

Studienordnung des FH-Masterstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Zur Erlangung des akademischen Grads

Master of Master of Arts in Business,
abgekürzt MA

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 4 Semester

Umfang: 120 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 30 Vollzeit
32 berufsbegleitend

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder.....</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsprofil.....</i>	3
2	Curriculum	7
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	7
2.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	8
2.3	<i>Modulbeschreibungen Berufsbegleitend</i>	16
2.4	<i>Modulbeschreibungen Vollzeit</i>	50
2.5	<i>Berufspraktikum</i>	84
2.6	<i>Auslandssemester</i>	84
3	Zugangsvoraussetzungen.....	85

Mit der Novelle zum Hochschulgesetz 2020 ist das sogenannte "Fachhochschul-Studiengesetz (FHStG)" in "Fachhochschulgesetz (FHG)" umbenannt worden. Dementsprechend wurde am 13.01.2021 in diesem Dokument eine notwendige redaktionelle Anpassung vorgenommen und die Bezeichnung FHStG durch FHG ersetzt.

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

Durch die vielfältigen Spezialisierungsmöglichkeiten im Masterstudiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement steht den AbsolventInnen ein breites Feld an beruflichen Möglichkeiten offen. Die branchenübergreifende Thematik kann in verschiedensten Feldern angewandt werden – als **Kernbranchen** wären unter anderem zu nennen:

Berufliche Tätigkeitsfelder: Kernbranchen

Freizeit-, Kultur- und Sportbetriebe	Bildung
Tourismus und Gastgewerbe	Werbung und Marketingkommunikation
Handel	Information und Consulting

Der Arbeitsmarkt bietet den AbsolventInnen nicht nur innerhalb von Unternehmen im Sport-, Kultur- bzw. Veranstaltungsmanagement breitgefächerte Möglichkeiten – auch innerhalb von Marketingabteilungen von Großunternehmen (z.B. in der Eventabteilung von Audi, BMW, u.v.m.) können die AbsolventInnen vielfältig eingesetzt werden. Kommunikationsabteilungen benötigen Know-how im Bereich **Eventmanagement in Verbindung mit Führungs- und Teamkompetenzen**. Die Professionalisierung des Sports verlangt nach **Management** und einer spezialisierten Ausbildung. Auch eine zunehmende **Vermarktung von Dienstleistungen und Aktivitäten von öffentlichen Einrichtungen**, wie etwa bei Museen, verlangt Fachpersonal – hier setzt dieser Studiengang an.

Das Masterstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement bereitet die AbsolventInnen darauf vor, verschiedene Positionen wahrnehmen zu können. Der Studiengang mit einem auf **Führungsaufgaben** bezogenen Konzept soll gewährleisten, dass die AbsolventInnen in zahlreiche Positionen mit hoher Verantwortung einsteigen können.

Durch die interdisziplinäre Auslegung des Studiengangs können die AbsolventInnen mit einer fundierten Managementausbildung Aufgaben in jeglichen Bereichen des **Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagements** übernehmen – auch **leitende Positionen** in KMUS bzw. größeren Unternehmen (vor allem im Bereich Eventmarketing/Sponsoring) stehen den AbsolventInnen offen. Der Studiengang soll zur steigenden Professionalisierung sowie zur Akademisierung der Branche beitragen.

Den Studierenden stehen verschiedene Tätigkeitsbereiche offen, die mit zahlreichen erworbenen Qualifikationen gedeckt werden können. Verschiedene **Tätigkeitsschwerpunkte** (z.B. wirtschaften, managen, kommunizieren), **Produktbereiche** (Art und Nähe des Bezugs zu Sport und Kultur) und ein breites Feld an **Organisationstypen** (verschiedene Arten von Betrieben – von staatlichen Betrieben bis zu NPOs) weisen auf einige der Spezialisierungen nach Abschluss des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement hin.

1.2 Qualifikationsprofil

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Masterstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement ist einer ISCED-Stufe International Standard Classification of Education nicht eindeutig zuordenbar; die größte Äquivalenz ergibt sich im Bereich Management. Die vermittelten Inhalte qualifizieren die AbsolventInnen für die genannten beruflichen Tätigkeitsfelder.

Die Qualifikationsziele liegen in der Vermittlung wirtschaftlicher, gesellschaftspolitischer sowie der Managementzusammenhänge der Branchen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Weiters werden quantitative und qualitative Ansätze im Bereich der wissenschaftlichen Methoden vermittelt. Dabei werden insbesondere Methoden und Konzepte behandelt, die zur Bewältigung von Problemstellungen im Managementbereichen der Branchen und zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen

notwendig sind. Dazu gehören Kenntnisse u.a. in den Bereichen Sportmanagement und -wissenschaften, Kulturmanagement und -wissenschaften sowie Veranstaltungsmanagement und -wissenschaften sowie deren integrativen Aspekte (Sustainability, Event Design & Experience, Sport- und Kulturpolitik, SKVM in the Urban Context, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM, Critical Thinking in SKVM) sowie der Vermittlung von digitalen Trends in den Fachbereichen. Allgemeine Management- und Wirtschaftskompetenzen werden im Grundlagenkurs zu Budgetierung & Controlling (berufsbegleitend) bzw. International Financial Management (Vollzeit), Leadership Skills, Digital Marketing, Strategic & Innovation Management und Strategic Human Resource Management vermittelt. Hinzu kommen Komplementärkompetenzen im Bereich Social Skills mit Lehrveranstaltungen zu Teambuilding, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM (berufsbegleitend) bzw. PR in SCEM (Vollzeit) und Leadership Skills. Die Studiengänge bieten studiengangübergreifende Wahlpflichtmodule zu den Schwerpunkten Sport, Kultur, Veranstaltung und Management. Die Anwendung des Fachwissens sowie die Rückkopplung aus aktueller Praxis und Forschung erfolgt mit Praxisprojekten. Der Integration und Transfer aus dem Bereich der Forschung erfolgt im Rahmen wissenschaftlicher Seminare und einer Lehrveranstaltung zu qualitativer sowie quantitativer Forschungsmethodik.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenzbeschreibung	Kompetenzzuordnung	Module
Event-managerIn	Konzepterstellung	Können eigenständig Events digital und analog planen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Implementierung	Können verantwortlich Events umsetzen und innovative Erlebnisse vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Praxistransfer SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Projektleitung	Können internationale Projekte als LeiterIn organisieren und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Events verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Vertiefung SKVM
Sport-managerIn	Sportentwicklung	Können aktuelle Entwicklungen im Sport strategisch umsetzen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Sportsponsoring	Können strategische Finanzierungsmodelle verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM

		Markenauftritt von Sportprodukten als auch Sport als Medium von nicht-sportbezogenen Produkten innovativ einsetzen	Personal und sozial	
	Markenentwicklung	Können Organisationen und AthletInnen im Sport zu einer Marke aufbauen	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Kultur-managerIn	Kulturvermittlung	Können Kulturangebote im Hinblick auf internationale Zielgruppen und Erlebnismilieus vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Organisation	Können in unterschiedlichen kulturbetrieblichen Kontexten Angebote innovativ gestalten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Strategieentwicklung	Können strategische Maßnahmen des Kulturmanagements und der internationalen Kulturpolitik verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Kulturfinanzierung im Spagat zwischen Sponsoring, öffentlichen Förderungen und Eigenmitteln verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Tourismus-managerIn	Marketing	Können innovative markenstrategische Ausrichtungen von Destinationen entwickeln und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
	Strategieentwicklung	Können strategische Kooperationen mit internationalen Sport- und Kultureinrichtungen entwickeln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM

	Budgetierung	Können Finanzpläne verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Praxis-transfer SKVM
PR- und Presse-ma-nagerIn	Schnittstellen-management	Können proaktives und prozessuales Stakeholder-management in Projekten verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Medienarbeit	Können strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit planen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Praxis-transfer SKVM

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2021/2022	2021/2022	
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	4	4	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)	50,5	50,5	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15	15	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme allen Sem.)	937,5	967,5	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	120	120	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40	KW 40	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 5	KW 5	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 11	KW 11	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28	KW 28	
WS Wochen	15	15	
SS Wochen	15	15	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	Nein	Nein	
Unterrichtssprache (Angabe)	Englisch	Deutsch	Der Anteil der englischsprachigen Lehrveranstaltungen beträgt: vz: 100 % der SWS bb: 41,58 % der SWS
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein	Nein	
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

2.2 Curriculumsmatrix

Übersicht Modulzuordnung Berufsbegleitend

Mo-	Modulname	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
FS	Führung & Social Skills SKVM	Digital Marketing (E)	2	3	2
		Leadership Skills (E)	2	3	4
		Recht	2	3	4
		Strategic Human Resource Management (E)	1	2	1
		Strategic & Innovation Management (E)	2	3	2
		Studienreise	2	3	2
		Team Building	2	3	1
GL	Grundlagen SKVM	Budgetierung & Controlling	2	4	1
		Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	2	4	1
		Sportwissenschaften & Sportmanagement	2	4	1
		Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsma-	2	4	1
PT	Praxistransfer SKVM	Elective (E)	2	3	3
		Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Manage-	2	4	2
		Kolloquium zur Masterarbeit	1	2	4
		Masterarbeit	0	22	4
		Praxisprojekt I	2	4	2
		Praxisprojekt II	2	4	3
		Wissenschaftliches Arbeiten	2	4	3
VT	Vertiefung SKVM	Critical Thinking in SKVM	1.5	3	2
		Event Design & Experience	1.5	3	1
		Öffentlichkeitsarbeit in SKVM	2	5	3
		SCEM in the Urban Context (E)	2	3	1
		Sport- & Kulturpolitik	1.5	3	1
		Sustainability (E)	2	4	3
WPK	Wahlpflichtmodul Kultur	Festival Management (E) (WP)	2	5	2
		Technologies of Visitor Experience (E) (WP)	2	5	3
WPM	Wahlpflichtmodul Management	Cross-Cultural Management (E) (WP)	2	5	3
		Project Management (E) (WP)	2	5	2
WPS	Wahlpflichtmodul Sport	Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP)	2	5	2
		Contemporary Issues in Sports Communication (E)	2	5	3
WPV	Wahlpflichtmodul Veranstaltung	Managing the Event Workforce (E) (WP)	2	5	3
		Venue Management (E) (WP)	2	5	2
			50.5	120	

Übersicht Modulzuordnung Vollzeit

Mo-	Modulname	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
BA	Basics SCEM	International Cultural Management	2	4	1
		International Event Management	2	4	1
		International Financial Management	2	4	1
		International Sports Management	2	4	1
MS	Management & Social Skills SCEM	Digital Marketing	2	3	2
		Leadership Skills	2	3	3
		Strategic Human Resource Management	1	2	3
		Strategic & Innovation Management	2	3	2
		Study Trip	2	3	2
		Team Building	2	3	1
		Optional Module Culture	Festival Management (WP)	2	5
OME	Optional Module Event	Technologies of Visitor Experience (WP)	2	5	3
		Managing the Event Workforce (WP)	2	5	3
OMM	Optional Module Management	Venue Management (WP)	2	5	2
		Cross-Cultural Management (WP)	2	5	3
OMS	Optional Module Sports	Project Management (WP)	2	5	2
		Contemporary Issues in Global Sports (WP)	2	5	2
PT	Practical Transfer SCEM	Contemporary Issues in Sports Communication (WP)	2	5	3
		Business Project I	2	4	2
		Business Project II	2	4	3
		Colloquium on Master Thesis	1	2	4
		Elective	2	3	3
		Master Thesis	0	22	4
		Research Methods & Evidence-based Management	2	4	2
		Thesis Preparation Seminar	2	4	3
SC	Specialization SCEM	Critical Thinking in SCEM	1.5	3	4
		Event Design & Experience	1.5	3	2
		International Sports & Cultural Politics	1.5	3	4
		Public Relations in SCEM	2	4	3
		Risk Management	2	4	1
		SCEM in the Urban Context	2	3	1
		Sustainability	2	4	1
				50.5	120

Curriculumsmatrix Berufsbegleitend

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Masterarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,6 SWS eingeplant, d.h. bei 30 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 18 ASWS (Vollzeit) bzw. bei 32 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 19,2 ASWS (berufsbegleitend), die im 4. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 37,2 ASWS über alle 4 Semester für die Masterarbeitsbetreuung erreicht.

