

Studienordnung

der IST-Hochschule für Management

für die Studiengänge

Sportbusiness Management

Prävention, Sporttherapie und Gesundheitsmanagement

Kommunikationsmanagement

(Master of Arts)

§ 1 Geltungsbereich	3
§ 2 Studienangebot im Master „Sportbusiness Management“	4
§ 3 Studienangebot im Master „Prävention, Sporttherapie und Gesundheitsmanagement“	7
§ 4 Studienangebot im Master „Kommunikationsmanagement“	10
§ 5 Wahlpflichtmodule	13
§ 6 Inkrafttreten	14

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge Inhalt und Aufbau des Studiums in den Studiengängen:

- Sportbusiness Management
- Prävention, Sporttherapie und Gesundheitsmanagement
- Kommunikationsmanagement

§ 2 Studienangebot im Master „Sportbusiness Management“

- (1) Das Studienangebot besteht aus den unten aufgeführten Pflichtmodulen und den nach § 5 wählbaren Wahlpflichtmodulen, denen Modulprüfungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge zugeordnet sind. Aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule sind zwei Module zu absolvieren.

Die Semesterwochenstunden der Wahlmodule können dabei von der unten dargestellten Tabelle abweichen.

- (2) Die Inhalte, der Stundenumfang mit den Anteilen der Online-/Präsenzzeiten (OPz) (Workload in den Lernorten Online-Tutorium und Präsenzseminar) und des Selbststudiums (Ss) (Workload in den übrigen Lernorten) sowie die ECTS-Kreditpunkte der Lehrveranstaltungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge ergeben sich aus der folgenden Tabelle sowie nach § 5.

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h						
Marketing & Sales	5	35	90						
Strategische Sportvermarktung	10	90	160						
Sportrecht	5	45	80						
International Sports Economics	5	45	80						
Wissenschaftliches Projekt	5	55	70						
Entrepreneurship	5			45	80				
Markenmanagement im Sport	10			100	150				
Sports Venue Management	10			80	170				
Sportpolitik	5			45	80				
Leadership Skills	5					35	90		
Sportbusiness Case Studies	10					120	130		
Governance im Sport	10					90	160		
Wahlmodul 1	5					55	70		
Corporate Finance	5							55	70
Kolloquium zur Master-Thesis	5							60	65
Wahlmodul 2	5							50	75
Master-Thesis	15							0	375
Σ h		270	480	270	480	300	450	165	585
Σ ECTS	120	30		30		30		30	

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h										
Marketing & Sales	5	35	90										
Strategische Sportvermarktung	10	90	160										
Wissenschaftliches Projekt	5	55	70										
Entrepreneurship	5			45	80								
Markenmanagement im Sport	10			100	150								
Sportrecht	5			45	80								
Leadership Skills	5					35	90						
Sports Venue Management	10					80	170						
International Sports Economics	5					45	80						
Corporate Finance	5							55	70				
Sportbusiness Case Studies	10							120	130				
Wahlmodul 1	5							55	70				
Governance im Sport	10									90	160		
Sportpolitik	5									45	80		
Wahlmodul 2	5									50	75		
Kolloquium zur Master-Thesis	5											60	65
Master-Thesis	15											0	375
Σ h		180	320	190	310	160	340	230	270	185	315	60	440
Σ ECTS		120	20	20		20		20		20		20	

Dual		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h								
Marketing & Sales	5	30	95								
Strategische Sportvermarktung	10	80	170								
Wissenschaftliches Projekt	5	40	85								
Entrepreneurship	5			35	90						
Markenmanagement im Sport	10			90	160						
Sportrecht	5			35	90						
Sportpolitik	5			30	95						
Leadership Skills	5					30	95				
Sportbusiness Case Studies	10					120	130				
Sports Venue Management	10					70	180				
Corporate Finance	5							45	80		
Governance im Sport	10							80	170		
International Sports Economics	5							35	90		
Wahlmodul 1	5							40	85		
Kolloquium zur Master-Thesis	5									60	65
Master-Thesis	15									0	375
Wahlmodul 2	5									40	85
Σ h		150	350	190	435	220	405	200	425	100	525
Σ ECTS	120	20		25		25		25		25	

§ 3 Studienangebot im Master „Prävention, Sporttherapie und Gesundheitsmanagement“

- (1) Das Studienangebot besteht aus den unten aufgeführten Pflichtmodulen und den nach § 5 wählbaren Wahlpflichtmodulen, denen Modulprüfungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge zugeordnet sind. Aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule sind zwei Module zu absolvieren.

