Sportstättenvermarktung		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorl./Übung	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Sport und Medien:</u> Die Studierenden sollen die Beziehung zwischen Sport, Medien und Vermarktung erkennen, den Umgang mit den Medien lernen und ihre Wirkung kritisch hinterfragen.</p> <p><u>Sportartikelindustrie:</u> Die Studierenden sollen das Marktpotenzial, die Wettbewerbssituation, die Marktteilnehmer und deren Produktpalette und Marketingstrategien analysieren und einschätzen lernen. Sie lernen die Möglichkeiten der Globalisierung für die Sportartikelindustrie kennen.</p> <p><u>Sporttourismus:</u> Die Studierenden sollen nach der gemeinsamen Erarbeitung der theoretischen Grundlagen exemplarisch das Gebiet Sporttourismus in folgenden Bereichen untersuchen, in Referaten präsentieren und in Hausarbeiten dokumentieren: Sportarten/ -angebote, Destinationsmanagement, Sportevents und Sportreiseveranstalter.</p> <p><u>Sportstättenvermarktung:</u> Sportstätten sind als Sonderimmobilien speziellen Refinanzierungsproblemen unterworfen. Diese sollen den Studierenden bekannt sein und sie sollen sich konstruktiv mit diesen Themen auseinandersetzen können.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Sport und Medien:</u> Ausgewählte Themen aus den Bereichen: Grundlagen der Kommunikationsforschung, Kommunikationsmodelle, die Rolle der Massenmedien in der heutigen Gesellschaft, der Einfluss der Massenmedien auf den Sport          Mediensportwirklichkeit: Wirklichkeitskonstruktionen durch Massenkommunikation, Massenkommunikation und Inszenierung          Sport in den Medien (Geschichte, Entwicklung, Tendenzen): Fernsehen, Hörfunk, Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher), Internet          Verwertung von Sportübertragungsrechten          Sportjournalismus          Der Umgang mit den Medien (Öffentlichkeitsarbeit)</p> <p><u>Sportartikelindustrie:</u> Marktpotenzial, Produktpotenzial, Produktpalette (direkte und indirekte Sportprodukte, Plattform-Produkte), Marketingkonzepte, Handelsstruktur, Vertriebsstrategien, Absatzmärkte, Globalisierung</p>					



## **Inhalte**

Sporttourismus: Einführung in die Tourismuswissenschaft: Geschichte und Entstehung des Tourismus, (Sport-) Tourismusnachfrage: Freizeitverhalten, Psychologische Aspekte  
Definitionen, Grundlagen des Sporttourismus: Sport, Tourismus, Sporttourismus/ Sporturlaub  
Grundlagen der Tourismusökonomie: der touristische Markt, kulturelle, ökologische Aspekte  
Sporttourismusanbieter und ihre Produkte: Sportreiseveranstalter, Verkehrsträger, Beherbergungsbetriebe, Destinationen („künstliche Welten“, Sportevents)  
Entwicklungen und Trends im Sporttourismus: tourismusrelevante Sportarten, Berufsfelder  
Trends

Sportstättenvermarktung: Aufzeigen der wirtschaftlichen Grundlagen des Betriebes von Sportimmobilien an einigen exemplarischen Beispielen, z. B. Fußball-Arena, Multifunktionshalle.  
Exemplarisches Aufzeigen von Finanzierungskonzepten für Sportimmobilien, u. a. mit dem Zusammenspiel von Investitions- und Betriebsgesellschaft und ihrer wirtschaftlichen Beziehungen.  
Vorstellen der wesentlichen Finanzierungsquellen und Grundlagen der damit verbundenen Finanzierungsmöglichkeiten (v. a. Öffentliche Mittel, Mieteinnahmen, Lizenzierung von Servicebereichen, Naming Rights).  
Rolle und Aufgaben der Betriebsgesellschaft.

## **Literatur**

Trosien, G./ Dinkel (Hrsg.) (1999): Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?, Aachen  
Horky (2001): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation, Jesteburg  
Scharenberg/ Krüger (2004): Die Sportmedien und ihr Einfluss auf den Sport, in: Krüger/ Dreyer: Sportmanagement, München  
Becker, J. (2002): Marketing-Konzeption, Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Management, München  
Ott, H. (2002): Der Sportartikelmarkt in Deutschland, Berlin  
Trosien, Gerhard (1999): Die Sportbranche: Wachstum, Wettbewerb, Wirtschaftlichkeit, 2. aktual. Aufl., Frankfurt/M.  
Dreyer, Krüger (Hrsg.) (1995): Sporttourismus, München  
Dreyer (Hrsg.) (2002): Tourismus und Sport, Wiesbaden  
Trosien, Dinkel (2001): Sport-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, Butzbach-Griedel  
Standaven, de Knop (1999): Sporttourism, Champaign  
Opaschowski (2002): Tourismus- eine systematische Einführung, Opladen  
Vornholz (2005): Finanzierung von Sport- und Freizeitanlagen, Schorndorf

## **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript: Medien  
Videos, Zeitungen, Internet  
Skript: Sportstätten Vermarktung