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.1	Team Building	UE			0 %	2	2	4	60	FS	3
bb.FS.2	Strategic Human Resource Management (E)	ILV		X	0 %	1	1	1	15	FS	2
bb.GL.1	Sportwissenschaften & Sportmanagement	ILV			20 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.2	Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	ILV			25 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.3	Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement	ILV			25 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.4	Budgetierung & Controlling	ILV			0 %	2	1	2	30	GL	4
bb.VT.1	Event Design & Experience	SE			0 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.VT.2	Sport- & Kulturpolitik	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.VT.3	SCEM in the Urban Context (E)	ILV		X	0 %	2	1	2	30	VT	3
Summenzeile:						16.0		18.0	270.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240.0					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.3	Studienreise	ILV			0 %	2	2	4	60	FS	3
bb.FS.4	Digital Marketing (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.FS.5	Strategic & Innovation Management (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.PT.1	Praxisprojekt I	PT			50 %	2	3	6	90	PT	4
bb.PT.2	Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management	SE			25 %	2	2	4	60	PT	4
bb.VT.4	Critical Thinking in SKVM	ILV			20 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.WPK.1	Festival Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPK	5
bb.WPM.1	Project Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPM	5
bb.WPS.1	Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPS	5
bb.WPV.1	Venue Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPV	5
Summenzeile:								21.5	322.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen								232.5			

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.PT.3	Praxisprojekt II	PT			50 %	2	3	6	90	PT	4
bb.PT.4	Wissenschaftliches Arbeiten	SE			20 %	2	2	4	60	PT	4
bb.PT.5	Elective (E)	ILV		X	0 %	2	1	2	30	PT	3
bb.VT.5	Öffentlichkeitsarbeit in SKVM	SE			0 %	2	2	4	60	VT	5
bb.VT.6	Sustainability (E)	ILV		X	50 %	2	1	2	30	VT	4
bb.WPK.2	Technologies of Visitor Experience (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPK	5
bb.WPM.2	Cross-Cultural Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPM	5
bb.WPS.2	Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPS	5
bb.WPV.2	Managing the Event Workforce (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPV	5
Summenzeile:								20.0	300.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen								210			

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.6	Leadership Skills (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.FS.7	Recht	ILV			0 %	2	1	2	30	FS	3
bb.PT.6	Kolloquium zur Masterarbeit	SE			50 %	1	1	1	15	PT	2
bb.PT.7	Masterarbeit	SE			0 %	0	1	0	0	PT	22*
Summenzeile:						5		5	75		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						75					

* Die 22 ECTS für Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

Abkürzungen	
eLV	elearning Anteil der Lehrveranstaltung in Prozent
E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund
WP	Wahlpflichtfach

Zusammenfassung der Curriculumsdaten berufsbegleitend

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	50.5	64.5	967.5	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31.5	39.5	592.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	19	25	375	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	21			41
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	41.58 %			34.17 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	19.16 %			16.46 %

Curriculumsmatrix Vollzeit

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.BA.1	International Sports Management	ILV		X	20 %	2	1	2	30	BA	4
vz.BA.3	International Event Management	ILV		X	25 %	2	1	2	30	BA	4
vz.BA.4	International Financial Management	ILV		X	0 %	2	1	2	30	BA	4
vz.MS.1	Team Building	UE		X	0 %	2	2	4	60	MS	3
vz.SC.1	Sustainability	ILV		X	50 %	2	1	2	30	SC	4
vz.SC.2	SCEM in the Urban Context	ILV		X	0 %	2	1	2	30	SC	3
vz.SC.3	Risk Management	SE		X	0 %	2	1	2	30	SC	4
zv.BA2	International Cultural Management	ILV		X	25 %	2	1	2	30	BA	4
Summenzeile:						16		18	270		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS			
vz.MS.2	Study Trip	ILV		X	0 %	2	2	4	60	MS	3			
vz.MS.3	Strategic & Innovation Management	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS	3			
vz.MS.4	Digital Marketing	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS	3			
vz.OMC.1	Festival Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMC	5			
vz.OME.1	Venue Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OME	5			
vz.OMM.1	Project Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMM	5			
vz.OMS.1	Contemporary Issues in Global Sports (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMS	5			
vz.PT.1	Business Project I	PT		X	50 %	2	3	6	90	PT	4			
vz.PT.2	Research Methods & Evidence-based Management	SE		X	25 %	2	2	4	60	PT	4			
vz.SC.4	Event Design & Experience	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	SC	3			
Summenzeile:									15.5		21.5	322.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen									232.5					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS			
vz.MS.5	Leadership Skills	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS	3			
vz.MS.6	Strategic Human Resource Management	ILV		X	0 %	1	1	1	15	MS	2			
vz.OMC.2	Technologies of Visitor Experience (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMC	5			
vz.OME.2	Managing the Event Workforce (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OME	5			
vz.OMM.2	Cross-Cultural Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMM	5			
vz.OMS.2	Contemporary Issues in Sports Communication (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMS	5			
vz.PT.3	Business Project II	PT		X	50 %	2	3	6	90	PT	4			
vz.PT.4	Elective	ILV		X	0 %	2	1	2	30	PT	3			
vz.PT.5	Thesis Preparation Seminar	SE		X	20 %	2	1	2	30	PT	4			
vz.SC.5	Public Relations in SCEM	SE		X	0 %	2	2	4	60	SC	4			
Summenzeile:									15		19.0	285.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen									225					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.PT.6	Colloquium on Master Thesis	SE		X	50 %	1	1	1	15	PT	2
vz.PT.7	Master Thesis	SE		X	0 %	0	1	0	0	PT	22*
vz.SC.6	Critical Thinking in SCEM	ILV		X	20 %	1.5	1	1.5	22.5	SC	3
vz.SC.7	International Sports & Cultural Politics	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	SC	3
Summenzeile:						4.0		4.0	60.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						60.0					

* Die 22 ECTS für Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

Abkürzungen	
eLV	elearning Anteil der Lehrveranstaltung in Prozent
E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund
WP	Wahlpflichtfach

Zusammenfassung der Curriculumsdaten Vollzeit

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	50.5	62.5	937.5	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31.5	39.5	592.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	19	23	345	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	50.5			120
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	100 %			100 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	18.42 %			15.83 %

2.3 Modulbeschreibungen Berufsbegleitend

Modulnummer: GL SKVM	Grundlagen SKVM	Umfang:	
		16	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.) (2020). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UTB. Houlihan, B. & Green, M. (Eds.). (2012). Routledge Handbook of Sports Development. London: Routledge. Hoye, R., Smith, A. C., Nicholson, M., & Stewart, B. (2015). Sport management: principles and applications. London: Routledge. Hylton, K. (2013). Sport Development: Policy, Process and Practice. 3rd ed. London: Routledge. Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G.A. (2012). International Sport Management. IL: Human Kinetics. Schütte, N. (2016). Grundwissen Sportmanagement. Stuttgart: UTB</p>		
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Assmann, A. (2017), Einführung in die Kulturwissenschaft: Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen; Darmstadt Dätsch, C. (2018) (Hg.), Kulturelle Übersetzer, Bielefeld. Hoppe, Bernhard M. / Heinze, Thomas (2016): Einführung in das Kulturmanagement, Springer VS Lang, S. (2015): Partizipatives Kulturmanagement. Interdisziplinäre Verhandlungen zwischen Kunst, Kultur und Öffentlichkeit; Wiesbaden Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen, in: dies., Kunstvermittlung 2, Berlin/Zürich: diaphanes, S. 9-33. Teissl, V./Seltenheim, K. (2017): Kulturtourismus in Tirol. Chancen und Widerstände in einer Alpenregion, Bielefeld.</p>		
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Andrews, H. und Leopold, T. (2013). Events and The Social Sciences. London, Taylor and Francis Ltd. Eisemann, U., Winnen, L. und Wrobel, A. (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement: Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten. Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge. Jäger, D. (2018). Grundwissen Eventmanagement. 3. Aufl. utb GmbH, Stuttgart. Sakschewski, T. und Siegfried, P. (2017). Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben und Akteure. Wiesbaden, Springer Gabler. Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical hand-book. 5th ed. USA, Cengage Learning</p>		

Literaturempfehlung	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Horvath, P. (2015): Controlling, 13. Vollst. Überarb. Aufl., Vahlen Verlag München Weber, J. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Überarb. Aufl. Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart Kaplan, P.; Norton P. (2018): Balanced Scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen 1. Auflage Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart Stelling, J. (2008): Kostenmanagement und Controlling Oldenbourg Verlag München Wien Gleich R.; Kappes, M.; Leyk, J (2019): Planung, Budgetierung und Forecast 1. Auflage Haufe Verlag Freiburg</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können die aktuellen Entwicklungen im Sport systematisch darstellen. - Die Studierenden verstehen die grundlegenden Mechanismen von Entwicklungsdynamiken im Sport und können die zentralen Strategien zum Umgang damit beschreiben. - Die Studierenden sind in der Lage, Strategien zum Umgang mit den Entwicklungsdynamiken im Sport in unterschiedlichen Feldern zu entwickeln und diese zu begründen und zu evaluieren.
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben Kenntnis von den Strukturen und Funktionsweisen des Kulturbetriebs. - können die Ziele anhand von Trägerschaften unterscheiden sowie jene der Spartenbetriebe beschreiben. - können die Rollen der zentralen Akteure (Kunstschaffende, KuratorInnen, VermittlerInnen, Finanziers, Publikum) einordnen. - können kultur- und gesellschaftstheoretische Kontexte unterscheiden und deren Umsetzung praktizieren. - beherrschen Schnittstellenmanagement. - sind in der Lage, die Funktionen von Kulturbetrieben zu verstehen und die Anforderungen zu diskutieren. - handeln verantwortlich in Bezug auf Menschenrechte, Programmvermittlung und Marketing. - sind in der Lage, lösungsorientiert an Problemstellung des Kulturmanagements heranzugehen.
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedenen Eventarten, Rahmenbedingungen, Strukturen, Akteure und Instrumentarien des modernen Eventmanagements zu erklären. - grundlegende Problemstellungen im Eventmanagement zu erkennen, analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. - den Zusammenhang zwischen sozialwissenschaftlichen Ansätzen und Eventmanagement zu erkennen. - mit komplexen Sachverhalten umzugehen sowie Informationen zu interpretieren und beurteilen. - ihre Sozial- und Selbstkompetenz sowie ihr kritisches Analyseverhalten, die Diskursfähigkeit sowie Präsentations- und Moderationskompetenzen durch Gruppenarbeit und interaktive Lehrgespräch zu entwickeln.
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Ansätze des Kostenmanagements und Controllings als Managementfunktionen, insbesondere in Bezug auf KMU und auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektmanagement-Aufgaben selbständig auszuführen, - Kosten- und Erfolgsrechnungen zu analysieren, - die wichtigsten Planungs- und Kontrollsysteme anzuwenden, - Direct Costing und Break Even Analysen durchzuführen, - Deckungsbeitragsrechnungen zu kalkulieren, - Gemeinkostenwertanalysen durchzuführen und - Kennzahlensysteme zu identifizieren und analysieren.
Lehrinhalte	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Wissenschaft des Sports - Grundlegenden Theorien und Konzepte des Sportmanagements - Besonderheiten des Managements im Breiten- und Leistungssport - Verschiedene Organisationsstrukturen und -kulturen im Sport und ihre Zusammenhänge - Grundlegende Entwicklungsdynamiken im Sport (Modernisierung, Individualisierung, Pluralisierung, Kommerzialisierung, Professionalisierung, Technologisierung, Mediatisierung,
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Strukturen des Kulturbetriebs - Kulturvermittlung, Kultursoziologie und kulturelle Bildung - Schnittstellenmanagement - Internationalisierung

Lehrinhalte	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Se-</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventbegriff und Eventarten, Planungsmodelle und -stadien - Sozialwissenschaftliche Ansätze im Eventmanagement - Interne und externe Einflüsse auf Eventmanagement - Akteure und Stakeholder im Eventmanagement - Risikomanagement - Eventimplementierung & -logistik - Eventevaluierung
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>In der Lehrveranstaltung werden aufbauend auf den Ansätzen zu einem wertorientierten Controlling, sowohl bewährte Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zero based budgeting, - performance measurement - Deckungsbeitragsrechnung <p>in ihrer Bedeutung kurz eingeordnet.</p> <p>Aufgezeigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Budgetplanung - Einordnung in den Planungsprozess - Beurteilung des Unternehmens- und Projekterfolgs - Soll-Ist Vergleiche - Kennzahlensteuerung
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Se-</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Se-</u></p> <p>Seminararbeit</p>
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>

