

Modulübersicht

des dualen Masterstudiengangs
Sportbusiness Management

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die Ihnen wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Ihren Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt.

Online-Campus

In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich auszutauschen.

Betrieb

In der beruflichen Praxis erfolgt der Transfer der theoretischen Grundlagen in praktische Fähigkeiten.

Pflichtmodule des General Managements

Marketing & Sales (5 Credit Points)

- Strategische Analysen in Form von:
 - a) Umweltanalysen (Markt-, Kunden- (CRM), Wettbewerbsanalysen) sowie
 - b) Unternehmensanalysen mit Hilfe des Value Managements, der Erfolgsfaktorenforschung sowie der Potenzialanalyse sowie weiterer klassischer Instrumente
- Strategische Planung (Planungsinhalte, -techniken, -methoden, -instrumente und Zielsysteme)
- Unternehmens-/Marketingstrategien
- Strategiespezifische Ausgestaltung des Marketinginstrumentariums unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungsmarketings sowie des Business-to-Business-Marketings
- Sales (Vertrieb): Vertriebsorganisation, Vertriebsstrategien, -planung, -steuerung, -kontrolle, Kundengewinnung-, -ansprache, -betreuung, Kundenbewertungsmodelle, Multi -Channel- Management, vertriebsunterstützende EDV

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Entrepreneurship (5 Credit Points)

- Gründerpersonen/-team
 - ▶ Gründungsmotive
 - ▶ Gründungsarten
 - ▶ Unternehmertypen
- Ideenfindung
 - ▶ Innovation vs. Imitation
- Businessplan
 - ▶ Inhalt und Zweck
 - ▶ Zielgruppe
 - ▶ Rechtsformwahl
- Marktanalyse
 - ▶ Konkurrenzsituation
 - ▶ Standortwahl
 - ▶ Marketing
 - ▶ Patente, Lizenzen
- Finanzierung
 - ▶ Finanzierungsarten
 - ▶ Finanzplanung
 - ▶ Umgang mit Finanziers
 - ▶ Unternehmensverkauf/Exit-Strategien

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Leadership Skills (5 Credit Points)

- Theoretischer Referenzrahmen der Führung
- Führungsaufgaben
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Führungseigenschaften und -kompetenzen
- Führungsgrundsätze
- Führungskräfteentwicklung
- Führen von Teams
- Teamklima
- Changemanagement
- Führung in virtuellen Organisationen
- Value Based Leadership

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Corporate Finance (5 Credit Points)

- Investitions- und Finanzierungsprozesse
- Kapitalarten und Finanzierungsformen
- Aufgaben des Financial Managers
- Ziele des Financial Managements
- Lösungsansätze für finanzwirtschaftliche Entscheidungsprobleme
- Kennzahlen des Financial Managements
- Rechtsformen sowie Finanzierungspotenzial und Haftungsrisiken
- Kapitalstruktur und Leverage Effekt
- Instrumente der Beteiligungsfinanzierung
- Instrumente der Innenfinanzierung
- Instrumente der kurz-, mittel- und langfristigen Fremdfinanzierung
- Kredit-Substitute
- Mezzanines Kapital
- Statische Methoden der Investitionsrechnung
- Dynamische Methoden der Investitionsrechnung
- Berücksichtigung von Ertragssteuern bei der Investitionsrechnung
- Unternehmensbewertung
- Finanzierungsformen im Profi-Sport

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kolloquium zur Master Thesis (5 Credit Points)

- Beratung zu grundlegenden Problemen bei der Erstellung einer Masterarbeit
- Präsentation und Diskussion der Masterarbeit in unterschiedlichen Entwicklungsstadien

Prüfungsleistung: Präsentation des Themas/des Fortschrittes der Master Thesis

Master Thesis (15 Credit Points)

Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung des Sportmanagements oder der Sportökonomie nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums

Prüfungsleistung: Master Thesis

Fachspezifische Pflichtmodule

Strategische Sportvermarktung (10 Credit Points)

- Theoretische Diskussion „Vermarktung“/Marketing im Sport
- Strategie und Planung in Sportorganisationen
- Business-to-Business- und Business-to-Customer-Probleme in Sportmärkten
- Marktsegmentierung im Sport
- Rechte und Rechtevermarktung im Sport
- Vertriebspolitik in Sportmärkten
- Organisation der Vermarktung des Sports
- Kommunikationspolitik im Sportmärkten
- Produktpolitik im Sport
- CRM im Sport