Die Semesterwochenstunden der Wahlmodule können dabei von der unten dargestellten Tabelle abweichen.

- (2) Die Inhalte, der Stundenumfang mit den Anteilen der Online-/Präsenzzeiten (OPz) (Workload in den Lernorten Online-Tutorium und Präsenzseminar) und des Selbststudiums (Ss) (Workload in den übrigen Lernorten) sowie die ECTS-Kreditpunkte der Lehrveranstaltungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge ergeben sich aus der folgenden Tabelle sowie nach § 5.

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h						
Marketing & Sales	5	35	90						
Gesundheitsförderung und Prävention	10	100	150						
Sportpädagogik	10	120	130						
Gesundheitspädagogik/ Gesundheitspsychologie	5	50	75						
Entrepreneurship	5			45	80				
Management von medizinischen Einrichtungen	10			100	150				
Grundlagen der Bewegungstherapie	5			50	75				
Wahlmodul 1	10			120	130				
Leadership Skills	5					35	90		
Versorgungsmanagement	10					100	150		
Qualitätsmanagement und Evaluation im Gesundheitswesen	5					55	70		
Wahlmodul 2	10					100	150		
Management im Gesundheitswesen	10							100	150
Kolloquium zur Master-Thesis	5							60	65
Master-Thesis	15							0	375
Σ h		305	445	315	435	290	460	160	590
Σ ECTS	120	30		30		30		30	

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h										
Marketing & Sales	5	35	90										
Gesundheitsförderung und Prävention	10	100	150										
Gesundheitspädagogik / Gesundheitspsychologie	5	50	75										
Management von medizinischen Einrichtungen	10			100	150								
Sportpädagogik	10			120	130								
Entrepreneurship	5					45	80						
Grundlagen der Bewegungstherapie	5					50	75						
Wahlmodul 1	10					120	130						
Versorgungsmanagement	10							100	150				
Wahlmodul 2	10							100	150				
Leadership Skills	5									35	90		
Management im Gesundheitswesen	10									100	150		
Qualitätsmanagement und Evaluation im Gesundheitswesen	5									55	70		
Kolloquium zur Master-Thesis	5											60	65
Master-Thesis	15											0	375
Σ h		185	315	220	280	215	285	200	300	190	310	60	440
Σ ECTS	120	20		20		20		20		20		20	

Dual		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h								
Marketing & Sales	5	30	95								
Gesundheitsförderung und Prävention	10	50	200								
Gesundheitspädagogik / Gesundheitspsychologie	5	35	90								
Entrepreneurship	5			35	90						
Management von medizinischen Einrichtungen	10			50	200						
Sportpädagogik	10			95	155						
Versorgungsmanagement	10					45	205				
Grundlagen der Bewegungstherapie	5					25	100				
Wahlmodul 1	10					95	155				
Management im Gesundheitswesen	10							45	205		
Qualitätsmanagement und Evaluation im Gesundheitswesen	5							45	80		
Wahlmodul 2	10							60	190		
Leadership Skills	5									30	95
Kolloquium zur Master-Thesis	5									60	65
Master-Thesis	15									0	375
Σ h		115	385	180	445	165	460	150	475	90	535
Σ ECTS	120	20		25		25		25		25	

§ 4 Studienangebot im Master „Kommunikationsmanagement“

- (1) Das Studienangebot besteht aus den unten aufgeführten Pflichtmodulen und den nach § 5 wählbaren Wahlpflichtmodulen, denen Modulprüfungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge zugeordnet sind. Aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule sind zwei Module zu absolvieren.

Die Semesterwochenstunden der Wahlmodule können dabei von der unten dargestellten Tabelle abweichen.

- (2) Die Inhalte, der Stundenumfang mit den Anteilen der Online-/Präsenzzeiten (OPz) (Workload in den Lernorten Online-Tutorium und Präsenzseminar) und des Selbststudiums (Ss) (Workload in den übrigen Lernorten) sowie die ECTS-Kreditpunkte der Lehrveranstaltungen gemäß der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge ergeben sich aus der folgenden Tabelle sowie nach § 5.

Vollzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h						
Marketing & Sales	5	35	90						
Kommunikationswissenschaften	5	45	80						
Kommunikationspsychologie	10	70	180						
Strategisches Kommunikationsmanagement	5	45	80						
Ideen- und Innovationsmanagement	5	40	85						
Digitale Transformation	5			45	80				
Marken- und Produktmanagement	10			80	170				
Kommunikationsdesign	5			35	90				
User-Experience-Design (UX)	5			40	85				
Operatives Kampagnenmanagement	5			40	85				
Entrepreneurship	5					45	80		
Marketing Analytics und Smart Data	10					80	170		
Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab	10					70	180		
Wahlmodul 1	5					45	80		
Leadership Skills	5							35	90
Kolloquium zur Master-Thesis	5							60	65
Wahlmodul 2	5							40	85
Master-Thesis	15							0	375
Σ h		235	515	240	510	240	510	135	615
Σ ECTS	120	30		30		30		30	

Teilzeit		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5		Fach-Semester 6	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h										
Marketing & Sales	5	35	90										
Kommunikationswissenschaft	5	45	80										
Kommunikationspsychologie	10	70	180										
Digitale Transformation	5			45	80								
Strategisches Kommunikationsmanagement	5			45	80								
Operatives Kampagnenmanagement	5			40	85								
Ideen- und Innovationsmanagement	5			40	85								
Marken- und Produktmanagement	10					80	170						
Kommunikationsdesign	5					35	90						
User-Experience-Design (UX)	5					40	85						
Leadership Skills	5							35	90				
Digitale Kommunikation/ Applied Digital Communications Lab	10							70	180				
Wahlmodul 1	5							45	80				
Entrepreneurship	5									45	80		
Marketing Analytics und Smart Data	10									80	170		
Wahlmodul 2	5									40	85		
Kolloquium zur Master-Thesis	5											60	65
Master-Thesis	15											0	375
Σ h		150	350	170	330	155	345	150	350	165	335	60	440
Σ ECTS	120	20		20		20		20		20		20	

Dual		Fach-Semester 1		Fach-Semester 2		Fach-Semester 3		Fach-Semester 4		Fach-Semester 5	
Veranstaltung/Modulprüfung	ECTS	OPz in h	Ss in h								
Marketing & Sales	5	30	95								
Kommunikationswissenschaften	5	30	95								
Kommunikationspsychologie	10	60	190								
Strategisches Kommunikationsmanagement	5	30	95								
Digitale Transformation	5			30	95						
Marken- und Produktmanagement	10			60	190						
Operatives Kampagnenmanagement	5			30	95						
Ideen- und Innovationsmanagement	5			30	95						
Leadership Skills	5					30	95				
Kommunikationsdesign	5					30	95				
Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab	10					70	180				
User-Experience-Design (UX)	5					30	95				
Entrepreneurship	5							35	90		
Marketing Analytics und Smart Data	10							60	190		
Wahlmodul 1	5							30	95		
Kolloquium zur Master-Thesis	5									60	65
Wahlmodul 2	5									30	95
Master-Thesis	15									0	375
Σ h		150	475	150	475	160	465	125	375	90	535
Σ ECTS	120	25		25		25		20		25	

§ 5 Wahlpflichtmodule

Titel	ECTS	OPz in h	Ss in h	Σ h
Wahlpflichtmodule „Sportbusiness Management“				
Strategisches Sport Medien-Management	5	55	70	125
Internationale Sportsysteme	5	55	70	125
Management von Großevents im Sport	5	55	70	125
Athletenmanagement	5	50	75	125
Wahlpflichtmodule „Prävention, Sporttherapie und Gesundheitsmanagement“				
Bewegungstherapie Innere Erkrankungen	10	120	130	250
Betriebliches Gesundheitsmanagement	10	110	140	250
Bewegungstherapie, Orthopädie, Rheumatologie, Traumatologie, Neurologie	10	120	130	250
Stressmanagement/Psychoregulatory Verfahren	10	90	160	250
Diagnostik und Athletiktraining	10	80	170	250
Medizinische Trainingstherapie (MTT/aMTT)	10	130	120	250
Wahlpflichtmodule „Kommunikationsmanagement“				
Festivals und Entertainment	5	45	80	125
Crossmedia-Produktion und -Management I	5	45	80	125
Internationales Eventmanagement	5	45	80	125
Crossmedia-Produktion und -Management II	5	45	80	125
Agentur Management	5	40	85	125

§ 6 Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt zu Beginn des Wintersemesters 2020 in Kraft.

Düsseldorf, 29. September 2020

Die Präsidentin der IST-Hochschule für Management