Modulnummer: VT SKVM	Vertiefung SKVM	Umfang:	
		21	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Bischof, R. (2008): Event-Marketing. Cornelsen Verlag; Blättler, A.; Gassert, D.; Parikka-Hug, S.; Ronsdorf, M. (2010): Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. transcript Verlag; Geißlinger, H.; Raab, St. (2011): Strategische Inszenierung. Carl-Auer Verlag; Kleine Wieskamp, P. (2016): Storytelling, Carl Hanser Verlag Mikunda, C. (2011): Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Mi-Wirtschaftsbuch Urthaler, D. (2010): Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events. VDM Verlag;		
	<u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Hampel, A. (2005). Fair Cooperation. Partnerschaftliche Zusammenarbeit in der auswärtigen Kulturpolitik. Wiesbaden: Springer Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Höfing, W., Horst, J. & Nolte, M. (2018) Good Governance im Sport. Tübingen: Mohr Siebeck Konrad, H. (2011). Kulturpolitik: eine interdisziplinäre Einführung, Wien. Mittag, J. & Nieland, J.-U. (2020). Sportpolitik. Wiesbaden: Springer Schad, A. (2018). Cultural Governance in Österreich. Bielefeld: transcript		
	<u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Cudny, W. (2020). Urban Events, Place Branding and Promotion: Place Event Marketing. Oxon: Routledge: Landry, C. (2015). Cities of Ambition. Bern, Comedia Schneider, W. and Jacobsen, K. (2019). Transforming Cities: Paradigms and potential for urban development within the "European Capital of Culture". Hildesheim, Georg Olmes Verlag AG. Smith, A. (2016). Events in the city: Using public spaces as event venues. London, Routledge. Terret, R. and Heck, S. (2015). Sport and urban space in Europe: facilities, industries, identities. London, Taylor & Francis Viehoff, V. and Poynter, G. (2015). Mega-event cities: urban legacies of global sports events. London, Routledge.		
	<u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Assmann, A. (2017). Menschenrechte und Menschenpflichten; Schlüsselbegriffe für eine humane Gesellschaft, Wien</p> <p>Leisink, P., Boselie, P., Hosking, D. M., & van Bottenburg, M. (Eds.) (2013). Managing social issues: a public values perspective. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing</p> <p>Keys, B. (2019). The Ideals of Global Sport: From Peace to Human Rights. Pennsylvania (USA), University of Pennsylvania Press,</p> <p>Journals: Journal of Management Value & Ethics Gender in Management Journal of Critical Media Studies</p> <hr/> <p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Gunning, E. (2019): Public Relations: a practical approach, Red Globe Press Deg, R. (2017): Basiswissen Public Relations, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Elleström, L. (2010): Media borders, multimodality and intermediality. Palgrave Macmillan. Flechtker, B. (2006) Intercultural media training in Europe: Handbuch für TrainerInnen, MitarbeiterInnen und RedaktionsInnen, Koesel Verlag, München</p> <hr/> <p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Hedstrom, G. (2018): Sustainability: What is it and how to Measure it. De Gruyter Razaq Raj R., Musgrave, J. (2009): Event Management and Sustainability. MPG Books Savery. J. (2011): Sustainability and Sport. Common Ground Publishing Wirtenberg, J. (2014): Building a Culture for Sustainability: People, Planet, and Profits in a New Green Economy. Praeger</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden setzen sich mit der Kreation von Events auseinander. Sie verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und kennen die technischen Möglichkeiten zur Umsetzung der kreativen Ziele. Die Studierenden entwickeln ein markt- bzw. kundenorientiertes Denken und kennen den Ablauf von aufgaben- und zeitgetriebenem Arbeiten.</p> <p>Die Studierenden können sich aktiv und problemlösungsorientiert in Gruppenarbeiten einbringen. Sie entwickeln Kreativität und Leistungsbereitschaft.</p> <p>Sie können kritische Rückfragen aufnehmen, verarbeiten und mit kommunikativer und emotionaler Intelligenz adäquat bearbeiten.</p> <hr/> <p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Entstehung, Strukturen und Wirkungsintentionen der Sport- und Kulturpolitik im deutschsprachigen Raum darstellen, interpretieren und diskutieren. - können die wichtigsten rechtlichen und institutionellen Grundlagen der Sport- und Kulturpolitik benennen. - können die institutionellen und gesellschaftspolitischen Zusammenhänge der europäischen und internationalen Sport- und Kulturpolitik darstellen und kritisch reflektieren. <hr/> <p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Studierende sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - eine interdisziplinäre und kritische Perspektive zu entwickeln, wie Städte Sport, Kultur und Veranstaltungen für Standortförderung, wirtschaftliche Entwicklung sowie für Kommunalentwicklung nutzen. - die Bedeutung von kulturpolitischen Initiativen (e.g. Kulturhauptstadt Europas) zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. - in Teams Lösungsansätze zu entwickeln. - Informationen aufzuarbeiten, zu analysieren zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen.

	<p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die gesellschaftlichen Wirkungsfacetten von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsangeboten darstellen, kritisch hinterfragen und diskutieren. - identifizieren u.a. den Stellenwert der Menschenrechte für Sport, Kultur und Veranstaltungsmanagement. - können zeitgemäße Managementstrategien bewerten und anwenden. - analysieren die gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. - entwickeln Standards für die kritische Evaluation gesellschaftlicher und technologischer Entwicklungen. - diskutieren ethische Herausforderungen des Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagements. - entwickeln Verantwortungsbewusstsein und grundlegende interkulturelle Kompetenzen. <p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Studierenden sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. Sie beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren. Sie kennen die unterschiedlichen Medienformate und Texte und können diese entsprechend zuordnen.</p> <p>Die Studierenden entwickeln durch Präsentationen ein souveränes, vertrauenswürdiges und überzeugendes Auftreten. Die Studierenden beherrschen eine klare, deutliche Sprache und können mit Begriffen präzise umgehen. Die Diskussionsfähigkeit wird etabliert und kritisches Auseinandersetzen mit verschiedenen Medieninhalten erlernt.</p> <p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Handlungsprinzip der Nachhaltigkeit - das 3 Säulen Modell - die Abgrenzungen bzw. Überschneidungen zu Corporate Social Responsibility - die aktuellen Nachhaltigkeitsdebatten <p>Die Studierenden unterscheiden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedene Nachhaltigkeitskonzepte - die verschiedenen Ziele und Ausrichtungen der Nachhaltigkeit sowohl im Bereich der Wirtschaft als auch im sozialen Kontext
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist Dramaturgie? (Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling; Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften; die äußere Bauform; dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) - Die Inszenierung (Transmedia Storytelling; Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung; die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen; die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers) - Das Drehbuch

Lehrinhalte	<p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen von Sport- und Kulturpolitik - Zentrale Akteure und Entscheidungsstrukturen - Europäische und internationale Strukturen / Institutionen von Sport- und Kulturpolitik - Aktuelle Entwicklungen in der Sport- und Kulturpolitik
	<p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Einfluss urbaner Veranstaltungen auf das Image des Standorts Das Konzept der Eventifizierung und Eventisierung und seine Auswirkungen auf den urbanen Raum und Stadtentwicklung - Die Bedeutung von urbanen Events, Kultur und Sport für Stadtmarketing, Markenbildung von Städten und raumbezogene Identität - Der Einfluss von Sport auf die Transformation des urbanen Raums und Revitalisierung im Städtebau - Kulturpolitische Initiativen (z.B. Kulturhauptstadt Europas) und die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen - Bewerbungsprozesse und Auswahlverfahren von kulturpolitischen Initiativen
	<p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menschenrechte als manageriale Matrix (z.B. Barrierefreiheit, Teilhabe, Promotion der Gleichheit aller Völker) - Dimensionen von Diversity (u.a. Gender), Repräsentation und Audience Development in Managementstrategien - Entwicklung und Auswirkungen von Kommunikations- und Informationstechnologien auf Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement - Wandel von Arbeitswelten und Märkten im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich - Machtverhältnisse und gesellschaftliche Voraussetzungen zentraler Stakeholder
	<p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien - Ikonographie und orale Traditionen - Historisches Schriftverständnis - Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren, etc.) - Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos, etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen, Präsentation - Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung
	<p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeitskonzepte aus den Blickwinkeln verschiedener Stakeholder im Bereich Sport- und Kulturveranstaltungen (Staaten, Gemeinden, Behörden, Föderationen, Umwelt, Bevölkerung, Arbeitgeber und Arbeitnehmer, etc.) - Auswirkungen von Veranstaltungen auf Teilnehmer, Regionen, Politik, etc. - Aktuelle politische Auseinandersetzung mit dem Problem der Klimaerwärmung - Instrumente des konstanten Qualitätsmanagements, Prozessmanagements und Projektmanagement mit dem Schwerpunkt umfassender Nachhaltigkeitsbestrebungen
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p>

	Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>
	Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u>
	Seminar
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u>
	Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u>
	Klausur
	<u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u>
	Seminararbeit
	<u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u>
	Präsentation
	<u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>
	Seminararbeit
<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u>	
Klausur	
<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u>	
Klausur	

Modulnummer: FS SKVM	Führung & Social Skills SKVM	Umfang:	
		20	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology Garner, E. (2012): Teambuilding: How to turn uncohesive groups into productive teams. Eric Garner& Ventus Publishing ApS Katzenbach, J., Smith, D. (2006): The wisdom of Teams: Creating the High Performance Organization, Harper Business; Leutenberg, E. (2008): The successful Teambuilding Workbook: Self Assessments, Exercises & educational Handouts, Whole Person Ass.,; Paul, J. (2006): Social Events: Wertewandel in der Eventbranche, VDM Thomas, A., Stumpf, S. (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung, Hogrefe;		
	<u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Bailey, C. und Mankin, D. (2018). Strategic Human Resource Management. 2nd ed. Oxford, Oxford University Press. Mensi-Klarbach und Risberg, An. (2019). Diversity in Organizations: Concepts and Practices. London, Red Globe Press. Rees, G. (2002) and Smith, P. (2017). Strategic Human Resource Management: An international perspective. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd. Sparkman, R. (2018). Strategic Workforce Planning: Developing optimized talent strategies for future growth. London, Kogan Page.		
	<u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Richards, G., Palmer, R. (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam. Thomas, A. (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht Thomas, A. (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht		
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019): Digital Marketing. 7th edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Kingsnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing. 2nd edition. Kogan Page.</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Krug, St. (2013): Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd edition. New Riders.</p> <p>Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead. Tasora Books.</p>
	<p><u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161.</p> <p>Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review, (October 2004), 76-84.</p> <p>Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, (November-December 1996), 61-78.</p> <p>Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, (January 2008), 78-93.</p>

<p>Literaturempfehlung</p>	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Northouse, Peter G. (2019) Leadership, Theory & Practice, 8th. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Northouse, Peter G. (2015) Introduction to Leadership: Concepts and Practice. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Harvard Business Review Press. (2011) HBR's 10 Must Reads on Leadership. Boston, Massachusetts. Har Price, J. (2017). The construction of cultural leadership. ENCATC Journal of Cultural Management & Policy, 7 (1). pp. 5-16. ISSN 2224-2554</p> <p>Journals:</p> <p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Vögl, K. (2019): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht: Vertragsfragen, Jugend-schutz & Steuern; Landesgesetze, Veranstaltungsstätten & Baurecht; Arbeits-recht, Public Viewing & Urheberrecht. LexisNexis-Verl. ARD Orac, Wien.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teambuildingphasen. - Sie schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. <p>Sie kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - spezifische Team-Rollen - ihre Implikationen - Entwicklungen in den verschiedenen Teambuildingphasen - Handlungsalternativen <p>Sie wenden an:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfahrungslernen - Reflexion - diskursiven Austausch <p>Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einfühlungsvermögen - Konfliktfähigkeit und –bewältigung - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Überzeugungsfähigkeiten - Verantwortungsbewusstsein - Selbstbehauptung <p><u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Studierende sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Umfang und die wechselhafte Rolle von strategischem Personalmanagement sowie die Wechselwirkung zwischen strategischem Personalmanagement und Performance zu verstehen. - die komplexen HR-bezogene Probleme, mit denen sich Unternehmen in einer globalisierten Wirtschaftswelt konfrontiert sehen, zu identifizieren und zu evaluieren und Wissen über die verschiedenen Strategien zur Problembewältigung zu entwickeln. - eine gestärkte Diskussionsfähigkeit zu entwickeln, Argumente und Ideen klar zu artikulieren und zu präsentieren. - ihre kognitive Fähigkeiten, Konzepte zu verstehen und diese auf die Praxis zu beziehen, wie relevante Informationen zu sammeln, Probleme zu erkennen und passende Lösungen zu finden. - Informationen zu analysieren und zu synthetisieren.

