

Modulgruppe	<b>Kompetenzfeld Sportmarketing</b>	
Name des Moduls	<b>WM 10.X.1 Sportmarketing &amp; Sport Media Management</b>	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Sportmarketing (Sport und Markt, Sportkonjunktur &amp; gesellschaftliche Entwicklung, Professionalisierung des Sportmarketings, Digitalisierung)</li> <li>- Marketingmanagement im Sportler- &amp; Zuschauermarkt</li> <li>- Analyse, Planung &amp; Durchführung</li> <li>- Markenmanagement im Sport</li> <li>- Medienmanagement im Sportkontext</li> <li>- Kommunikationskanäle im Sport</li> <li>- New Media, Mobile Media &amp; Social Media im Sport</li> <li>- ESport-Marketing (Grundlagen, Potenziale, Strategie, Sponsoring)</li> </ul>	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des Sportmarketings und können das Marketinginstrumentarium auf die verschiedenen Sportmärkte anwenden. Sie verstehen die Bedeutung des Medienmanagements für den Sportkontext und sind in der Lage die Adressaten des Kommunikationsprozesses zu identifizieren, Strategien zu entwickeln und die entsprechenden Kanäle in der Innen- und Außenkombination situationsgerecht einzusetzen.</p> <p>Die Studierenden sind sich der zunehmenden Bedeutung und der Besonderheiten des ESport-Markts bewusst und können (Kommunikations-) Strategien für Markteinführungen, Brand Fits und zielgruppenorientiertes Sponsoring – auch im internationalen Kontext – entwickeln.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur 120 Minuten	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Byon, Kevin/Yim, Brian/Zhang, James: Marketing analysis in sport business: global perspectives, London 2023.</li> <li>- Ennis, Sean: Sports marketing: a global approach to theory and practice, Cham 2020.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informations Resources Management Association: Sports media, marketing and management: breakthroughs in research and practice, Hershey 2018.</li> <li>- Scholz, Tobias: e-Sports in media management, St. Gallen 2020.</li> <li>- Torres-Toukoumidis, Angel: Esports and the media: challenges and expectations in a multi, London 2022.</li> </ul> <p>Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>
Modulverantwortlich	N.N.

Modulgruppe	<b>Kompetenzfeld Sportmarketing</b>	
Name des Moduls	<b>WM 10.X.2 Sporteventmarketing</b>	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportevents im nationalen und internationalen Kontext</li> <li>- Planung von Sportevents (Situationsanalyse, Ziele, Zielgruppen, Strategien, Maßnahmen, Budget, Nachhaltigkeit)</li> <li>- Sponsoring</li> <li>- Kommunikation (Klassische Medien, Digitale Medien)</li> <li>- Eventmarketing</li> <li>- Eventinszenierung &amp; -realisierung (Briefing, kreative Idee, Konzeption, Organisation, Technik)</li> <li>- Risikoanalyse &amp; Krisenmanagement</li> <li>- Eventcontrolling (Wirkungs-, Ablaufs- &amp; Erfolgskontrolle)</li> <li>- Besonderheiten und Herausforderungen von ESport-Events</li> </ul>	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden können die Bedeutung von Sportevents in der Gesellschaft beurteilen und die Herausforderungen, die künftig an (internationale) Sportevents – auch vom Nachhaltigkeitsstandpunkt – gestellt werden, darstellen.</p> <p>Sie sind in der Lage, ein Sportevent als inszeniertes, erlebnisorientiertes, botschafttragendes Ereignis zu verstehen und die kommunikativen Möglichkeiten und Grenzen des Events einschätzen. Sie sollen den Eventmanagementprozess mit der Planung/Konzeption des Events, der konkreten Inszenierung und Realisierung, sowie die Grundlagen von Risikoanalyse und Krisenmanagement sowie des Eventcontrollings – auch mit Unterstützung neuer digitaler Hilfsmittel – beherrschen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“, wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Portfolio-Prüfung	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jäger, Dieter: Grundwissen Eventmanagement, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2021.</li> <li>- Nowak, Gerhard: Erlebnisorientiertes Marketing durch Sportevents – Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts. Wiesbaden 2019.</li> <li>-</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nufer, Gerd/Bühler, André: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte – Fallbeispiele – Trends, Berlin 2015.</li> <li>- Ronft, Steffen: Eventpsychologie: Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele, Wiesbaden 2021.</li> </ul> <p>Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>
Modulverantwortlich	N.N.

Modulgruppe	<b>Kompetenzfeld Sportmarketing</b>	
Name des Moduls	<b>WM 10.X.3 Fallstudie Sportmarketing</b>	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter</li> <li>- Aufgreifen von Problemstellungen aus dem Bereich des Sportmarketings und des Sporteventmarketings</li> <li>- Anwendung von (digitalen) Instrumenten des Sportmarketings</li> </ul>	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden können ihr in den vorherigen Semestern erworbenes Wissen und ihre darüberhinausgehenden Kenntnisse in Arbeitsgruppen/Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen anwenden. Sie kennen wissenschaftlich fundierte Lösungen für praktische schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen, wählen diese passend zur Problemstellung aus und entwickeln konkrete Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie können die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbstständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen bewerten.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Byon, Kevin/Yim, Brian/Zhang, James: Marketing analysis in sport business: global perspectives, London 2023.</li> <li>- Ennis, Sean: Sports marketing: a global approach to theory and practice, Cham 2020.</li> <li>- Informations Resources Management Association: Sports media, marketing and management: breakthroughs in research and practice, Hershey 2018.</li> </ul> <p>Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	N.N.	