

# **Modulübersicht**

des 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.

## Pflichtmodule des General Managements

### Marketing & Sales (5 Credit Points)

- Strategische Analysen in Form von Umweltanalysen (Markt-, Kunden- [CRM], Konkurrenzanalysen) sowie Unternehmensanalysen
- Strategische Planung (Planungsinhalte, -techniken, -methoden, -instrumente)
- Unternehmens-/Marketingstrategien
- Strategiespezifische Ausgestaltung des Marketinginstrumentariums unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungsmarketings sowie des Business-to-Business-Marketings
- Sales: Vertriebsorganisation, -strategien, -planung, -steuerung, -kontrolle, Kundengewinnung, -ansprache, -betreuung, -bewertungsmodelle, Multi Channel Management, vertriebsunterstützende EDV

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

## 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)

### **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)**

- Kreditmärkte und Finanzinstitute
- Finanzierungsformen
- Formen der Firmenorganisation bei Personen- und Kapitalgesellschaften
- Rolle von Financial Managers
- Unsicherheit und Risiko
- Laufzeitabhängige Finanzierungsformen
- Klassische Finanzierungsarten
- Mergers and Acquisitions
- Private Equity
- Leasing als Sonderform der Finanzierung
- Rentabilitätskennzahlen
- Bar-, Zeit- und Zukunftswert
- Kapitalwert
- Leverage-Effekt
- Unternehmensbesteuerung
- Formen von Unternehmensratings

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

**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)

### 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)



### **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

### **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)

### **Sportbusiness Cases Studies (10 Credit Points)**

- Methoden und Bearbeitungsstrategien von Case Studies
- Best Practices und Praxisfälle
- Übertragung erlernter Modelle und Theorien auf eine konkrete Problemstellung im Rahmen einer „Consulting Field Study“
- Entwicklung von Handlungsstrategien in Bezug auf eine konkrete Problemstellung des Managements
- Präsentation und kritische Diskussion der Ergebnisse

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (Bearbeitung und Verschriftlichung der Ergebnisse einer Case Study und deren Präsentation), Seminarteilnahme

### **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

## Wahlpflichtmodule des Masterstudienganges Sportbusiness Management

Im 3. und 4. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 4. und 5. Semester (Teilzeit-Variante) 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)

### 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:** Hausarbeit

### Management von Sportgroßevents (5 Credit Points)

- Eventformen und spezifische Herausforderungen
- Arbeitsmarkt Sporteventmanagement und Professionalisierung
- Perspektiven der Nachfrage nach Sportevents
- Sportevent-Sponsoring 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)

### Athletenmanagement (5 Credit Points)

- Aufgaben des Athletenmanagers in der Betreuungsarbeit
- Rechtliche Aspekte der Athletenbetreuung
- Ablauf von Transfers
- Wahrung der Vertragsstabilität
- Minderjährigenschutz im Transferrecht
- Ausbildungsentschädigung national und international
- Optimierungsstrategien digitaler Athletenvermarktung
- Athletenbezogene Medienarbeit
- Vermarktungsstrategien für Athleten

**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!