	<p><u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden wählen selbständig eine zum Studienprogramm passende Destination aus.</p> <p>Sie klären soziokulturelle sowie wirtschaftliche Daten und Fakten der Zielregion.</p> <p>Sie entwerfen das Programm:</p> <ul style="list-style-type: none">- mit Schwerpunkten im Kontext zu Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement- Unternehmensbesuchen- Treffen mit Kooperationen, NGOs, Botschaften, AußenwirtschaftsCentern, etc. <p>Sie identifizieren:</p> <ul style="list-style-type: none">- soziale und kulturelle Hauptströmungen der betreffenden Region- wirtschaftliche Entwicklungen der betreffenden Region- politische Herausforderungen der betreffenden Region <p>Sie erwerben:</p> <ul style="list-style-type: none">- interkulturelle Kompetenzen- Diskussionsfähigkeiten- Organisationsfähigkeiten
--	---

Kompetenzerwerb	<p><u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Herausforderungen der integrierten Marketingkommunikation an Unternehmen verstehen - digitale Marketingstrategien konzipieren und umsetzen <p>Sie bewerten Marketingbudgets nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppen - Effizienz - Reichweite - Output <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - auf digitale Herausforderungen reagieren - Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge erfassen - eigenes Handeln einschätzen und hinterfragen
	<p><u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Grundkenntnisse des Konzepts der Strategie und des strategischen Managements im allgemeinen Geschäftsleben. - sind in der Lage, zwischen den Schlüsselkonzepten in der Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu unterscheiden. - sind in der Lage, die Kenntnisse und Anwendungen mehrerer bekannter entwicklungs-politischer, analytischer und strategischer Rahmenwerke zu demonstrieren und ihre Anwendung zur Analyse, Beurteilung und Bewertung verschiedener Situationen zu demonstrieren. - besitzen die Fähigkeit, die bei der Lösung von Problemen gelernten Lektionen auszuwählen und anzuwenden und Lösungen für Szenarien im Zusammenhang mit dem Management von Sport, Kultur und Veranstaltungen zu synthetisieren.
	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - erhalten ein Verständnis für die Entwicklung des allgemeinen Konzepts der Führung, verschiedene grundlegende Ansätze zur Führung und verschiedene Schwelle-Ansätze zur Führung. - können sich kritisch mit ihren individuellen Ansichten und Herangehensweisen an Führung auseinandersetzen. - erhalten die Fähigkeit, ihre emotionale Intelligenz in Führungssituationen anzuwenden. - kennen die wichtigsten Besonderheiten in der Führung von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen.
	<p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Erkenntnisbereiche des österreichischen Ver-anstaltungsrechts:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsterminologie - Eventarten und deren rechtliche Konsequenzen - Rechtsquellen und -auslegung - haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen - Vertragsausgestaltung - arbeitsrechtliche Grundlagen - Steuerrecht - behördliche Genehmigungen <p>Die Studierenden erkennen juristisch risikorelevante Implikationen und subsumieren Sach-verhalte unter Rechtsquellen.</p> <p>Darüber hinaus haben sie Kenntnis der verschiedenen juristischen Rechtsgrundlagen, z.B. URG, DSGVO und unterscheiden deren Anwendungsbereiche.</p>

Lehrinhalte	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor-Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Dabei werden abgedeckt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen - Zielperspektiven und Risiken - Führung im Team - Organisation von Zusammenarbeit - soziale Kohärenzen - die Zuordnung und Einschätzung von Rollen - Konfliktpotenziale inkl. Ursachen und Lösungen
	<p><u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung deckt eine Reihe von Themen, die für den Bereich des Strategischen Talentmanagements relevant sind, wie z.B. harte und weiche Konzepte von Human Resource Management, modern Organisationsmodelle und ihre Bedeutung für die Unternehmenskultur, externe Einflüsse auf strategisches Personalmanagement, die Rolle von flexiblen und mobile Arbeitsformen, traditionelle und innovativer Vergütungsansätze, Karriere- und Talentmanagement und/oder Diversität und Chancengleichheit in Unternehmen.</p>

Lehrinhalte	<p><u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Planung, Organisation und Implementierung des Programms - Treffen und Diskussionen mit ExpertInnen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement - Besuche internationalen Institutionen wie zum Beispiel: Botschaften, Außenwirtschaftszentren der WKÖ oder Goethe Institut. - Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen
	<p><u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung zeigt auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings - die Rahmenbedingungen beim Einsatz von digitalem Marketing - die besonderen Herausforderungen bezüglich Interaktion und Schnelligkeit im digitalen Marketing. <p>Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Best Practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.</p>
	<p><u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte von Strategie und strategischer Innovation (allgemeine Strategie) - Schlüsselkonzepte der strategischen Positionierung und allgemeine wettbewerbsstrategische Rahmenbedingungen für die Industrieanalyse. (Michael Porter) - Innovationsstrategie zur Schaffung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Marktpositionen (Blue Ocean Strategy) - Werkzeuge zur Umsetzung der strategischen Vision in organisatorisches Handeln (u.a. Balanced Scorecard)
	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte und Elemente der Führung in einem modernen Geschäftsumfeld - Grundlegende Herangehensweisen an Führung (Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten und situative Führung) - Neue Ansätze zur Führung (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Die eigenen Ansichten und Ansichten zur Führung verstehen und benennen - Entwicklung und Anwendung von Führungsqualitäten - Besonderheiten der Mitarbeiterführung in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen - Verschiedene Ansätze und Verständnisse von Leadership
	<p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Rechtsterminologie - Veranstaltungsrecht inkl. verschiedener Veranstaltungsarten - Arbeitsrecht - Urheberrecht - Haftung - Rechtskonsequenzen - Bauverordnungen - Behörden - Gesetze, Verordnungen, Auflagen

Lehr- und Lernmethoden	<u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Übung
	<u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation
	<u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Klausur
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bericht
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Projekt, Präsentation
	<u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Klausur

Modulnummer: PT SKVM	Praxistransfer SKVM	Umfang:	
		43	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Ahlemann, F. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Springer Gabler. Berlin Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow Bortoluzzi Dubach, E. (2011): Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis. 5., aktualisierte und erw. Aufl., Haupt, Bern, Wien (u.a.). Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München.		
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester</u> Baur, N., & Blasius, J. (Hg.) (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (Hg.) (2009). Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 3. Grundl. überarb. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford u.a: Oxford Univ. Press. Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4. Auflage). Weinheim/Basel: Beltz Juventa. Schnell, R. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenburg: DeGruyter.		
	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Ahlemann, F. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Springer Gabler. Berlin Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Olfert, K. (2012): Projektmanagement. Herne, Kiehl. Risch-Kerst, M. (2011): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb. Springer Rübner, W. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge. Businessvillage Steirer W., Matt S., Moser G. (2004): Kulturmanagement leicht gemacht. Der kurze Weg zum Profi. Neuer wissenschaftlicher Verlag Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u>		

	<p>Brunner, H., Knitel, D., Resinger, P. J., Mader, R. (2015) Leitfaden zur Bachelor- und Masterarbeit: Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und berufsfeldbezogenes Forschen an Hochschulen und Universitäten. 3. Auflage. Tectum Wissenschaftsverlag.</p> <p>Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford Univ. Press.</p> <p>Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd.</p> <p>Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient.</p> <p>Turabian, K. L. (2013). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers. Chicago, IL: University of Chicago Press.</p>
	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing.</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.</p> <p>Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.</p>

Literaturempfehlung	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage, ESV Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage, C.F. Müller Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd.</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage, ESV Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage, C.F. Müller Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd.</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen. - zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen. - Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen. - fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft. <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektkommunikation - Selbstorganisation - Zeitmanagement - Organisationsfähigkeit - Stressbewältigung und Belastbarkeit
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen den Zusammenhang zwischen Forschungspraxis und faktenbasierten Entscheidungsprozessen in der Berufspraxis. - verstehen die Rolle von theoretischen Grundannahmen und Begriffen im Forschungsprozess. - können Stärken und Einsatzgebiete qualitativer und quantitativer Methoden der empirischen Sozialforschung beurteilen. - beherrschen die Konzeption von Fragebögen und Interviewleitfäden. - sind in der Lage, eine empirische Datenerhebung durchzuführen. - kennen Verfahren der analogen und digitalen Datenauswertung.
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen. - zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen. - Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen. - fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft. <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von:</p>

	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die zentralen Merkmale eines Forschungsexposés zu erkennen. - eigenständig empirische Forschungsprojekte auf Masterniveau zu entwickeln und zu planen. - vorhandene wissenschaftliche Literatur nach forschungspraktischen Kriterien zu gewichten. - ethische und praktische Aspekte ihrer Forschungsfrage zu reflektieren. - die Erkenntnispotenziale qualitativer und quantitativer Methoden für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage einzuschätzen. - die optimalen Methoden für ihr Forschungsdesign auf Masterniveau auszuwählen und zu begründen. - theoretische und methodische Probleme ihrer geplanten Masterarbeit zu erkennen, zu analysieren und systematische Lösungsansätze zu entwickeln.
--	--

Kompetenzerwerb	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bisher erworbenen Kenntnisse in den Diskussionen miteinbringen. - neue Erkenntnisse hinterfragen, einstufen und gegenüberstellen. - Tätigkeiten der ExpertInnen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen bewerten. - Kontakt zu den ExpertInnen aufnehmen und/oder ausbauen und verstehen sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt. <p>Die Studierenden stärken ihre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Kreativität - Fähigkeiten in aufgaben- und zeitgetriebenen Arbeiten an Projekten - Präsentationsfähigkeiten
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden werden zur Artikulation, Reflexion und Diskussion über Problematiken, die sich in Zusammenhang mit ihren Masterarbeitsthemen ergeben, befähigt. Der Austausch soll Klärungsprozesse und einen Prozess des Voneinander-Lernens initiieren.</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Studierende sind nach erfolgreicher Absolvierung der LV in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen.</p>
Lehrinhalte	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterschiede und Schnittstellen von qualitativer und quantitativer Sozialforschung - Forschungsdesign und Forschungsplanung - Qualitative und quantitative Stichproben - Instrumente zur qualitativen und quantitativen Datenerhebung - Methoden zur Datenauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse, Faktorenanalyse, Regressionsanalyse - Beispiele empirischer Studien aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<ul style="list-style-type: none">- Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung- Projektauftraggeberbriefing- Projektentwicklung und -steuerung- Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation- Coaching- Durchführung bzw. Fertigstellung- Begleitung bei der Realisierung- Nachberichterstattung und Dokumentation- Projektpräsentation
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Struktur, Inhalte und Funktion von Forschungsexposés- Forschungsfragen formulieren und kontextualisieren- Interdisziplinarität als Chance und Herausforderung- Forschungsstand erheben und Literatur systematisch gewichten- Forschungslücken finden und kontextualisieren- Informations- und Wissensmanagement- Forschungsmethoden adäquat auswählen und begründen- Gütekriterien empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung- Forschungsethik und Datenschutz

Lehrinhalte	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Lehrinhalte unter anderem mit folgenden Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Zukunft des Sports, der Kultur und von Veranstaltungen hinsichtlich Bedeutung - Anwendung von Marketinginstrumenten in Projekten - Wissenschaftliche Analyse von Marketingkampagnen in der Praxis - Aktuelle Trends aus International Business in Theorie und Praxis - Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen - Branchen- und F&E-Aktivitäten - Digitale Entwicklungen - Entstehung und Bewertung von Trends, Moden, Booms
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Austausch über Probleme und deren mögliche methodische Lösungen begleitend zur Themenentwicklung der Masterarbeit - Austausch über Literatur und Prozesse des Schreibens als Form der Forschung und Erkenntnisgewinnung
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums (Sport-, Kultur-, Eventmanagement, Urban Studies, Destination Management, Venue Management, Leadership Management).</p> <p>Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Masterseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Der/Die BetreuerIn leitet die Studierenden dabei an; wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>

	Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester Wissenschaftlicher Artikel
	Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4 Projekt
	Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4 Wissenschaftlicher Artikel
	Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3 Klausur
	Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2 Teilnahme
	Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22 Masterarbeit

Modulnummer: WPK	Wahlpflichtmodul Kultur	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Newbold, C. & Jordan, J. (ed) (2016). Focus on World Festivals, Oxford: Goodfellow Publishers Filipovic, E. et al (ed.) (2010). The biennial reader, Bergen: Hatje Cantz Verlag Picard, D. & Robinson, M. (2006). Festivals, Tourism and change: Remaking Worlds, Duffy, M. & Mair, J. (2018). Festival Encounters. Theoretical Perspectives on festival events. Valck, M. et al (ed) (2016). Film Festivals: History, Theory, Method, Practice.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS:</u> Bekele, M., et al. (2018). A Survey of Augmented, Virtual, and Mixed Reality for Cultural Heritage. Journal on Computing and Cultural Heritage, 11(2), 1-36. Turner, P. (2017). A Psychology of User Experience. Involvement, Affect and Aesthetics. Cham: Springer. Simon, N. (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer. Vladimir G. (Ed.). (2018). Augmented Reality Art. From an Emerging Technology to a Novel Creative Medium. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - können die Entwicklung und Besonderheiten von Festivals als Format der kulturellen Produktion und sozialen Begegnung einordnen. - verstehen und reflektieren die globalen Strukturen der Festivalwelt, die Bedeutung von Orten und den Wandel durch die Digitalisierung. - kennen die zentralen managerialen Herausforderungen, u.a. der Finanzierung und Kulturvermittlung. - reflektieren das ökonomische und künstlerische Umfeld von Festivals. - können Stellenwert und Wirkung von Festivals auf Destination Management, Kulturtourismus und kulturelle Produktion einordnen. - Entwickeln interkulturelle Kompetenzen und Verantwortungsbewusstsein.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS:</u>		

	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Grundlagen computervermittelter Kulturerlebnisse. - kennen die zentralen Mechanismen multimedialer Wahrnehmung. - sind in der Lage, zwischen Indoor- und Outdoor-Anwendungen zu unterscheiden. - können einfache Formen des GPS-Tracking auf Besuchererfahrungen anwenden. - können Besucher-Apps im Hinblick auf ihre inhaltliche Qualität beschreiben und bewerten. - sind in der Lage, Usabilitykriterien auf Besucher-Apps anzuwenden. - können das Innovationspotenzial digitaler Anwendungen für Visitor Experience und Audience Development einschätzen.
Lehrinhalte	<p><u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Definitionen und (historische) Entwicklung von Festivals - Aufgaben und Potenziale von künstlerischen Festivals - Globale Netzwerke und internationaler Austausch - Festival Tourismus und Nachhaltigkeit - Festival Management

Lehrinhalte	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Typologie von Besucher-Apps in computervermittelten realen Umgebungen (Audioguide, Multimediaguide, Augmented Reality, Mixed Reality) - Grundlagen multisensorischer Wahrnehmung und multimedialer Verstehensprozesse - Besucherrouten und räumliche Erfahrung - Atmosphäre und Immersion - Enhanced Storytelling und Lernen - Besucher-Engagement durch Web 2.0 - User Experience von Beispielen
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS:</u></p> <p>Seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Wissenschaftlicher Artikel</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS:</u></p> <p>Projekt</p>

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Management	Umfang:	
WPM		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute. (2017), A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th Edition). Newtown Square, Pennsylvania, USA, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Browaeyns, M. & Price, R. (2019). Understanding Cross Cultural Management (4th Edition). Harlow, United Kingdom: Pearson. Groysberg, B., Lee, J., Price, J., Cheng, J. (2018) The Leader's Guide to Corporate Culture. Harvard Business Review (Jan-Feb 2018), 44-52 Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - kennen allgemein anerkannte Best Practices im Bereich des Projektmanagements und können diese auch anwenden. - besitzen die Fähigkeit, Projekte und Projektteams auszuwählen, zu entwickeln und zu leiten.		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - können kulturelle Geschäftspraktiken auf verschiedenen Ebenen (national, organisatorisch, unternehmerisch, professionell) untersuchen, bewerten, vergleichen und beschreiben.		
	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Projekte verstehen und strukturiertes Projektmanagement - Projektlebenszyklus (Auswahl, Initiierung, Planung, Durchführung, Überwachung und Steuerung, Abschluss) - Projektzeitplanung (Terminplanungssoftware, manuelle Terminplanungstechniken) - Methoden des Projektmanagements 		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> <ul style="list-style-type: none"> - Konzept und Anwendung von Kultur in der Wirtschaft - Determinanten und Dimensionen der Kultur - Globale Geschäftskulturen - Kultur und Führung - Die Unternehmenskultur 		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Seminar		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Seminar		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Projektdokumentation, Klausur		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Projekt, Klausur		
Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Sport		Umfang:
WPS			10 ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Be-		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester /</u> Byers, T. (Ed.). (2015). Contemporary issues in sport management: A critical introduction. London: Sage. Hoyer, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage. Schulenkorf, N., & Frawley, S. (2016). Critical issues in global sport. London: Routledge.		
	Journals: Journal of Sport Management International Review for the Sociology of Sport International Journal of Sport Policy Sport Management Review		
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Se-</u>		

	<p>Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). <i>Communication and sport: Surveying the field</i>. London: Sage.</p> <p>Pedersen, P. M. (2013). <i>Routledge handbook of sport communication</i>. New York: Routledge.</p> <p>Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2016). <i>Strategic sport communication</i>. Champaign, IL: Human Kinetics.</p> <p>Journals: Communication & Sport International Journal of Sport Communication Journal of Sport Communication Sport Management Review</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ein Verständnis dafür, dass Sportorganisationen in einem breiteren kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Kontext operieren. - können bestehende und für selbstverständlich gehaltene Strategien und Praktiken im sportlichen Kontext kritisch reflektieren und die komplexen Zusammenhänge zwischen lokalen Formen der Dominanz im Sport sowie breiteren Zusammenhängen identifizieren. - können darlegen, wie Formen asymmetrischer Machtverhältnisse und Kommunikation bestimmte Interessengruppen begünstigen, und sind in der Lage, ihr gewonnenes Verständnis anzuwenden, um die damit einhergehende Diskurse sowie alternative Strukturen zu diskutieren. - können verschiedene Wege aufzeigen, wie der Sportmanagementsektor verbessert werden kann, unter Berücksichtigung der historischen Entwicklung, der aktuellen Trends, Theorien, sowie der untersuchten Bereiche bzw. Herausforderungen. <p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Se-</u></p> <p>Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können den weitreichenden Einfluss und die Präsenz der Kommunikation in der Sportbranche reflektieren. - können kritisch über die Komplexität und Breite der Kommunikation im Sportsektor diskutieren und dabei eine Vielzahl von Paradigmen sowie multidisziplinäre, theoretische und praktische Perspektiven heranziehen. - haben ein Verständnis dafür entwickelt, wie Kommunikation Sportveranstaltungen, wichtige Stakeholder im Sport sowie andere Bereiche der Sportbranche beeinflusst. - können Theorien der Sportkommunikation verwenden, um sportspezifische Phänomene zu erklären.
Lehrinhalte	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wesentliche Themen und Konzepte des „glokalen“ Sports: Globale Sportökonomie, Kommerzialisierung und strategisches Management - Wichtige Theorien und unterschiedliche Governance-Strukturen in den Bereichen Sport, Integrität und Korruption sowie deren Auswirkungen auf das Management

Lehrinhalte	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Se-</u> - Wichtige Kommunikationstheorien und konzeptionelle Aspekte in der Sportmanagementwissenschaft - Sport als Kommunikationssystem und Medienorganisationen im Sport - Sportler - Medienkommunikation, Sportfans und Fankultur in der digitalen Welt - Wichtige Herausforderungen der Sportkommunikation, zukünftige Medienformate und Trends</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / Seminar</u></p>
	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Se-Seminar</u></p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / Präsentation, Wissenschaftlicher Artikel</u></p>
	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Se-Präsentation, Wissenschaftlicher Artikel</u></p>

Modulnummer: WPV	Wahlpflichtmodul Veranstaltung	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Be-		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMA-COM.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden können: - Bedarf für Errichtung neuer Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen analysieren und bewerten. - die involvierten Stakeholder für die Konzeption von Infrastruktur benennen (Behörden, Auftraggeber, Investoren, zukünftige Betreiber, Bevölkerung, etc.). - effiziente Vermarktungsstrategien darlegen. - Veranstaltungsimmobilien ökonomisch managen - den Lebenszyklus der Infrastruktur einordnen. - gewohntes Denken und Handeln auf neue veränderte Situationen anpassen, um damit ein flexibles Herangehen mit neuen Herausforderungen aufzubauen. - Chancen und Risiken einer Umsetzung erkennen und abschätzen. - Verhandlungskompetenz entwickeln.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Studierenden sind in der Lage: - die Beschaffenheit, Struktur und Prozesse des Personalwesens im Veranstaltungsbereich zu bewerten. - sich kritisch mit moralischen, ethischen und gesetzlichen Belangen in verschiedenen Bereichen des Personalwesens auseinanderzusetzen. - Lösungsansätze für effektives Personalmanagement in der globalen Veranstaltungsbranche kritisch zu diskutieren. - die Komplexität des Freiwilligenmanagements im Veranstaltungsbereich zu verstehen. - basierend auf Informationen fundierte Argumente zu entwickeln und zu artikulieren.		

Lehrinhalte	<p><u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobiliemanagement - Überblick über Veranstaltungsimmobiliencenter - Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobiliencenter - Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten - Stakeholder von Veranstaltungsimmobiliencenter - Die Frage der Baukosten - Wechselwirkungen von „Bau“ und „Betrieb“ - Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobiliencenter - Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobiliencenter - Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage - Standortfaktoren und Standortwahl - Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen - Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobiliencenter - Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobiliencenter - Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltungsimmobiliencenter im Markt - Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobiliencenter - Herausforderungen im operativen Management von Veranstaltungsimmobiliencenter (inkl. Facility Management) - Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur - Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (z.B. Gartenschauen, Waterfront Development)
	<p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Personalmanagement im Veranstaltungsbereich, z.B. das Unternehmen als pulsierender Kollektivkörper („Pulsating organization“) - Personalbeschaffung, -auswahl, -training und -entwicklung in Veranstaltungsunternehmen - Motivationale Aspekte ehrenamtlichen Engagements sowie Gewinnung und Bindung von freiwilligen Helfern - Emotionale und ästhetische Arbeit im Veranstaltungsbereich - Moral, Ethik und rechtliche Grundlagen im Personalmanagement (z.B. Arbeitsbedingungen)
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p>

2.4 Modulbeschreibungen Vollzeit

Modulnummer:	Basics SCEM	Umfang:	
		16	ECTS
BA SCEM			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: not applicable / 1. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Hoye, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage. Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G.A. (2012). International Sport Management. IL: Human Kinetics. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (Eds.). (2014). Contemporary Sport Management. IL: Human Kinetics. Robinson, L., Chelladurai, P., Bodet, G., & Downward, P. (Eds.). (2013). Routledge Handbook of Sport Management. London: Routledge.</p>		
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. and Wilde, N. (2017). Events management: An introduction. 2nd ed. London, Routledge Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. and McDonnell, I. (2010). Events Management. 3rd ed. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann Ferdinand, N. and Kitchin, P. (2016). Events management: An approach. 2nd ed. SAGE Publications Ltd. Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge. Raj, R., Walters, P. and Rashid, T. (2017). Events management: principles and practice. 3rd ed. London, SAGE Publications Ltd. Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical handbook. 5th ed. USA, Cengage Learning.</p>		
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Beach, J., Kaspar, R. The Business of Events Management. (2014), Prentice Hall International. Chapter 20: Events as a Sponsorship Investment Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing. Hawkins, David F., & Cohen, Jacob (November 13, 2014). The Income Statement. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-109. Hawkins, David F. (March 5, 2007). The Balance Sheet. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-108. Hawkins, David F., & Cohen, Jacob (February 26, 2007). The Statement of Cash Flows. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-107. Hock, S., Raithel, S., When Scandal Engulfs a Celebrity Endorser: Four factors should guide firms' reactions. (2019, May-June). Harvard Business Review. Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161</p>		