<b>Nr:</b> SPM 9 / 1 SPM 9 / 2*	<b>Pflichtmodul:</b> Fachtagung	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 2 + 5*	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS jährlich im WS*		<b>Semesterlage:</b> 4, 5*	
		<b>Workload:</b> 210 Std.		<b>Prüfungsform:</b> Projektbericht	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 68 Std.	<b>Selbststudium:</b> 142 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Veranstaltungsmanagement (Theorie)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	1
Veranstaltungsmanagement (Praxis)*		Herr Prof. Dr. Müller		Projekt	4
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
Die Studierenden sollen die Instrumentarien des Veranstaltungsmanagements in ihrer theoretischen Funktion und in der praktischen Anwendung kennen lernen. Die konkrete Planung und Durchführung der Fachtagung bildet dazu den Rahmen.					
<b>Inhalte</b>					
Veranstaltungsmanagement wird als konkreter, gestalteter und dokumentierter Prozess erlebt. Netzplantechnik, Methoden der Zeiteffizienz, Kostenkalkulation, Entwicklung von Sponsoringmodulen und ihre Vermarktung, Locationmanagement, Catering, die Rolle des Projektleiters werden von den Studierenden in einem konkreten Verwendungsrahmen erprobt. Die gesammelten Erfahrungen werden dokumentiert und kritisch reflektiert.					
<b>Literatur</b>					
Boy, J./ Dudek, Chr./ Kuschel, S. (2000): Projektmanagement, Offenbach Fircks von, A. (1999): Veranstaltungen perfekt organisieren, Berlin Steinbuch, P.A. (2000): Projektorganisation und Projektmanagement, Ludwigshafen					
<b>Arbeits- und Unterrichtsmaterialien</b>					
Folien, Skript					



<b>Nr:</b> SPM 10a	<b>Pflichtmodul:</b> Vertiefung: Sportanbieter / Teilnehmersport	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 5	
		<b>Workload:</b> 180 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 90	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 54 Std.	<b>Selbststudium:</b> 126 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Kommerzielle Sportanbieter / Fitness (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	2
Vereine / Verbände (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Wadsack		Seminar	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p><u>Kommerzielle Sportanbieter / Fitness:</u> Die Studierenden sollen die Vielfalt der kommerziellen Sportangebote und ihrer spezifischen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen erkennen und einordnen können. Der Fitnessbereich ist ein wesentliches Segment des Teilnehmersportes, der von den Studierenden in seiner Struktur, den Entwicklungsbedingungen und der Entwicklungsdynamik gekannt werden soll.</p> <p><u>Vereine / Verbände:</u> Die Studierenden sollen den Bereich der Vereine und Verbände des Sports in seiner Weite und Strukturierung kennen lernen und mit den besonderen betriebswirtschaftlichen Anforderungen der gemeinnützigen Sportorganisationen umgehen können.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><u>Kommerzielle Sportanbieter / Fitness:</u> Die kommerziellen Sportangebote erstrecken sich einerseits auf den Teilnehmersport (klassisch: Fitness- und Wellnesseinrichtungen) sowie die Anlagengestaltung (z. B. Tennishallen, Skihallen, Bäder). Das Spektrum der kommerziellen Sportangebote wird den Studierenden von der historischen Entwicklung, der Marktsituation und den betriebswirtschaftlichen Bedingungen her verdeutlicht und in Bezug auf die kommerzielle Orientierung analysiert. An Beispielen werden die Schlüsselthemen Angebots- und Dienstleistungskonzept, wirtschaftliche Betriebsführung, Attraktivierung und Managementaufgaben thematisiert. Übersicht zu dem Fitnessmarkt in Deutschland (Themen und Anbieter bzw. Anbieterstruktur). Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Führung von Fitnessseinrichtungen. Im Rahmen einer Exkursion werden die erarbeiteten Themen an Hand von einzelnen kommerziellen Sportangeboten exemplarisch vertieft.</p> <p><u>Vereine / Verbände:</u> Übersicht über das Spektrum der Vereine und Verbände und ihrer besonderen Aufgaben. Besonderheiten der Führung von Sportorganisationen, insbesondere Beruflichkeit/Ehrenamtlichkeit, Gremienarbeit, Organisationspolitik. Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Anforderungen der Vereine und Verbände (u. a. strategische Entwicklung, Leitbildprozess, Finanzierung) Auseinandersetzung mit Vereinen und Verbänden des Sports als beruflichem Arbeitsfeld.</p>					





### **Literatur**

Machens (1998): Bäderbetriebswirtschaft, Werne

Trosien, Gerhard (1999): Die Sportbranche: Wachstum, Wettbewerb, Wirtschaftlichkeit, 2. aktual. Aufl., Frankfurt/M.