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Sportrecht (5 Credit Points)

- Besonderheiten der für das Sportbusiness notwendigen rechtlichen und steuerlichen Regelungen
- Fallbezogene Anwendung der erworbenen theoretischen Kenntnisse
- Erarbeitung von praktischen Handlungsmustern für den bestmöglichen Umgang mit rechtlichen oder steuerlichen Sachverhalten
- Vertragsgestaltung und Vertragsverhandlung
- Sportspezifische Sonderrechtsverhältnisse (Ehrenamt, Trainer, Sportler, Physiotherapeuten, Ärzte)
- Mechanismen und Kenntnisse zur Identifizierung von rechtlichen und steuerlichen Risiken
- Hilfestellungen zum konkreten Umgang mit drohenden rechtlichen und steuerlichen Risiken

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

International Sports Economics (5 Credit Points)

- Makroökonomische Bedeutung des Sports
- Mikro- und makroökonomische Bezugspunkte des Sports
- Angebot und Nachfrage nach Breitensport im internationalen Vergleich
- Angebot und Nachfrage nach professionellem Sport im internationalen Vergleich
- Ausgestaltung von Sportwettbewerben
- Competitive Balance im internationalen Vergleich und internationale regulatorische Regelung
- Wechselwirkungen von nationalen und internationalen Sportwettbewerben

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Wissenschaftliches Projekt (5 Credit Points)

- Identifizierung wissenschaftlich bedeutsamer Problemstellungen
- Entwicklung von Forschungsfragen
- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur
- Bedeutung von Theorie
- Bedeutung von Empirie
- Wissenschaftliche Erhebungs- und Auswertungsmethoden
- Formale und inhaltliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Projektarbeit
- Selbstständige Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung im Rahmen einer Projektarbeit

Prüfungsleistung: Hausarbeit

Markenmanagement im Sport (10 Credit Points)

- Markendefinitionen im Sport
- Ursprung von Marken im Sport
- Funktionen von Marken im Sport
- Markenidentität und Markenimage im Sport
- Werte von Sportmarken
- Stärke von Sportmarken
- Markenführung im Sport
- Besonderheiten des Markenmanagements im Sport
- Tools des Markenmanagements im und mit dem Sport
- Markenmanagement im professionellen Teamsport
- Markenmanagement im professionellen Individualsport
- Marken im Umfeld von Sportevents
- Markenmanagement mit Sport
- Rechtliche Aspekte von Marken im Sport
- Controlling von Marken im Sport

Prüfungsleistung: Hausarbeit, Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Sports Venue Management (10 Credit Points)

- Theoretischer Referenzrahmen des „Sports Venue Managements“
- Typologien von Sportstätten
- Historie von Sportstätten
- Finanzierungsformen von Sportstätten
- Einfluss verschiedener Eigentumsformen auf das Management von Sportstätten
- Nutzbarkeitskonzepte von Sportstätten
- Möglichkeiten und Grenzen der Vermarktung von Sportstätten
- Beachtung von Kapazitäten und Nachfrage von Sportstätten
- Lebenszyklen von Sportstätten
- Rechtliche Rahmenbedingungen des Managements von Sportstätten

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Sportpolitik (5 Credit Points)

- Grundlagen der Politik
- Sportpolitische Grundlagen und Theorie
- Sportpolitische Strukturen
- Nationale, transnationale und besondere europäische Perspektiven der Sportpolitik
- Inhalte und Ziele der Sportpolitik
- Grundlagen der Politikfeldanalyse
- Mechanismen der Steuerung und Beeinflussung von Sportpolitik
- Trends und Herausforderungen einer Politik durch, im und für den Sport

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Sportbusiness Case Studies (10 Credit Points)

- Methoden und Bearbeitungsstrategien von Case Studies
- Best Practices und Fallbeispiele für Unternehmensentwicklungen und Lösungsstrategien
- Übertragung erlernter Modelle und Theorien auf konkrete Situationen eines Unternehmens
- Entwicklung von Handlungsstrategien innerhalb des Managements in Bezug auf konkrete Szenarien eines Unternehmens
- Simulation und Reflektion der Ergebnisse in Bezug auf die Entscheidungen innerhalb eines Planspiels (computergestützt)
- Präsentation und kritische Diskussion der Ergebnisse