	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Bollo, A.; Da Milano, C.; Gariboldi, A., & Torch, C. (2017). Study on Audience Development. How to place audiences at the center of cultural organizations. Brussels: European Union.</p> <p>Küpers, W.; Sonnenburg, S.; Zierold, M. (eds.) (2017). Rethinking Management. Perspectives and Impacts of Cultural Turns and Beyond, Wiesbaden: Springer.</p> <p>Carnwarth, J. D.; Brown, A. S., (2014), Understanding the Values and Impacts of Cultural Experiences. London: Arts Council of England.</p> <p>International Journal of Arts Management</p> <p>The Journal of Arts Management, Law, and Society</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the specific characteristics of the international sports market. - are able to reflect the fundamental concepts and theories in the field of international sports and sports management. - develop a basic understanding of the international structures of sports (especially the Olympic System), of the globalization of sports and sports structures in comparative perspective. - know about the structures of global governance in sports.
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Students will be able:</p> <ul style="list-style-type: none"> - to distinguish between different types of events and analyze their scope. - understand and apply event planning and management tools and processes. - to appreciate the complexity of event planning and management. - to analyze different kinds of information and data. - to articulate and present arguments and ideas. - to cooperate with their peers by working in groups, conduct joint information and find solutions to practical programs.
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Students will learn about cost management and controlling approaches as functions of management in the application of basic business administration knowledge and skills, particularly in relation to SME's, sports, culture, and events.</p> <p>Students will learn and be able to demonstrate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - project management skills, - the ability to perform cost and income statement analysis, - the application of planning and control systems, - direct costing and break-even analysis, - the ability to perform calculation of contribution margins, - common cost analysis and - the ability to identify and analyze appropriate key performance indicators. <p>Students will be able to carry out the planning and budgeting for specific event concepts and to find the starting points for value-based controlling. They will be able to assess the resulting competitive advantages through efficient cost structures.</p>
	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<p>Upon completion of this course students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - assess the innovation potential of artistic production for society - analyze decision-making processes in cultural management and their relation to economy, politics and education - distinguish between public institutions and the creative industries - distinguish between legal frameworks, funding structures and organizational forms of cultural organizations - describe the relationship between audiences and cultural organizations - implement audience development into cultural organizations
Lehrinhalte	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Specific characteristics of the international sports market - Fundamental concepts and theories of international sports and sports management - Structure of the sports system in international and comparative perspective - Globalization and global governance in sport
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Event typologies and classifications - Event planning models and planning stages - Event life cycle - Stakeholder analysis - Event idea generation - Event logistics and operations - Event evaluation
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>The course will build on the approaches to value-based controlling, utilizing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zero based budgeting - Performance measurement - Contribution margin calculation <p>Concepts examined will include:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basic budget planning - Classification in the planning process - Assessment of organization and project success

Lehrinhalte	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Art as a model for management in general - Freedom of art and the diversity of democratic discourse - Public, non-profit and for-profit cultural organizations - Creativity and innovation in the creative industries - Public-private partnerships in cultural management - Potentials and problems of world heritage sites - Audience research and audience development
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> integrated course</p>
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> integrated course</p>
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> integrated course</p>
	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> integrated course</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> examination</p>
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> course paper</p>
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> examination</p>
	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> presentation, examination</p>

Modulnummer: SC SCEM	Specialization SCEM	Umfang:	
		24	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: not applicable / 1. Semester: not applicable / 2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable / 4. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Hedstrom, G. (2018): Sustainability: What is it and how to Measure it. De Gruyter Razaq Raj R., Musgrave, J. (2009): Event Management and Sustainability. MPG Books Savery. J. (2011): Sustainability and Sport. Common Ground Publishing Wirtenberg, J. (2014): Building a Culture for Sustainability: People, Planet, and Profits in a New Green Economy. Praeger		
	<u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Cudny, W. (2020). Urban Events, Place Branding and Promotion: Place Event Marketing. Oxon: Routledge: Landry, C. (2015). Cities of Ambition. Bern, Comedia Schneider, W, and Jacobsen, K. (2019). Transforming Cities: Paradigms and potential for urban development within the "European Capital of Culture". Hildesheim, Georg Olmes Verlag AG. Smith, A. (2016). Events in the city: Using public spaces as event venues. London, Routledge. Terret, R. and Heck, S. (2015). Sport and urban space in Europe: facilities, industries, identities. London, Taylor & Francis Viehoff, V. and Poynter, G. (2015). Mega-event cities: urban legacies of global sports events. London, Routledge.		
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Korstanje, M., Raj, R. and griffin, K. (2018). Risk and Safety Challenges for Religious Tourism and Events. USA: CABI Publishing. Mastrogiannakis, D. and Dorville, C. (2014). Security and Sport Mega Events: A complex relation. London: Routledge Silvers, J. (2007). Risk Management for Meetings and Events. London: Routledge. Whelan, C. and Molnar, A. (2018). Securing Mega-Events: Networks, Strategies and Tensions (Crime Prevention and Security Management). London: Palgrave Macmillan. Wynn-Moylan, P. (2017). Risk and Hazard Management for Festivals and Events. London: Routledge.		
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Berridge, G. (2006). Events Design and Experience. London, Routledge. Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Argenti, P. A. (2009). Corporate Communication (5., Aufl.). Boston [u.a.]: McGraw-Hill. Cornelissen, J. (2014). Corporate Communication (4., Aufl.). Thousand Oaks: Sage. Gregory, A. (2015). Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach (Fourth edition). PR in practice. London: Kogan Page. Grunig, J. E., Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L. A., Repper, F. C., & White, J. (Eds.) (1992). Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: L. Erlbaum Associates.</p>

Literaturempfehlung	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Finkel, R., Sharp, B. and Sweeney, M. (2018). Accessibility, inclusion, and diversity in Critical Event Studies. London, Routledge.</p> <p>Leisink, P., Boselie, P., Hosking, D. M., & van Bottenburg, M. (Eds.). (2013). Managing social issues: a public values perspective. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing</p> <p>Keys, B. (2019). The Ideals of Global Sport: From Peace to Human Rights. Pennsylvania (USA), University of Pennsylvania Press,</p> <p>Journals: Journal of Management Value & Ethics Gender in Management Journal of Critical Media Studies</p>
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). (eds.). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge.</p> <p>Duerr, V., Miller, T., O'Brien, D. (2017). The Routledge Handbook of Global Cultural Policy. London: Routledge.</p> <p>Riccardi, V. (2014). Enabling Cross Overs. Good Practices in the Creative Industries. Singapore: Asia-Europe Foundation.</p> <p>Tiell, B. & Cebula, K. (2020). Governance in Sport: Analysis and application. New York: Human Kinetics.</p> <p>Journals: International Journal of Cultural Policy International Journal of Sport Policy and Politics</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Students know:</p> <ul style="list-style-type: none"> - the principle of sustainability - the three pillars of sustainability - the demarcation of and crossover with corporate social responsibility - current debates about sustainability <p>Students are able to distinguish:</p> <ul style="list-style-type: none"> - the different concepts of sustainability - the different aims and orientations of sustainability in both the economic and the social context
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students will be able:</p> <ul style="list-style-type: none"> - to comprehend and develop an interdisciplinary and critical view of how cities use sport, culture and events for place promotion, economic and social development and community regeneration. - to understand and critically evaluate the role of cultural policy programs (e.g. European Capital of Culture). - to communicate with their peers in order to find joint solutions. - to analyze information and to present and communicate reasoned arguments.

	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Students will be able:</p> <ul style="list-style-type: none"> - to understand the complex challenges for event managers in order to tackle the risks associated with events management. - to identify the potential risks and to rank them accordingly. - to distinguish the various preventive measures in order to minimize the risk. - to appreciate the ethical and legal aspects associated with risk management and are familiar with insurance policies for events. - to comprehend role of emergency response and crowd management. - to critically discuss and evaluate information and evidence. - to apply theoretical knowledge to the practical context.
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Students will be able to deal with the creation of events. They will understand which measures are utilized to stage events and know the technical processes for implementing creative goals. - Students will develop market- and customer-oriented ways of thinking and know the sequencing for task and time-driven work. - Students can participate actively in a solution-oriented manner in-group exercises. They will develop the appropriate level of creativity and motivation. - Students will be able to record critical inquiries, process them, and adequately address them communicatively and with emotional intelligence.
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Students are familiar with the innovative handling of media and its function within the project process. - Students will master the strategies of action in speaking, writing, and visual acting. They will know the different media formats and can assign them accordingly. - Students will develop a confident, trustworthy, and convincing demeanor through the use of presentations. - Students will have a clear, concise use of language and subject-specific terminology. They will learn to discuss and critically engage with different media content.
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>The students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - critically identify, evaluate and discuss the societal implications of sport, cultural and event offerings. - identify the importance of human rights for sport, cultural and even management. - evaluate and apply contemporary management strategies. - analyze the societal consequences of digitalization in sport, cultural and event management. - develop standards for critical evaluation of societal and technological advances. - discuss ethical issues in sport, cultural and event management. - develop a sense of responsibility and basic intercultural competences.
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - are able to explain, interpret and discuss the evolution, structure and effects of sports and cultural policy in comparative and international perspective. - are able to explain the most important legal and institutional foundations in sports and cultural policy. - are able to explain the central forms and differences of national sports and cultural political structures and ideologies.

Lehrinhalte	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepts of sustainability from the perspectives of different stakeholders in context of sport- and cultural events (nations, communities, authorities, federations, environment, population, employer and employee, etc.) - Impacts of events on participants, regions, politics, etc. - Current political debates in relation to global warming - Tool used in Total quality management, process- and project management to support sustainability efforts
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - The impact of urban events on city image - The concept of eventification and eventilization and their effect on urban spaces and urban development - The role of urban events, culture and sport for city marketing, urban branding and place identity - The influence of sport on the transformation of urban spaces and community revitalization - Cultural policy programs (e.g. European Capital of Culture) and associated challenges and opportunities - Bidding, selection and evaluation process of cultural policy programs
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Risk management terminology - Categories of risks associated with events - Risk assessment process incl. risk identification techniques Risk-prevention measures and crisis management solutions - Insurances policies and legal perspectives - Different types of crowds and crowd management approaches
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - What is dramaturgy? (the internal constructive format – with a focus on storytelling; storytelling from the perspective of neuroscience; the external constructive format; dramatic constructive format with a focus on the dramatic arc) - Staging (transmedia storytelling; creative techniques for staging events; practical development of staging based on group exercises; staging options available for event managers) - Scripting - New forms of event staging – Events 2.0 (the emergence of new event forms; social media marketing as an event tool) - More interactive Event 2.0 tools
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<ul style="list-style-type: none">- Presentation of basic texts on dealing with media- Iconography and oral traditions- Historical understanding of writing- Writing of press releases, announcement texts (flyers, posters, brochures etc.)- Free speaking (radio, television, company videos etc.), lecture speaking, welcome speech, presentation- Innovative distribution of ideas as acquisition of competence in scientific education
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Human rights as managerial matrix (e.g. accessibility, participation and equality of all nations)- Dimensions of diversity (incl. gender), representation and audience development in management strategies

Lehrinhalte	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Legal and institutional framework of sports and cultural policy and politics in comparative and international perspective, taking examples from the European Union, the USA and aspects of multilateral international policies - Examples from African and Asian sports and cultural policy to provide a comparative perspective on the field - Key players and decision-making strategies - New tendencies and critical discourse
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> integrated course</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> seminar</p>
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> seminar</p>
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> examination</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> presentation</p>
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> examination</p>
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> examination</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> examination</p>
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> course paper</p>
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> academic paper</p>