Wadsack (2000): Finanzmanagement in Verein und Verband, Berlin/Köln

Wadsack (2007): Sportmanagement im Zuschauer- und Teilnehmersport, eine betriebswirtschaftliche Einführung

### **Arbeits- und Unterrichtsmaterialien**

Skript: Kommerzielle Anbieter



<b>Nr:</b> SPM 10b	<b>Pflichtmodul:</b> Vertiefung: Sportvermarktung / Zuschauersport	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 3 + 3	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im WS		<b>Semesterlage:</b> 5	
		<b>Workload:</b> 180 Std.		<b>Prüfungsform:</b> KL 90	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 54 Std.	<b>Selbststudium:</b> 126 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Vermarktung von Profisport (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
Arbeit in Agenturen (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
<p>Die Studierenden sollen die spezifischen Arbeits- und Organisationsbedingungen des Profisports kennen lernen und sich mit möglichen Arbeitsfeldern des Sportmanagements auseinandersetzen.</p> <p>Die Studierenden sollen den Aufbau und die betrieblichen Abläufe in Agenturen kennen lernen. Die Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements und die Entwicklung eines Qualitätsmanagements für Dienstleistungsunternehmen bilden die Schwerpunkte der Veranstaltung.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Politische, mediale, wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Profitorientierung-Nutzenmaximierung, Produktionsstrukturen (Höchstleistung-Entertainment, Team-Meisterschaft-int. Wettbewerb), Personalstrukturen, Entscheidungsstrukturen, Finanzstrukturen, Anspruchsgruppen (Zuschauer, Dienstleistungskunden, Vermarkter, Sponsoren, Medien, Staat, Liga/Lizenzgeber, Verband - weltweit, europaweit, national) Vermarktungspotenziale und -strategien</p> <p>Aufbau von Agenturen, Agenturgründung, Kundenfindung, Kundenbindung, Konzeptentwicklung, Dienstleistungsqualität, Qualitätsmanagementsystem</p>					
<b>Literatur</b>					
<p>Bruhn, M. (2003): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Berlin Haller, S. (2001): Dienstleistungsmanagement: Grundlagen-Konzepte-Instrumente, Wiesbaden Galli, A. u.a. (2002): Controlling im Profi-Sport, München Schäfer, St. (2002): Event-Marketing, Berlin Straub, W.: Marketing im Profifußball. in: Leitfaden Sponsoring und Event-Marketing 10/1997</p>					
<b>Arbeits- und Unterrichtsmaterialien</b>					
<p>Folien Folien, Skript</p>					



<b>Nr:</b> SPM 11	<b>Pflichtmodul:</b> Betreute Praxisphase mit Bachelorarbeit und Kolloquium	<b>Sprache:</b> Deutsch		<b>Credits:</b> 30 (18* + 12)	
		<b>Häufigkeit:</b> jährlich im SS		<b>Semesterlage:</b> 6	
		<b>Workload:</b> 900 Std.		<b>Prüfungsform:</b> BA	
	<b>Voraussetzung für die Teilnahme:</b> keine	<b>Präsenz:</b> 0 Std..	<b>Selbststudium:</b> 900 Std.		
<b>Veranstaltungen</b>		<b>Dozent / Dozententeam (verantwortlich)</b>		<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Umfang (SWS)</b>
Betreute Praxisphase*		Betreuender Dozent		B	-
Bachelorarbeit und Kolloquium		Betreuender Dozent		B	-
<b>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</b>					
Mit ihrer Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Problem-/Aufgabenstellung aus ihrer Fachrichtung, die von einem Betreuer(in) / Erstprüfer(in) nach Absprache mit dem Studierenden formuliert wird, selbständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können. Das genaue Verfahren dazu regelt die Prüfungsordnung.					
<b>Inhalte</b>					
Die jeweilige Problem-/Aufgabenstellung.					
Die betreute Praxisphasen werden in aller Regel so gestaltet, dass die Studierenden an einem Projekt in der Praxisstelle mitarbeiten bzw. in diesem Rahmen ein in sich abgeschlossenes Teilprojekt erhalten. Neben der allgemeinen Orientierung in dem Unternehmen / in der Praxisstelle bzw. der Einrichtung einer Arbeitsumgebung, verwenden die Studierenden die erste Zeit des Praxissemesters darauf, sich einzuarbeiten. In aller Regel wird aus der von der Praxisstelle gestellten Problem-/Aufgabenstellung das eigentliche Thema für die Bachelorarbeit in Abstimmung mit dem Betreuer der Hochschule abgeleitet. Nach der offiziellen Ausgabe des Themas durch den Prüfungsausschuss ist die eigentliche Erstellung der Bachelorarbeit ein kontinuierlicher Prozess, der in aller Regel während des Praxissemesters (im letzten Drittel) begonnen wird und nach Beendigung intensiviert wird. Die Betreuung der betreuten Praxisphase und die Betreuung der Bachelorarbeit erfolgt i. d. R. durch denselben Betreuer.					
Da die Bachelorarbeit während der Praxisphase begonnen werden soll, drücken die Credits eine anteilige Wertung von Praxisphase und Bachelorarbeit aus.					
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>					
Die Bedingungen zum Beginnen der Bachelorarbeit werden durch die Prüfungsordnung und deren ergänzender Beschlüsse des Prüfungsausschusses geregelt.					
<b>Literatur und Arbeitsmaterialien</b>					
Die jeweils relevanten Literaturquellen und Arbeitsmaterialien.					