Prüfungsleistung: Projektarbeit (Bearbeitung und Verschriftlichung der Ergebnisse einer Case Study und deren Präsentation), Seminarteilnahme + Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Governance im Sport (10 Credit Points)

- Begriffliche Grundlagen zur Organisation und Governance
- Entwicklungslinien der Organisationstheorie und des Governance-Konzeptes
- Organisationen als entscheidungsbasierte Systeme
- Organisationen aus dem Blickwinkel der Neuen Institutionenökonomik
- Steuerbarkeit von Sportorganisationen
- Stufen organisationalen Lernens in Sportorganisationen
- Koordination interorganisationaler Beziehungen
- Organisation und Governance des Sports im nationalen und internationalen Rahmen
- Governance und Regulierung im Sport im Hinblick auf die Sicherstellung der Integrität sportlicher Wettbewerbe und die Sicherstellung der finanziellen Stabilität
- Fragen zu Ethik und Governance im Sport

Prüfungsleistung: Hausarbeit, Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wahlpflichtmodule des Masterstudienganges Sportbusiness Management

Im 4. und 5. Semester haben Sie die Möglichkeit, Ihre spezifischen Interessen zu vertiefen. Es werden verschiedene Wahlmodule angeboten, von denen je Semester ein Modul zu belegen ist.

Strategisches Sportmedien-Management (5 Credit Points)

- Kommunikationsmodelle im Sport
- Medientheorien und deren Bedeutung für den Sport
- Strategie und Planung in der sportbezogenen Medienarbeit
- Medienrechte und Medienrechtevermarktung im Sport
- Probleme der Beziehung von Medien und Sport
- Vertriebspolitik von Sportmedienrechten
- Social Media im Sport
- Testimonial- und Celebrity-Werbung im Sport
- Virtuelle Werbung im Sport

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Internationale Sportsysteme (5 Credit Points)

- Grundlagen und Theorien zum Themenfeld Internationale Sportsysteme
- Sportsysteme im Vergleich
- Sportsysteme im Kontext verschiedener geschichtlicher, kultureller und sozioökonomischer Prägungen
- Analyse exemplarisch ausgewählter Sportsektoren hinsichtlich Struktur, Kultur, Akteuren, Rollen und Funktionen
- Treiber, Mechanismen und Grenzen der Sportentwicklung
- Trends und Herausforderungen der Steuerung und Entwicklung des Sports im internationalen Kontext

Prüfungsleistung: Klausur 90 Minuten

Management von Sportgroßevents (5 Credit Points)

- Eventformen und spezifische Herausforderungen
- Arbeitsmarkt Sporteventmanagement und Professionalisierung
- Perspektiven der Nachfrage nach Sportevents
- Sporteventsponsoring sowie Hospitality und Protocol Services/Dignitary Management bei Sportgroßveranstaltungen
- Stakeholder-Management
- Servicecharakteristik von Sportevents
- Perspektiven der Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität im Sporteventmanagement
- Sporteventökonomik sowie Methoden und Konzepte der Wirkungsmessung: Externe Effekte und Dyseconomies, Economic Impact Approach, Cost Benefit Analysis, Multiplikatoren, Opportunitätskosten, Consumer surplus
- Strategisches Sporteventmanagement: Creating and Designing Events/Bidding, Finanzierung/Budgetierung, Projektmanagement, Umgang mit Unsicherheit und Risiko, Prognoseverfahren

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Athletenmanagement (5 Credit Points)

- Aufgaben des Athletenmanagers, Spielerberaters und Spielervermittlers in der Betreuungsarbeit
- Rechtliche Aspekte
- Steuerliche Aspekte
- Ablauf von Transfers im Fußball
- Wahrung der Vertragsstabilität
- Minderjährigenschutz im Transferrecht
- Ausbildungsentschädigung national und international im Fußball
- Solidaritätsbeitrag bei Transfers im Fußball
- Optimierungsstrategien digitaler Athletenvermarktung

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!