Modulnummer:	Management & Social Skills SCEM	Umfang:	
MS SCEM		17	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: not applicable / 2. Semester: not applicable / 2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology Garner, E. (2012): Teambuilding: How to turn uncohesive groups into productive teams. Eric Garner & Ventus Publishing ApS Katzenbach, J., Smith, D. (2006): The wisdom of Teams: Creating the High Performance Organization, Harper Business Leutenberg, E. (2008): The successful Teambuilding Workbook: Self Assessments, Exercises & educational Handouts, Whole Person Ass.		
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Browaeyns, M Marie-Joëlle & Price, Roger (2019). Chapter 2: Dimensions of Culture: Hofstede and GLOBE. In Understanding Cross Cultural Management (4th ed). Harlow, United Kingdom: Pearson. Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media. Richards, G., Palmer, R. (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam.		
	<u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. <i>Harvard Business Review</i>, (July-August 2007), 150-161.</p> <p>Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. <i>Harvard Business Review</i>, (October 2004), 76-84.</p> <p>Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? <i>Harvard Business Review</i>, (November-December 1996), 61-78.</p> <p>Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. <i>Harvard Business Review</i>, (January 2008), 78-93.</p> <p>Porter, Michael E. (1980). Generic Competitive Strategies. In <i>Competitive Strategy - Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i> (pp. 34-46). New York, NY: Free Press.</p>
	<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019): <i>Digital Marketing</i>. 7th edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Kingsnorth, S. (2019): <i>Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing</i>. 2nd edition. Kogan Page.</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): <i>Principles of Marketing</i>. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Krug, St. (2013): <i>Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability</i>. 3rd edition. New Riders.</p> <p>Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): <i>Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead</i>. Tasora Books.</p>
	<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Northhouse, Peter G. (2019) <i>Leadership, Theory & Practice</i>, 8th. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc.</p> <p>Northhouse, Peter G. (2015) <i>Introduction to Leadership: Concepts and Practice</i>. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc.</p> <p>Harvard Business Review Press. (2011) <i>HBR's 10 Must Reads on Leadership</i>. Boston, Massachusetts. Har</p> <p>Price, J. (2017). The construction of cultural leadership. <i>ENCATC Journal of Cultural Management & Policy</i>, 7 (1). pp. 5-16. ISSN 2224-2554</p> <p>Journals:</p>

<p>Literaturempfehlung</p>	<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Bailey, C. und Mankin, D. (2018). Strategic Human Resource Management. 2nd ed. Oxford, Oxford University Press. Mensi-Klarbach und Risberg, An. (2019). Diversity in Organizations: Concepts and Practices. London, Red Globe Press. Rees, G. (2002) and Smith, P. (2017). Strategic Human Resource Management: An international perspective. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd. Sparkman, R. (2018). Strategic Workforce Planning: Developing optimized talent strategies for future growth. London, Kogan Page.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> - The students differentiate between different stages of team development. - Students will draw conclusions about the prevailing problem structures and analyze necessary actions based on concrete example situations. Students will know: - specific team roles - the implications of team roles - developments in the various team building phases - alternative courses of action Students will engage in: - learning by experience - reflection - discursive exchange Students will demonstrate: - empathy skills - ability to deal with conflict - discussion and reasoning skills - persuasive skills - sense of responsibility - self-assertion</p> <p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Students independently select a destination that matches the study program. Students will understand: - socio-cultural and economic data and facts of the target region Students will design the program to include: - with a focus on sports, culture and event management - company visits - meetings with co-operations, NGOs, embassies, foreign trade centers, etc. Students will identify: - main social and cultural trends in the region concerned - economic developments in the region concerned - political challenges in the region concerned Students will gain: - intercultural competences - discussion skills - organizational skills</p>

	<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - will have a working knowledge of the concept of strategy and strategic management in general business. - are able to differentiate between the key concepts in the orientation of an organization - mission, vision and strategy. - will be able to demonstrate knowledge and application of several well-known developmental and analytical strategic frameworks and be able to demonstrate their application to analyze, assess, and evaluate various situations. - will have the ability to select and apply the lessons learned in solving problems and synthesize solutions to scenarios related to the management of sports, culture, and events. <hr/> <p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the challenges of integrated marketing communication for companies - design and implement digital marketing strategies <p>Students will evaluate marketing budgets, giving consideration to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - target groups - efficiency - range - output <p>Students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> - respond to digital challenges - identify cause-effect relationships - assess and question your own actions <hr/> <p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - will develop and understand of the general concept of leadership, various fundamental approaches to leadership, and various emerging approaches to leadership. - can critically reflect on their own individual outlooks and approaches to leadership. - can apply the skills of emotional intelligence. - develop an ability to confidently apply the lessons-learned directly to scenarios in the fields of sports, culture, events, and general management. - know the most important features and characteristics in the management of sports, cultural and event organizations.
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Students will be able:</p> <ul style="list-style-type: none"> - to identify and evaluate key HR issues which critically impact on organizational performance and strategic direction. - to understand and recognize the influence of changes in the external influences and contemporary issues on strategic HRM. - to develop critical evaluation skills using multiple and competing perspectives. - to develop an awareness of the complexity and importance of strategic human resource management. - to analyze different kinds of information and data and clearly articulate and present arguments and ideas.

Lehrinhalte	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>The course combines learning through outdoor and indoor components with keynote speeches and reflection:</p> <ul style="list-style-type: none"> - The development of teams in their compositions - Target perspectives and risks - Leadership in a team - Organization of cooperation - Social coherence - The assessment of roles - Potential for conflict including causes and solutions
	<p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Planning, organization, and implementation of the program - Meetings and discussions with experts from sports, culture, and event management - Visits to foreign trade centers, embassies, and international institutions (e.g. Goethe Institute) - Participation in courses at partner universities developing teams in their compositions
	<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamental concepts of strategy and strategic innovation (general strategy) - Key concepts of strategic positioning and general competitive strategy frameworks for industry analysis. (Michael Porter) - Innovation strategy for creating unique products, services, and market positions (Blue Ocean Strategy) - Tools for translating strategic vision into organizational action (The Balanced Scorecard, and others)
	<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>The course presents:</p> <ul style="list-style-type: none"> - An overview of the digital marketing tools currently in use - The framework conditions when using digital marketing - The special challenges regarding interaction and fast pace in digital marketing <p>Based on case studies, current best practice digital marketing campaigns are discussed and own marketing concepts are designed.</p>
	<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Essential concepts and elements of leadership in a modern business setting - Fundamental approaches to leadership (trait, skill, behavioral, and situational leadership) - Emerging approaches to leadership (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Understanding and labeling one's own views and outlooks on leadership - Developing and applying leadership skills - Most important characteristics and features of leadership in sports, cultural and event organizations - Different approaches and understandings of leadership
	<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<p>The course covers various topics relevant to strategic HRM, for example such as ,hard' and ,soft' models of HRM, modern organizational structures and notion of culture, external influences on SHRM, flexible working, reward management, talent Management and/or equality and diversity in the workplace.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> exercise</p>
	<p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p>
	<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> integrated course</p>
	<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>
<p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> report</p>	
<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> examination</p>	
<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> project, presentation</p>	
<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> examination</p>	
<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> examination</p>	

Modulnummer: PT SCEM	Practical Transfer SCEM	Umfang:	
		43	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: not applicable / 2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable / 4. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow</p> <p>Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing.</p> <p>Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>		
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester /</u></p> <p>Babbie, Earl (2017). The Basics of Social Research. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.</p> <p>Bernard, H. R., & Bernard, H. R. (2012). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. Sage.</p> <p>Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford u.a: Oxford Univ. Press.</p> <p>Creswell, J. (2013). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. London: SAGE Publications.</p> <p>Maxwell, J. A. (2012). Qualitative research design: An interactive approach: An interactive approach. Sage Publications.</p>		
	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow</p> <p>Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing.</p> <p>Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>		

	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing.</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.</p> <p>Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.</p>
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd.</p> <p>Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient.</p> <p>Ritchie, J., Lewis, J., Mcnaughton Nicholls, C. and Ormston, R. (2013). Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers. London, Sage Publications Ltd.</p>

<p>Literaturempfehlung</p>	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Creswell, J.W. (2012). Qualitative Inquiry and Research Design: Chossing Among Five Approaches. 3rd edition. Thousand Oaks et al: Sage. Darlington, Yvonne / Scott, Dorothy (2002): Qualitative Research in Practice – Stories from the Field, Open University Press, Maidenhead / Philadelphia Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (2000): Handbook of Qualitative Research, 2nd edition, SAGE Publications, Thousand Oaks / London / New Delhi Flick, Uwe (2006): An Introduction to Qualitative Research, 3rd edition, SAGE Publications, London / Thousand Oaks /New Delhi Getz, D. (2012): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Butterworth-Heinemann. Gill, J. & Johnson, P. (2010). Research Methods for Managers. 4th edition: London: Sage. Madgalinski, T. (2013). Study Skills for Sports Studies. London: Routledge. Rallis, S.F. & Rossman, G.B. (2012). New York: Guilford Press. Rumsey, D.J. (2009). Statistics II for Dummies. Hoboken: Wiley. Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd. Spicer, J. (2004). Making Sense of Mulitvariate Data Analysis: An Intuitive Approach. Thousand Oaks et al.: Sage. Yin, R.K. (2010). Qualitative Research from Start to Finish. New York: Guilford Press.</p>
	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Creswell, J.W. (2012). Qualitative Inquiry and Research Design: Chossing Among Five Approaches. 3rd edition. Thousand Oaks et al: Sage. Darlington, Yvonne / Scott, Dorothy (2002): Qualitative Research in Practice – Stories from the Field, Open University Press, Maidenhead / Philadelphia Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (2000): Handbook of Qualitative Research, 2nd edition, SAGE Publications, Thousand Oaks / London / New Delhi Flick, Uwe (2006): An Introduction to Qualitative Research, 3rd edition, SAGE Publications, London / Thousand Oaks /New Delhi Getz, D. (2012): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Butterworth-Heinemann. Gill, J. & Johnson, P. (2010). Research Methods for Managers. 4th edition: London: Sage. Madgalinski, T. (2013). Study Skills for Sports Studies. London: Routledge. Rallis, S.F. & Rossman, G.B. (2012). New York: Guilford Press. Rumsey, D.J. (2009). Statistics II for Dummies. Hoboken: Wiley. Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd. Spicer, J. (2004). Making Sense of Mulitvariate Data Analysis: An Intuitive Approach. Thousand Oaks et al.: Sage. Yin, R.K. (2010). Qualitative Research from Start to Finish. New York: Guilford Press.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>The students will gain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sound knowledge of applied project management in the field of sports, culture, and events - Central knowledge in the areas of conception, planning, implementation, and financing of events - Ability to evaluate event achievement - Sound problem-solving approaches and strategies for business problems <p>Students know the importance of:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project communication - Self-organization - Time management - Organizational skills - Coping with stress and resilience

	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester /</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none">- understand the connection between research practice and fact-based decision-making processes and can explain the basic principles of social scientific research.- understand the logic of scientific inquiry and the purposes of empirical social science research, its strengths and weaknesses.- understand the role of basic theoretical assumptions and terms in the research process in the social sciences.- understand the role of theory, conceptualization, and theoretical frameworks- understand the utility of various quantitative and qualitative methodologies for the purpose of exploring, describing, explaining, and predicting social phenomena and understanding social reality.
--	---

Kompetenzerwerb	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>The students will gain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sound knowledge of applied project management in the field of sports, culture, and events - Central knowledge in the areas of conception, planning, implementation, and financing of events - Ability to evaluate event achievement - Sound problem-solving approaches and strategies for business problems <p>Students know the importance of:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project communication - Self-organization - Time management - Organizational skills - Coping with stress and resilience
	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribute previously acquired knowledge to the discussions - Question, classify, and contrast new knowledge - Appropriately assess the activities of experts from business and science - Establish contact with the experts and/or expand and understand both the Austrian and the international market <p>Students will develop:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Discussion and reasoning skills - Creativity - Skills in task and time-driven work on projects - Skills in presentation
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - describe the key features of a research proposal. - independently plan and develop empirical research projects at Master level. - evaluate existing scientific literature based on criteria from research practice. - reflect ethical and practical aspects in their research question. - choose their most suitable method(s) for their research design and to justify their methodological decisions. - recognize and analyze theoretical and methodological problems of their master thesis and to find suitable solutions.
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Students can articulate, reflect and discuss about the issues that arise in relation to the Master Thesis topics. This exchange should initiate clarification processes and a process of peer-learning.</p>
	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>After successful completion of the course, students are able to independently review and develop a specialist topic in the area of sport, culture and events management as well as to verify and apply scientific methods.</p>

Lehrinhalte	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Joint kick-off to the course - Project client briefing - Project development and control - Intermediate presentations and final presentations - Coaching - Execution or completion - Support during the implementation - Post reporting and documentation - Project presentation
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Differences and interfaces between qualitative and quantitative social research - Research design and planning - Sampling in qualitative and quantitative research - Instruments for qualitative and quantitative data collection - Methods for data analysis: qualitative content analysis, factor analysis, regression analysis

Lehrinhalte	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Joint kick-off to the course - Project client briefing - Project development and control - Intermediate presentations and final presentations - Coaching - Execution or completion - Support during the implementation - Post reporting and documentation - Project presentation
	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>The course will focus on the following points:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Future of sport, culture and events in terms of importance - The use of marketing tools in projects - Scientific analysis of marketing campaigns in practice - Current trends in international business in both theory and practice - Economic, political and social impacts - Industry and R&D activities - Digital developments - Creation and evaluation of trends, fashions, booms
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Structure, content and function of research proposals - Phrasing and contextualizing research questions - Interdisciplinarity as opportunity and challenge - Establishing the current state of knowledge and systematically evaluating the literature - Closing and contextualizing the research gap - Managing information and knowledge - Choosing and justifying appropriate research methods - Quality criteria of empirical research in social sciences - Research ethics and data protection - Academic writing
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Discussion of problems and their possible methodological solutions to support the development of the Master Thesis topics. - Discussion of literature and processes of writing as a form of research and knowledge acquisition.

	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>The Master Thesis is a scientific, written piece of work which focuses on application in the real world and on problem solving. It has clear reference to the thematic areas and specializations of the course (sport, culture and events management, urban studies, destination management, venue management, leadership management). The subject of focus will be prepared on the basis of a scientific piece of work - this is done independently and without external help (with specified sources and tools). Through these methods it will be ensured that students will be capable of selecting a subject which is both scientific and application-oriented. During the Master Thesis Seminar the students will be supported and supervised in the preparation of their Master Thesis. The selection of a topic, organization and time management should be independently carried out by the student - this is done mainly through the critical examination of possible research questions and hypotheses. The advisor will guide the students in scientific methods and during the individual coaching time formal composition will be discussed along with the question of time management.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> project</p> <p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester /</u> seminar</p> <p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> project</p> <p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u> integrated course</p> <p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> seminar</p> <p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> seminar</p> <p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> seminar</p>
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> project</p> <p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester /</u> academic paper</p> <p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> project</p> <p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u> examination</p> <p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> academic paper</p> <p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> participation</p> <p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> master thesis</p>

Modulnummer: OMC	Optional Module Culture	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Newbold, C. & Jordan, J. (ed) (2016). Focus on World Festivals, Oxford: Goodfellow Publishers Filipovic, E. et al (ed.) (2010). The biennial reader, Bergen: Hatje Cantz Verlag Picard, D. & Robinson, M. (2006). Festivals, Tourism and change: Remaking Worlds, Duffy, M. & Mair, J. (2018). Festival Encounters. Theoretical Perspectives on festival events. Valck, M. et al (ed) (2016). Film Festivals: History, Theory, Method, Practice.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Bekele, M., et al. (2018). A Survey of Augmented, Virtual, and Mixed Reality for Cultural Heritage. Journal on Computing and Cultural Heritage, 11(2), 1-36. Turner, P. (2017). A Psychology of User Experience. Involvement, Affect and Aesthetics. Cham: Springer. Simon, N. (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer. Vladimir G. (Ed.). (2018). Augmented Reality Art. From an Emerging Technology to a Novel Creative Medium. Cham: Springer.		
	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - get to know the development of festivals as a format of cultural production and encounter. - understand and reflect the global structure of the festival world, meaning of place and changes through digitalization. - meet the central challenges for management, budgeting and programs of art education. - reflect on business and artistic environments. - are able to draft the meaning and impacts of festivals for destination management, cultural tourism and cultural production. - develop intercultural competences and sense of responsibility.
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Upon completion of this course students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> - have a basic understanding of computer-mediated cultural experiences. - know the key mechanisms of multimedia perception. - be able to distinguish between the specifics of indoor and outdoor applications. - know how to apply basic GPS tracking to the visitor experience. - be able to identify and discuss quality content for visitor apps. - be able to evaluate visitor apps in terms of usability and content. - know how to assess the innovation potential of digital applications for the visitor experience and audience development.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition and development of festivals - Tasks & potentials of art festivals - Global networks and international exchange - Festival tourism and sustainability - Festival management

Lehrinhalte	<p><u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Typology of computer-mediated visitor experiences in real environments (audio guide, multimedia guide, augmented reality, mixed reality) - Basics of multisensory perception and multimedia comprehension - Visitor routes and spatial experience - Atmosphere and immersion - Enhanced storytelling and learning - Digital engagement through web 2.0 - Specifics of user experience of cultural visitor apps
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>academic paper</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>project</p>

Modulnummer: OME	Optional Module Event	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMACOM.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Students will be able to: - analyze and evaluate the need for the building of new and renovating of existing infrastructures. - identify the stakeholders involved in the conception of infrastructures (authorities, clients, investors, future operators, citizens etc.). - apply efficient marketing practices. - use the know-how of real estate economics. - assess the life-cycle of infrastructure. - adapt the familiar ways of thinking and acting to new situations in order to learn to address challenges in a flexible manner. - recognize and estimate the chances and risks of implementation. - demonstrate negotiating skills.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u>		

	<p>Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - evaluate the nature, structure and processes of the managing people in the context of events. - critically examine moral, ethical and legal issues in the event workplace. - critically discuss best practice in human resource management in the global events industry. - understand the complexity of event volunteer management. - develop and articulate reasoned arguments based on information.
Lehrinhalte	<p><u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to event venue management - Overview of clusters of event venues - Features of selected clusters of event venues - The significance of architecture and the concept of space - Stakeholders of event venues - The question of construction costs - Interaction between construction and business - The lifecycle of event venues - Planning, financing and construction of event venues - Market and demand analysis as a basis - Site factors and site selection - Development of financial concepts, business plans - Strategic and operational management of event venues - Application of strategic management methods to event venues - Successful strategic positioning of event venues in the marketplace - Interaction of strategic management and operational management of event venues - Challenges in the operational management of event venues (including facility management) - Special features of conference and congress infrastructure - Special features of infrastructure in the leisure industry (e.g. garden shows, waterfront development)
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to human resource management in an event setting, e.g. the 'pulsating organization' - Recruitment, selection, training and development of the event workforce - Motivation and retention of the event volunteers - Aesthetic and emotional labor in the event industry - Moral, ethical and legal aspects of human resource management in an event setting incl. e.g. working conditions of the event workforce
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>examination</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>examination</p>

Modulnummer: OMM	Optional Module Management	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: not applicable / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute. (2017), A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th Edition). Newtown Square, Pennsylvania, USA, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Browaeyes, M. & Price, R. (2019). Understanding Cross Cultural Management (4th Edition). Harlow, United Kingdom: Pearson. Groysberg, B., Lee, J., Price, J., Cheng, J. (2018) The Leader's Guide to Corporate Culture. Harvard Business Review (Jan-Feb 2018), 44-52 Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Students: - will develop an extensive understanding and working knowledge of key areas in global management practices. - will know and be able to apply generally accepted best practices in the field of project management - have an ability to select, develop, and lead projects and project teams.		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Students: - will develop an extensive understanding and working knowledge of key areas in global management practices. - will be able to examine, evaluate, compare, and describe cultural business practices on various levels (national, organizational, corporate, professional). - will be able to identify and classify various elements of corporate culture as well as their underlying drivers. - self-reflect on their own cultural outlook and practices.		

Lehrinhalte	<p><u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Understanding projects and structured project management - Project lifecycle (selection, initiation, planning, execution, monitoring & controlling, closing) - Project scheduling (scheduling software, manual scheduling techniques) - Project management methodologies
	<p><u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Concept and application of culture in business - Determinants and dimensions of culture - Global business cultures - Culture and leadership - Corporate culture
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
	<p><u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>project documentation, examination</p>
	<p><u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>project, examination</p>

Modulnummer:	Optional Module Sports	Umfang:	
		10	ECTS
OMS			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: not applicable / 3. Semester: not applicable		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehme-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

	<p>Byers, T. (Ed.). (2015). Contemporary issues in sport management: A critical introduction. London: Sage.</p> <p>Hoye, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage.</p> <p>Schulenkorf, N., & Frawley, S. (2016). Critical issues in global sport. London: Routledge.</p> <p>Journals: Journal of Sport Management International Review for the Sociology of Sport International Journal of Sport Policy Sport Management Review</p>
Literaturempfehlung	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester</u></p> <p>Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). Communication and sport: Surveying the field. London: Sage.</p> <p>Pedersen, P. M. (2013). Routledge handbook of sport communication. New York: Routledge.</p> <p>Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2016). Strategic sport communication. Champaign, IL: Human Kinetics.</p> <p>Journals: Communication & Sport International Journal of Sport Communication Journal of Sport Communication Sport Management Review</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - know that sport organizations are best viewed as operating in a wider cultural, economic, and political context. - can critically reflect and question existing and taken-for-granted policies and practices within the sports context, and examining the complex relationships between local forms of domination in sports and its broader contexts. - have an understanding of how forms of asymmetrical power relations, and communications favor certain interest groups and will be able to apply their gained practical understandings to discuss alternative structures in order to disrupt dominant discourses. - will understand different avenues of how our field could be improved, by paying attention to our historical development, the current trends, theories, the sites we study and or the issues we address. <p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester</u></p> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - know about the wide-ranging influence and presence of communications in the sports industry. - can critically reflect on the complexity and breadth of communication in the sports sector by using a variety of paradigms and multiple disciplinary, theoretical and practical lenses.
	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p>

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Essential concepts and elements of "glocal" sports: Global economics of sport, commercialization & strategic management - Major theories and different structures of governance in sports, integrity and corruption and their managerial implications
	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Major communication theories and conceptual aspects in sports management studies - Sport as a communication system and sports media organizations - Athlete – media communication, sport fandom and fan culture in the digital world - Major challenges in sports communication, future media formats and trends
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> seminar</p>
	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester</u> seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> presentation, academic paper</p>
	<p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester</u> presentation, academic paper</p>

2.5 Berufspraktikum

Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein
---	------

2.6 Auslandssemester

Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	Nein
---	------

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG idgF, fachliche Zugangsvoraussetzung zu einem Fachhochschul-Masterstudiengang ist demnach ein abgeschlossener facheinschlägiger Fachhochschul-Bachelorstudiengang oder der Abschluss eines gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung.

1. Als facheinschlägig gelten für den vorliegenden Antrag Bachelorstudien(-gänge) bzw. gleichwertige postsekundäre Bildungsabschlüsse aus sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Fachrichtungen (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 03/04), die die Kernfachbereiche Marketing, Kommunikation, Management und Betriebswirtschaftslehre, Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement/-wissenschaften, oder vergleichbare Themenbereichen (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 031/032/041), summarisch in einem Gesamtumfang von zumindest 30 ECTS behandeln.
2. Die FH Kufstein Tirol sieht in ihrer Studiengangsarchitektur eine Vernetzung der Bachelor- und Masterprogramme im Sinne des Bologna-Prozesses vor: Nach erfolgreichem Abschluss eines Bachelorstudiums stehen den AbsolventInnen mehrere Möglichkeiten für ein Masterstudium an und außerhalb der FH Kufstein Tirol offen. Für den vorliegenden Masterstudiengang wären AbsolventInnen folgender Studiengänge der FH Kufstein Tirol (unabhängig von der Organisationsform) aufgrund der oben genannten fachlichen Vorbildung zugelassen:
 - Energie- & Nachhaltigkeitsmanagement
 - Facility Management & Immobilienwirtschaft
 - Internationale Wirtschaft & Management
 - Marketing & Kommunikationsmanagement
 - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement
 - Unternehmensführung
 - Web-Business & Technology
 - Wirtschaftsingenieurwesen
3. Die Unterrichts- und Prüfungssprachen an der FH Kufstein Tirol sind studiengangsübergreifend Deutsch und Englisch. Somit ist für Studierende aus dem nicht deutschsprachigen Ausland im Fach Deutsch ein entsprechender Nachweis zu erbringen.
4. Das Unterrichtsprogramm in der Organisationsform Vollzeit ist zu 100 % in Englisch und setzt ein nachgewiesenes Sprachniveau von mindestens B2 voraus.
5. Die Überprüfung der Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen obliegt der Studiengangsleitung des Masterstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement.