



Studienordnung des FH-Bachelorstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt B.A.

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 46 Vollzeit
24 berufsbegleitend

Version 1.0 vom 1.6.2013

Generiert durch Überführung der Inhalte des Reakkreditierungsantrags an den FHR:
„SKVM B 0339_Änderungsantrag_15.10.2012“

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsprofil</i>	5
2	Curriculum	10
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	10
2.2	<i>Curriculum</i>	11
2.3	<i>Modulbeschreibungen</i>	21
2.4	<i>Berechnungsschlüssel</i>	90
2.5	<i>Berufspraktikum</i>	91
2.6	<i>Auslandssemester</i>	91
3	Zugangsvoraussetzungen	94

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

1.1.1 Auflistung der Kernbranchen und beispielhafte Nennung von Unternehmens- bzw. Institutionstypen, in denen die Absolventinnen und Absolventen zum Einsatz kommen sollen

Zu den spezifischen kulturellen Arbeitsfeldern zählen Museen, Festivalbüros, Kulturevent-Agenturen, Literarische Agenturen, Filmproduktionsfirmen, Theater- und Kleinkunsth Bühnen, Regionale und internationale Eventagenturen, Orchester, Galerien, Kulturförderinstitutionen, KünstlerInnenagenturen, Verwertungsgesellschaften, Kulturvereine, Kulturämter, Musikagenturen und Kulturmarketingabteilungen in Unternehmen. Die Besonderheit dieser Arbeitsfelder zeigt sich durch ein spezialisiertes Anforderungsprofil seitens der Kreativ- und Kulturwirtschaft (vgl. Kohl/Zembylas 2006). Hierbei geht es vor allem um Professionalisierungsprozesse innerhalb der Kulturwirtschaft, die neue organisationale Strukturen und damit einhergehend neue Kompetenzanforderungen an die MitarbeiterInnen einfordert.

Nach der für die drei Bereiche typischen Aufteilung der betreffenden Organisationen gemäß den drei Wirtschaftssektoren lassen sich im Kulturbereich u.a. abgrenzen: (a) öffentlich-rechtlicher Kulturbetrieb: Kulturanbieter der öffentlichen Hand: Theater, Museen, Bibliotheken, Musikschulen, kommunale Kulturämter mit ihrem öffentlich geförderten Veranstaltungsprogramm, (b) privatrechtlicher-gemeinnütziger Kulturbetrieb: kulturelle Vereine und Stiftungen, als Vereine organisierte Freie Theater und Gruppen, etc. sowie (c) privatrechtlicher-kommerzieller Kulturbetrieb: Belletristikverlage, Kunsthandel, Künstleragenturen, Musikalienhandel, Filmproduzenten- und Verleiher, Musicaltheater, Kinos, Event- und Werbeagenturen, Ausstellungsbüros usw. (Ruppert, o.J.).

Zu den ArbeitgeberInnen zählen desweiteren im Bereich Sport- und Eventmanagement kommerzielle Anbieter, wie Fitnessstudios, Sportanlagenbetreiber, Reiseanbieter, Unternehmen der Sportartikelindustrie und des Handels, Agenturen und Beratungsgesellschaften wie Sportmarketing-, -sponsoring, -event und Marktforschungsagenturen, kommunale und andere staatliche Anbieter, Profisportanbieter und -medien, Industrieunternehmen, Sportsponsoringbetriebe, Sportvereine und -verbände und andere Organisationen des Sports wie Olympiastützpunkte, Verlage, Eventagenturen, Marketing- und Sponsoringagenturen, Messe- und Kongressagenturen, Marketingabteilungen, Medienanstalten u.v.a.m.

1.1.2 Darstellung der beruflichen Positionen und Funktionen, welche die Absolventinnen und Absolventen einnehmen bzw. ausüben sollen

Ziel der Ausbildung ist eine *Spezialqualifikation* im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Da das Tätigkeitsprofil von ManagerInnen des Feldes starke kommunikative und soziale Bezüge aufweist, beinhaltet das Konzept nicht nur betriebswirtschaftliche, sondern – wie international üblich – auch interdisziplinäre kommunikative und sozialwissenschaftliche Managementaspekte (vgl. Horch, 2004; s.a. Kapitel „Qualifikationsprofil“). Mit der zunehmenden Notwendigkeit ökonomisch-rationalen Wirtschaftens steigen auch hier die Anforderungen an Managementfunktionen (vgl. ebd.; Horch, zuerst 1994; Kaiser, 2005). Allgemein geht es bei den betreffenden Funktionen um die Übernahme von Kernaufgaben in den Bereichen Führung, Planung, Organisation, und Kontrolle von Sport-, Kultur und Veranstaltungsbetrieben. Daneben kommen aus dem Feld der klassischen betriebswirtschaftlichen Funktionen insbesondere Aspekten des Marketings, Sponsorings und Fundraisings besondere Bedeutung zu.

In Abgrenzung zu den *Funktionen* und Positionen von Master-AbsolventInnen charakterisieren in erster Linie Funktionen im Bereich des mittleren Managements den Tätigkeits- und Wirkungsbereich der betreffenden Personen, d.h. Diese Führungsfunktionen des mittleren Managements gewährleisten als „binnenorganisatorische Pufferfunktionen“ (Schirmer, 1987) den Brückenschlag zwischen Organisation und Mitarbeitern (Simsa, o.J.), was auf die besondere Bedeutung von Kommunikations- und Konflikt-

fähigkeit verweist. Sie sind gegenüber den Funktionen auf der Ebene des Top-Managements eher dispositiver/ausführender als strategischer Natur. Gleichwohl kann die relative Bedeutung einzelner Funktionszuschreibungen je nach institutioneller Charakteristik und in Abhängigkeit von Organisationsstruktur und -größe in Bezug auf ihre Bedeutung variieren. Die *Positionen* tragen z. B. folgende Bezeichnungen: Junior Consultant, AccountManagerIn, ProjektleiterIn, SponsorshipmanagerIn, Sponsoring Consultant, ProduktmanagerIn, MarketingleiterIn, AssistentIn der Geschäftsführung, SportdirektorIn, ReferatsleiterIn, ReferentIn, SportschulleiterIn, LigasekretärIn, etc.

1.1.3 Beschreibung der Aufgaben und Tätigkeiten, die von den Absolventinnen und Absolventen realistischerweise ausgeführt werden können

Zentraler Bezugspunkt für die Ausgestaltung des Bachelor-Studiengangs „Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement“ ist die Frage nach der Passfähigkeit der Inhalte mit den *Anforderungen der verschiedenen beruflichen Einsatzfelder*. Die Ausformulierung der Module und Lehrveranstaltungen beruht auf einer intensiven, wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den speziellen Qualifikationsanforderungen des Managements von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbetrieben, wie sie u.a. im Zuge von Berufsfeld- und Absolventenstudien identifiziert werden konnten (vgl. Clements, Lohmar & Zekovic, 2000; Hettlich, 1998; Horch, Niessen & Schütte, 1996; Horch & Schütte, 1999; Hovemann, Kaiser & Schütte, 2003; Kaiser, 2004, 2005, 2006), sowie auf der Kenntnis nationaler und internationaler Ausbildungsstandards (u.a. Hovemann, 2003; Kohl, Zembylas 2006, Klein 2008). (Literatur in den Modulbeschreibungen)

Die Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich stagniert, allerdings auf hohem Niveau (18% des BIP). Typisch sind eine steigende Professionalisierung sowie Akademisierung der Branche (z.B.: Destinationsmanagement, Professionelleres Management von z.B. touristischen Kulturbetrieben und Sportverbänden, verstärktes In-Sourcing von Event-Marketing in Betrieben). Die vielfältigen Berufsfelder lassen sich anhand dreier Dimensionen charakterisieren (vgl. Horch, 2004): (1) Nach dem *Tätigkeitschwerpunkt*: wirtschaften, managen, kommunizieren, "verkaufen" (marktorientiertes Handeln) und finanzieren/kalkulieren, (2) nach dem *Produktbereich*, bzw. nach Art und der Nähe des Bezugs zu Sport und Kultur (im Sport etwa lassen sich hiernach folgende vier Produktbereiche unterscheiden: Die Güter und Dienstleistungen des aktiven Sports, des Zuschauersports, das Feld der kommunikativen sportbezogenen Dienstleistungen sowie Produkte anderer sportnaher Felder und im Kulturbereich Partizipationsangebote, infrastrukturelle Zugangsmöglichkeiten, Nutzung des öffentlichen Raums) sowie (3) nach dem *Organisationstyp* (das Hauptcharakteristikum auf der Anbieterseite ist die ausgeprägte Vielfalt verschiedener Typen von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbetrieben: erwerbswirtschaftliche Betriebe, Non-Profit Organisationen, staatliche Betriebe u.s.w.). Dazu kommen die vielfältigen beruflichen Einsatzmöglichkeiten, die im *Schnittfeld* der genannten Bereiche liegen. Gerade die letztgenannten Bereiche sind von hoher und steigender Relevanz.

Schließlich wird die Ausrichtung des vorliegenden Studiengangskonzepts in Bezug auf die relevanten Berufsfelder in besonderem Maße den dynamischen, *qualitativen und quantitativen Veränderungen* der Branche gerecht. Für die betreffenden Bereiche Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement gilt gleichermaßen, dass sich einerseits auf wachsenden Märkten sowie im Zuge zunehmender Professionalisierung vielfältige neue Möglichkeiten der ökonomischen Verwertbarkeit ergeben. Die umfassenden Veränderungen bringen andererseits aber auch wachsende Herausforderungen an die Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der betreffenden Organisationen und ihres Personals mit sich. Zudem werden die Bedingungen unter denen Sport- und Kulturbetriebe agieren durch das knapper werden traditioneller Ressourcen, etwa im Zuge einer abnehmenden Bereitschaft zu ehrenamtlicher Mitarbeit oder der Infragestellung der Subventionierung durch die öffentliche Hand, bestimmt. Mit der zunehmenden Notwendigkeit ökonomisch-rationalen Wirtschaftens steigen auch die Anforderungen an Planungs-, Organisations-, Kontroll- und Führungs-, kurz: Managementfunktionen (vgl. Horch, zuerst 1994; Kaiser, 2005).

Die konkreten, typischen beruflichen Aufgaben und Tätigkeiten der AbsolventInnen lauten (vgl. u.a. Kaiser, o.J.; Lohmar, o.J.): (a) im Kompetenzfeld Marketing & PR bzw. Kommunikation: Meldungen schreiben, Journalistische Tätigkeiten, Recherche-Arbeit, Artikel verfassen, Pressetermine machen, Verträge gestalten, Sponsoren betreuen etc., (b) im Kompetenzfeld Eventmanagement: Events kon-

zeptionieren und organisieren, Personalpläne erstellen, ehrenamtliches und hauptamtliches Personal führen und motivieren, Aufgaben zuweisen etc., (c) im Kompetenzfeld Projektmanagement: Projektzielepläne verfassen, Beschreibung der Vorprojekt- und Nachprojektphase, Projektumwelt analysieren, Beziehungen zu anderen Projekten pflegen und Zusammenhang mit den Unternehmenszielen (sachlicher Kontext) kontrollieren, Projektorganigramme sowie Betrachtungsobjektepläne und Projektstrukturpläne erstellen, Arbeitspakete spezifizieren, Projekt-Meilensteine definieren und Projektfunktionsdiagramm aufstellen sowie Aufgaben zuweisen etc., (d) im Kompetenzfeld Finanzierung und Budgetierung: Budgets verwalten, Angebote kalkulieren, Kunden besuchen, Aufträge bearbeiten etc., (e) im Kompetenzfeld Verkauf/marktorientiertes Handeln: Händler beraten, Flächen gestalten, Marketing/Verkaufsevents konzipieren und durchführen etc.

1.2 Qualifikationsprofil

Im Folgenden werden die erforderlichen Kenntnisse und Kompetenzen der AbsolventInnen, um die beruflichen Aufgaben und Tätigkeiten auf Hochschulniveau bewältigen zu können, detailliert beschrieben und erklärt. Dabei wird insbesondere Bezug genommen auf die vielfältigen, relevanten Besonderheiten des Feldes sowie auf die konzeptionellen Begrenzungen bestehender Studienangebote. Darin liegt ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal des vorliegenden Studiengangskonzepts begründet.

In Bezug auf die Differenzierung zwischen den beiden konsekutiv angelegten Bachelor- und Masterstudiengängen ist folgendes festzustellen: Im Unterschied zum Masterstudiengang, der in erster Linie Personal für das höhere Management aller Arten von Sport-, Kultur und Veranstaltungsbetrieben sowie weitere wissensbasierte Bereiche der betreffenden Felder (universitäre und kommerzielle Forschung, Beratungsbranche) ausbildet, qualifiziert der Bachelorstudiengang vor allem für Positionen im mittleren Management. AbsolventInnen bilden damit typischerweise nicht die obere Führungsebene der betreffenden Organisationen, sie sind nicht Kopf einer Organisation, sondern vielmehr als SchnittstellenmanagerInnen, in Unterstützung des Top-Managements, tätig. Allgemein ist das Qualifikationsprofil gegenüber dem Master daher stärker auf Aspekte der interpersonellen Kommunikation ausgerichtet, Personalführung und strategisches Management sind von relativ geringerer Bedeutung, das betrifft ebenfalls ein an aktuellen Forschungsfragen orientiertes Fachwissen sowie analytische Kompetenzen, die zu einer selbständigen Erweiterung der wissenschaftlichen Erkenntnisse beitragen können. Das Qualifikationsprofil ist demgegenüber stärker praxisorientiert und richtet sich, aktuellen Ergebnissen der Berufsfeldforschung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement folgend (u.a. Kaiser, 2004, 2005, 2006; Kohl & Zembylas, 2006) in erster Linie nach der Frage der Anwendbarkeit im konkreten, berufspraktischen Problemzusammenhang.

Ein zentrales Defizit eines Großteils der bestehenden Qualifizierungsangebote für das Berufsfeld besteht nach wie vor darin, dass betriebswirtschaftliche- und Managementaspekte sowie sport- bzw. kulturwissenschaftliche Inhalte lediglich additiv nebeneinander gestellt werden. Um angehende Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen adäquat auf die Herausforderungen des Berufsfelds vorzubereiten bedarf es aber eines *integrativen Ausbildungskonzepts*. Diesem Anspruch wird die Ausbildung nach dem „Kufsteiner Modell“ in besonderer Weise gerecht. Zentrale Bezugspunkte für die Konzeptionierung des Lehrangebots bilden daher, neben aktuellen Trends und Entwicklungen, die vielfältigen Besonderheiten von Organisationen, Märkten, Produkten sowie der Nachfrage im Sport-, Event- und Kulturbereich und ihre Konsequenzen für das Management. Gerade diese Aspekte sind es, mit denen sich angehende ManagerInnen unseres Feldes auskennen müssen. Nicht zuletzt liegen hier auch zentrale Chancen der Profilierung der vorliegenden Ausbildung gegenüber konkurrierenden Programmen begründet.

Ziel der Ausbildung ist demnach eine *Spezialqualifikation* im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Da das Tätigkeitsprofil von ManagerInnen des Feldes starke kommunikative und soziale Bezüge aufweist, beinhaltet das Konzept nicht nur betriebswirtschaftliche, sondern - wie international üblich - auch interdisziplinäre kommunikative und sozialwissenschaftliche Managementaspekte (vgl. Horch, 2004). Die Sport-, Kultur- und Veranstaltungswirtschaft ist durch eine Reihe fundamentaler Besonderheiten gekennzeichnet, mit denen sich die traditionelle Ökonomie, die sich in erster Linie mit der Produktion von Sachgütern für Märkte in großen, erwerbswirtschaftlichen Betrieben auseinandersetzt, nicht oder nur am Rande beschäftigt. Die Erkenntnisse und Rezepte der allgemeinen

Betriebswirtschafts- und Managementlehre müssen daher daraufhin überprüft werden, inwieweit sie auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich übertragen werden können (vgl. Horch, 1994).

Im Folgenden werden die wichtigsten Besonderheiten kurz beschrieben. Dabei handelt es sich weder um solche Aspekte, die nur in der Sport-, Kultur- und Eventwirtschaft vorkommen, noch betreffen sie alle Bereiche gleichermaßen. Die folgende Darstellung ist systematisiert nach (1) Organisationsbesonderheiten von Vereinen bzw. Non-Profit Organisationen, (2) Gütern, (3) der Nachfrage sowie (4) der Märkte.

(1) Die betriebswirtschaftlich relevanten Besonderheiten von Vereinen und Verbänden lassen sich nach Horch in Bezug auf Ziele, Finanzierung, Organisation sowie Effektivität und Effizienz herausarbeiten (1994; vgl. u. a. Heinemann & Horch 1981): Freiwillige Vereinigungen verfolgen keine erwerbswirtschaftlichen Ziele, sie sind Bedarfswirtschaften. Zwar muss auch hier wirtschaftlich mit den vorhandenen Ressourcen umgegangen werden. Das zentrale Kriterium der Unterscheidung von kommerziellen Betrieben besteht aber darin, dass ein eventueller Gewinn (nach dem sog. „Nondistribution Constraint“, Hansmann, 1980) nicht an einige Mitglieder ausgeschüttet werden darf sondern in die gemeinsame Sache reinvestiert werden muss. Der Unterschied zwischen For-Profit- und Non-Profit-Organisationen liegt also in der Gewinn-Verwendung und nicht der Gewinn-Erzielung. Im Rahmen der Finanzierung von Vereinen spielen typischerweise Mitgliedsbeiträge, neben Spenden und staatlichen Subventionen, eine zentrale Rolle. Beiträge unterscheiden sich aber in Bezug auf zentrale Aspekte von Kaufpreisen, die bei einem kommerziellen Anbieter zu entrichten sind. Für die Beiträge erhalten Mitglieder ein pauschalisiertes Mitsprache und Teilnahmerecht. Anders als bei einem Tauschvertrag besteht aber keine Äquivalenz von Beitrag und Leistungsanspruch. Zudem kann der Anteil der Teilhabe an der Leistung des Vereins nicht eingeklagt werden, weil der Erfolg der gemeinsamen Arbeit im Vorfeld nicht zu bestimmen ist. Da Beiträge unabhängig von der Inanspruchnahme von Leistungen gezahlt werden, fördern einzelne Gruppierungen andere durch Kreuzsubventionierung, etwa die passiven die aktiven SportlerInnen und die Erwachsenen die Jugendlichen (vgl. Horch 1994; Emrich, Pitsch & Papathanassiou 2001).

Vereine und Verbände weisen darüber hinaus in Bezug auf ihre soziale Architektur und Struktur eine Fülle von Besonderheiten auf (vgl. u. a. Heinemann, 2004). Horch (1994) hebt die folgenden, typischen Organisationsbesonderheiten hervor:

- a) Die wirtschaftlichen Rollen sind nicht ausdifferenziert, die Mitglieder sind (idealtypisch) in Rollennidentität gleichzeitig: Konsumenten, Produzenten, Finanziers und EntscheidungsträgerInnen,
- b) die Entscheidungsstrukturen sind demokratisch,
- c) der überwiegende Teil der MitarbeiterInnen arbeitet ehrenamtlich. Sie sind keine mobilen Produktionsfaktoren sondern arbeiten nur für die Ziele und auf die Art, die sie wählen,
- d) das zentrale Strukturcharakteristikum ist die spannungsreiche widersprüchliche intermediäre Mischung von Strukturelementen formaler Organisationen und informeller Kleingruppen. [...] Man kann deshalb die Führung freiwilliger Vereinigungen mit einem ständigen Drahtseilakt vergleichen.

(2) Sport- und Kulturgüter weisen ein Vielzahl von Besonderheiten auf, die sich unter Bezugnahme auf die konstitutiven Merkmale des Sports herausstellen lassen. So ist ein Grund für die besondere Attraktivität des Sports etwa die Spannung und die Unvorhersagbarkeit, also die Tatsache, dass das Ergebnis eines sportlichen Wettkampfes nicht im Vorfeld zu bestimmen ist. Damit können Sportanbieter aber den Kern ihres Produktes nicht kontrollieren (Horch, 1994; Schubert, 2005). Besonders typisch ist ferner, dass im Sport, einzigartig für moderne Gesellschaften, Personen/SportlerInnen wie Produkte gehandelt werden. Schließlich handelt es sich bei vielen Sport- und Kulturprodukten um Rechte (Übertragungs- und Werberechte etc., vgl. ebd.). Viele Sport- und Kulturprodukte haben den Charakter von öffentlichen Gütern, Clubgütern, meritorischen Gütern und personenbezogenen Dienstleistungen. Auf die ökonomisch relevanten Konsequenzen der verschiedenen Gütertypen kann an dieser Stelle nicht differenziert eingegangen werden (vgl. hierzu etwa die ökonomischen Argumente für die Förderung des Sports und der Kultur durch die Öffentliche Hand bzw. Marktversagen auf Angebots- und Nachfrageseite). Besonders weit reichende und für Sport und Kultur charakteristische Besonderheiten ergeben sich aus den Merkmalen personenbezogener Dienstleistungen. Gegenüber Sachgütern sind Dienstleistungen immaterieller Art. Personenbezogene Dienstleistungen (Herder-Dorneich & Kötz, 1972) wer-

den, im Unterschied zu sachbezogenen Dienstleistungen (Reparaturleistungen, Installation etc.) an Personen erbracht (Horch, 1994). Dienstleistungen sind allgemein durch eine ausgeprägte Potenzialorientierung gekennzeichnet und müssen unabhängig von ihrer Nutzung bereitgestellt werden. Sie sind nicht transport- und lagerfähig und können, bei (bilateral) personenbezogenen Dienstleistungen, nur in engem räumlichen und zeitlichen Kontakt zum Kunden erbracht werden („Uno Actu-Prinzip“). Die Konsumenten sind beteiligt an der Produktion, der Produzent ist Teil der Leistung. Aus dieser engen sozialen Beziehung ergibt sich eine Reihe von Problemen, auf die mit den rationalen Kalkülen der Sachgüterproduktion nicht adäquat reagiert werden kann (ebd.). Die Besonderheiten von Sportdienstleistungen sind aus ökonomischer Sicht insbesondere auf die Notwendigkeit der Koproduktion von Anbieter und Nachfrager sowie die gegenseitigen Unsicherheiten bezüglich des Leistungswillens und der Leistungsfähigkeit der Marktpartner zurück zu führen (vgl. Woratschek, 2002).

Im Kulturbereich sind es besonders die unterschiedlichen Investitionsstrategien, die Feldbesonderheiten herstellen. So kann etwa für die Planung eines Musikfestivals zur Neuen Musik oder in der Förderung von subkulturellen Strukturen, wie etwa im Bereich des Off-Theaters, nicht mit traditionellen Management-Tools gearbeitet werden, sondern es müssen vielmehr die für das Kulturfeld erforschten Spezifika im Bereich Marketing, Projektmanagement (vgl. Klein 2007) und Sponsoring implementiert werden.

(3) In Bezug auf die Nachfrage nach Sport- und Kulturgütern bzw. –dienstleistungen sind ebenfalls einige zentrale Aspekte wichtig. Allgemein basiert die Nachfrage nach Sport auf Entscheidungen über a) die Verwendung von Zeit (Sporttreiben sowie die Vorbereitung des Sporttreibens konkurrieren mit anderen Möglichkeiten der Zeitverwendung) und b) Konsumausgaben (Ausgaben für Sport stellen nur eine mögliche vieler alternativer Mittelverwendungen dar). Bei dem Wunsch Sport zu treiben, ist der Einzelne also Zeit- und Ausgabenrestriktionen unterworfen (vgl. Heinemann, 1995). Als Determinanten dieser Entscheidungen sind u. a. folgende Faktoren zu betrachten (ebd.):

- die Präferenzen der Sportinteressierten,
- die Höhe der Preise der nachgefragten Güter und Dienste,
- Art, Qualität, Technologie und räumliche Verteilung der angebotenen Güter und Dienste,
- die Informationen der Sportinteressierten über die vorhandenen Möglichkeiten, Sport zu treiben,
- Umfang und Lage der zur Verfügung stehenden, disponiblen Zeit,
- die Höhe des Einkommens und des vorhandenen Vermögens.

Einerseits kann man, in Anknüpfung an die ökonomische Theorie des Konsums, untersuchen, wie die Sportnachfrage auf Preis- und Einkommensveränderungen reagiert (vgl. Heinemann, 1995; Woll, 2007). Will man die Besonderheiten der Nachfrage nach Sport herausarbeiten reicht es aber nicht aus, sich auf die Ableitungen der allgemeinen ökonomischen Theorie zu beziehen, da sie keine Aussagen über die Entstehung und Ausgestaltung von Präferenzen ermöglicht und den Faktor Zeit sowie weitere wichtige Rahmenbedingungen entsprechender Entscheidungen unberücksichtigt lässt (ebd.). So erfolgt Sporttreiben etwa häufig als sozialer Konsum, also mit bzw. in Auseinandersetzung mit Anderen, und ist häufig Teil eines breiteren Unterhaltungsprogramms. Zudem sind Entscheidungen über Sporttreiben häufig „make or buy-“ Entscheidungen im Rahmen derer zwischen Kauf und Eigenproduktion abgewogen werden muss (vgl. Horch, 1994). SportlerInnen kaufen Güter und Dienste, die sie für ihr Sportengagement benötigen, um damit bestimmte Nutzenerwartungen zu erfüllen (Gesundheit, Fitness, Körperformung, Freude, Geselligkeit, Prestige, soziale Akzeptanz u. ä.). Aus diesen Nutzenerwartungen leiten sich Präferenzen ab die die kaufkräftige Nachfrage bestimmen. Die erwünschten Nutzen können also nicht direkt mit dem Kauf erworben werden. Die Produktion erfordert zusätzlichen Einsatz von Energie, Zeit und Kompetenz. Das bedeutet auch, dass im Vorfeld (strukturelle) Unsicherheit darüber besteht, ob mit der Sportaktivität der jeweils gewünschte Nutzen erreicht wird oder nicht. Nutzenerwartungen können also auch unerfüllte Hoffnungen bleiben (Heinemann, 1995). Schließlich weisen diese Nutzenerwartungen ihrerseits eine Vielzahl von Besonderheiten auf (vgl. u. a. Rittner, 1988), die für Nachfrage von Relevanz sind. Typischerweise gibt es im Sport keine natürlichen Sättigungsgrenzen. So lässt sich die Nachfrage nach einzelnen, sportbezogenen Effekten immer wieder anregen (z. B. ist Gesundheit nie sicher und es müssen fortlaufend Anstrengungen unternommen werden, um gesund zu bleiben). Zudem ist die Bewertung des Nutzens sportbezogener Güter und Dienste im höchsten Maße subjektiv (Heinemann, 1995).

Im Bereich des Kulturmanagements lassen sich vor allem die Zugangsstrukturen als Besonderheit des Feldes charakterisieren, wobei die Akteurs- und Rezipientenebene klar zu unterscheiden sind. (vgl. Klein 2008) Da kulturelle Identität, kulturelle Integration und öffentlich Bildungsaufträge immer wieder als kulturpolitische Ziele seitens der Politik formuliert werden, gleichzeitig jedoch die Investition in infrastrukturelle und organisationale Restrukturierungsprojekte abnimmt, ergibt sich für das Kulturmanagement ein besonderer Handlungsrahmen, der zwischen symbolischen Kapitalbildungen und realen Investitionsanforderungen aufgespannt ist und eigenständige Interventionsformen benötigt. Hierbei ist vor allem der Bereich des Sponsoring und Fundraising von zentraler Bedeutung, da er sich zu einem Schlüsselkompetenzfeld ausweitet bei abnehmenden Investitionsengagements von staatlicher Seite.

(4) Schließlich lassen sich in Bezug auf die relevanten Marktbedingungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungswirtschaft eine Reihe von zentralen Besonderheiten herausstellen. Eine typische Besonderheit des Zuschauersports etwa ist die Tatsache, dass er durch die, in der Wettkampfplogik des Sports begründeten, Konkurrenz und Kooperation der Anbieter gleichermaßen geprägt ist. Die Fertigung im professionellen Mannschaftssport ist durch die Notwendigkeit der Koproduktion mindestens zweier Partner gekennzeichnet. Mit dieser Besonderheit lässt sich auch das hohe Ausmaß an Regulierungen begründen. So sind zentrale ökonomische Größen (Menge und Zeit des Angebots, Anzahl der Anbieter etc.) festgelegt. Charakteristisch sind ferner Anbieter-Monopole, wie Verbände und Ligen (Horch, 1994).

Zu den Marktbesonderheiten des Kulturbereichs zählt die symbolische Kapitalbildung, die auch bei geringen Zuschauerzahlen eine hohe gesellschaftliche und diskursive Bedeutung im Sinne von öffentlicher Repräsentation und soziokultureller Teilhabe generiert. Zudem ist der enge Bezug zu kulturpolitischen Interventionen zu beachten, etwa in der staatlichen Kulturförderung, die mehr und mehr singuläre Bereiche der Kreativ- und Kulturwirtschaft fördert, etwa im Bereich Filmförderung, und andere Felder Selbstregulationsprozessen überlässt. Hier erfordert die akademische Ausbildung eine breite Darstellung von Arbeitsangeboten und Investitionsnotwendigkeiten, um ein eigenständiges und auf innovatives Handeln ausgerichtetes Kulturmanagement zu etablieren. (vgl. Klein 2004)

Aus den genannten Besonderheiten lässt sich das spezielle Qualifikationsprofil angehender Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen ableiten: Benötigt werden, neben allgemeinen Schlüsselqualifikationen (Reden, Präsentieren, Moderieren, Schreiben und Lesen bzw. Verständnis von Fachtexten, Informationen beschaffen und bewerten/Mediennutzung, Statistik, Forschungsmethodik, konzeptionelles, systematisches Arbeiten, Zeit- und Stressmanagement, Teamwork) sowie sprachlichen Kompetenzen/Fremdsprache folgende, allgemeine sowie spezielle Qualifikationen (vgl. ebd.; Horch et al., 2005):

Wirtschaften

- Verständnis von Knappheit und des Problems der Wahlentscheidung; Für welche alternativen Ziele sollen knappe Ressourcen eingesetzt werden?
- Gestaltung von Institutionen, Koordination von arbeitsteiligen Abläufen, Setzen von zielfördernden Anreizen,
- Im volkswirtschaftlichen Kontext: Verständnis der Einflussfaktoren von Angebot, Nachfrage und Marktmechanismen und Preisbildung, Kenntnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge, volkswirtschaftlicher Kosten-Nutzen-Analysen,
- Im betriebswirtschaftlichen Kontext: Handlungskompetenz im Rahmen der Erfüllung der betriebswirtschaftlichen Funktionen: Beschaffung, Produktion, Absatz (s. marktorientiertes "verkaufen"), Finanzierung (s. finanzieren), Personal (s. managen)
- Grundkenntnisse der rechtlichen Rahmenbedingungen (Gesellschaften, Haftung, Verträge, Steuern, Geschäftsführung, Medien usw.).

Managen

- Nach Funktionsbereichen (Planen: Ziele setzen, Lage analysieren, Strategien entwickeln, Budgets planen; Organisieren: Aufbau und Abläufe gestalten, Organisationen entwickeln; Führen: Personal auswählen, motivieren, führen, weiterbilden, beurteilen; Kontrollieren: des Erfolges, Kurskorrekturen einleiten),

- Nach Rollen (vgl. Mintzberg, 1975: interpersonelle Rollen ausfüllen, informationale Rollen ausfüllen (s. Schlüsselqualifikationen), Entscheidungs-Rollen ausfüllen (s. wirtschaften, Managementfunktionen),
- Über die Kenntnisse rationalen Managens hinaus sind erforderlich: psychologische Kenntnisse über das Verhalten von Individuen und Gruppen, soziale Kenntnisse und Kompetenzen (soziale Strukturen, Kulturen, Wandel, Konflikte lösen, verhandeln) sowie kommunikative Kompetenzen.

Kommunizieren

- Journalistisches Arbeiten und seine Grundlagen (Schreiben, Recherche, Sprechen),
- Mediengestaltung, Techniken der Massenkommunikation sowie Kenntnis des Mediensystems,
- Visuelle Kommunikation, kommunikationspsychologische Grundlagen nonverbaler Kommunikation.
- Kultur- und sportpolitische Diskurs-Kompetenzen (Lobbying)

Verkaufen und marktorientiertes Handeln

- Zentrale Bedeutung der Markt- bzw. Kundenorientierung erkennen und verinnerlichen (Marketingphilosophie)
- Informationsgrundlagen beschaffen, analysieren: Marktforschung,
- Instrumente des Marketing kennen- und benutzen lernen,
- Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik: PR, Werbung, Sponsoring, Events usw.

Distributionspolitik

- Den Marketingprozess managen lernen (s. Managementfunktionen)

Finanzieren und "Rechnen"

- Beschaffungswege von Geldmitteln und Kapital kennen und benutzen lernen,
- Beurteilung und Dokumentation aller organisatorischen Vorgänge nach Kosten-Nutzen-Gesichtspunkten (Rechnungswesen, Leistungs-Kostenrechnung, Bilanzierung usw.)

(Das umfassende Literaturverzeichnis ist unter den jeweiligen Modulbeschreibungen zu finden.)

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

Curriculumsdaten

(Je nach Organisationsform des Studienganges sind die Spalten "VZ" oder "BB" oder "VZ"+"BB" zu befüllen.)

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2010	2010	
Regelstudiodauer (Anzahl Semester)	6	6	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	102	84	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15	17	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme aller Sem.)	1530	1428	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180	180	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 41	KW 39	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 6	KW 6	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 10	KW 9	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28	KW 28	
WS Wochen	15	17	
SS Wochen	15	17	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5	-	
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch	Deutsch	
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Sem., 15 Wochen	2. + 4. Sem., insgesamt 15 Wochen (falls keine facheinschlägige Berufstätigkeit gegeben ist)	
Resultiert aus Überführung o. Integration des/der Stg (StgKz; nur im Fall einer Überführung o. Zusammenführung relevant)			

2.2 Curriculum

Curriculum-Matrix (SKVM Bachelorstudiengang VZ)

1. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SWI01	Sportwissenschaften I	ILV	2	2	4	60	SWI	4
vz.KWI01	Kulturwissenschaften I	ILV	2	2	4	60	KWI	4
vz.SMA01	Sportmanagement I	ILV	2	2	4	60	SMA	4
vz.KMA01	Kulturmanagement I	ILV	2	2	4	60	KMA	4
vz.EMA01	Eventmanagement	VO	2	1	2	30	EMA	2
vz.BWG01	Betriebswirtschaftslehre	VO	2	1	2	30	BWG	2
vz.BWG02	Personal & Organisation	VO	1	1	1	15	BWG	1
vz.BWV01	Buchführung & Bilanzierung	VO	2	1	2	30	BWV	2
vz.ENG01	English for Event Managers I	UE	2	3	6	90	ENG	2
vz.2SPR01	2. Fremdsprache I	UE	3	3	9	135	2SPR	3
vz.SOS01	Team- & Konfliktmanagement	UE	2	2	4	60	SOS	2
Summenzeile:			22		42	630		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			330					

2. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SWI02	Sportwissenschaften II	ILV	2	2	4	60	SWI	4
vz.KWI02	Kulturwissenschaften II	ILV	2	2	4	60	KWI	4
vz.SMA02	Sportmanagement II	ILV	2	2	4	60	SMA	4
vz.KMA02	Kulturmanagement II	ILV	2	2	4	60	KMA	4
vz.BWG03	Volkswirtschaftslehre	VO	2	1	2	30	BWG	2
vz.BWV02	Finanzierung & Investition	VO	2	1	2	30	BWV	2
vz.RWI01	Recht	VO	2	1	2	30	RWI	2
vz.RWI02	Veranstaltungsrecht & Risikomanagement	VO	1	1	1	15	RWI	1
vz.MAM01	Marketing	VO	2	1	2	30	MAM	2
vz.ENG02	English for Event Managers II	UE	1	3	3	45	ENG	1
vz.2SPR02	2. Fremdsprache II	UE	3	3	9	135	2SPR	3
vz.WIA01	Wissenschaftliches Arbeiten I	VO	1	2	2	30	WIA	1
Summenzeile:			22		39	585		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			330					

3. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SWI03	Sportwissenschaften III	ILV	2	2	4	60	SWI	4
vz.KWI03	Kulturwissenschaften III	ILV	2	2	4	60	KWI	4
vz.EMA02	Creative Industries	VO	1	2	2	30	EMA	1
vz.EMA03	Erlebnisinzenierung	ILV	1	2	2	30	EMA	2
vz.EMA04	Eventtechnik	VO	1	1	1	15	EMA	1
vz.EMA05	Destination Management	VO	1	1	1	15	EMA	1
vz.ASKVM01	Integrative Fallstudie I	PT	3	3	9	135	ASM	6
vz.BWV03	Controlling	VO	2	1	2	30	BWV	2
vz.MAM02	Marktforschung	VO	2	2	4	60	MAM	2
vz.ASKVM02	Projekt- & Qualitätsmanagement	UE	2	2	4	60	ASKVM	2
vz.SOS02	Intercultural Seminar & Area Studies	VO	1	2	2	30	SOS	1
vz.2SPR03	2. Fremdsprache III	UE	3	3	9	135	2SPR	3
vz.SOS03	Präsentations-, Moderations- & Kommunikationstechniken	UE	1	2	2	30	SOS	1
Summenzeile:					46	690		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen				330				

4. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.AEMA01	Product Development & Innovation	ILV	1	1	1	15	AEMA	2
vz.AEMA02	Mega-Events in Sports & Culture	VO	2	1	2	30	AEMA	2
vz.AKO01	Applied Marketing Concepts	UE	2	2	4	60	AKO	2
vz.AKO02	Applied Financial Concepts & Funding	UE	2	2	4	60	AKO	2
vz.ASKVM03	Integrative Fallstudie II	PT	3	3	9	135	ASKVM	6
vz.AEMA03	Meetings, Congresses, Incentives & Events	UE	2	1	2	30	AEMA	2
vz.AMSK01	Elective	ILV	1	4	4	60	AMSK	2
vz.AMSK02	Sustainability in Sports, Culture & Eventmanagement	ILV	1	1	1	15	AMSK	2
vz.AMSK03	Existenz- & Unternehmensgründung	VO	1	1	1	15	AMSK	1
vz.AMSK04	Business Ethics & Corporate Governance	VO	1	1	1	15	AMSK	1
vz.WIA03	Wissenschaftliches Arbeiten II	ILV	1	2	2	30	WIA	2
vz.WIA02	Bachelor Seminar I	BA	1	7	7	105	WIA	6
Summenzeile:					38	570		30
LVS = SummeSWS*15 LV-Wochen				270				

5. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.AUS01	Exchange Semester Coaching	UE	2	1	2	30	AUS	2
vz.AUS02	Business Studies	ILV	4				AUS	7
vz.AUS03	Electives: Sports, Culture & Event Management	ILV	8				AUS	14
vz.AUS04	Language & Area Studies	ILV	4				AUS	7
Summenzeile:			18		2	30		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			270					

6. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.BEE01	Integriertes Berufspraktikum	BP	1	1	1	15	BEE	24
vz.WIA04	Bachelor Seminar II	BA	1	7	7	105	WIA	6
Summenzeile:			2		8	120		30
LVS = SummeSWS*15 LV-Wochen			30					
Summe über alle Semester			104		175	2625		240
Summe über alle Semester			1560					

Abkürzungen

LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
ALVS	Angebotene LVS
SWS	Semesterwochenstunde(n)
ASWS	Angebotene SWS
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte

Abkürzungen für die Modulbezeichnungen

Module		SWS	SWS in %	ECTS	ECTS in %
SWI	Sportwissenschaften	6	6	12	7
KWI	Kulturwissenschaften	6	6	12	7
SMA	Sportmanagement	4	4	8	4
KMA	Kulturmanagement	4	4	8	4
BWG	Betriebswirtschaftslehre Grundlagen & VWL	5	5	5	3
MAM	Marketing & Marktforschung	4	4	4	2
BWV	Betriebswirtschaftslehre Vertiefung	6	6	6	3
RWI	Rechtswissenschaften	3	3	3	2
ENG	Englisch	3	3	3	2
2SPR	2. Fremdsprache	9	9	9	5
SOS	Social Skills	4	4	4	2
WIA	Wissenschaftliches Arbeiten	4	4	15	8
EMA	Event Management	6	6	7	4
ASKVM	Angewandtes Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	8	8	14	8
BEE	Berufserfahrung	1	1	24	13
AUS	Auslandssemester	18	17	30	17
AKO	Angewandte Konzepte	4	4	4	2
AEMA	Applied Event Management	5	5	6	3
AMSK	Advanced Management Skills	4	4	6	3
Summe		104	100	180	100

Curriculum-Matrix (SKVM Bachelorstudiengang BB)

1. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.BWG01	Betriebswirtschaftslehre	ILV	2	1	2	30	BWG	4
bb.BWG02	Volkswirtschaftslehre	ILV	2	1	2	30	BWG	4
bb.BWG03	Personal & Organisation	ILV	2	1	2	30	BWG	4
bb.BWV01	Buchführung & Bilanzierung	ILV	2	1	2	30	BWV	4
bb.RWI01	Recht	ILV	2	1	2	30	RWI	4
bb.MAM01	Marketing	ILV	2	1	2	30	MAM	4
bb.ENG01	English for Event Managers I	UE	2	3	6	90	ENG	2
bb.2SPR01	2. Fremdsprache I	UE	2	3	6	90	2SPR	2
bb.SOS01	Team- & Konfliktmanagement	ILV	1	2	2	30	SOS	2
Summenzeile:					26	390		30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen				289				

2. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SWI01	Sportwissenschaften I	VO	2	1	2	30	SWI	2
bb.KWI01	Kulturwissenschaften I	VO	2	1	2	30	KWI	2
bb.SMA01	Sportmanagement I	ILV	2	1	2	30	SMA	4
bb.KMA01	Kulturmanagement I	ILV	2	1	2	30	KMA	4
bb.EMA01	Eventmanagement	ILV	2	1	2	30	EMA	4
bb.BWV02	Finanzierung & Investition	VO	2	1	2	30	BWV	2
bb.BEE01	Berufspraktikum I	BP	0	0	0	0	BEE	8
bb.ENG02	English for Event Managers II	UE	2	3	6	90	ENG	2
bb.2SPR02	2. Fremdsprache II	UE	2	3	6	90	2SPR	2
Summenzeile:				16		24	360	30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen				272				

3. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SWI02	Sportwissenschaften II	VO	2	1	2	30	SWI	2
bb.KWI02	Kulturwissenschaften II	VO	2	1	2	30	KWI	2
bb.SMA02	Sportmanagement II	VO	2	1	2	30	SMA	2
bb.KMA02	Kulturmanagement II	ILV	2	1	2	30	KMA	4
bb.ASKVM01	Integrative Fallstudie I	PT	3	3	9	135	ASKVM	6
bb.ASKVM02	Projekt - & Qualitätsmanagement	ILV	2	2	4	60	ASKVM	4
bb.2SPR03	2. Fremdsprache III	UE	2	3	6	90	2SPR	2
bb.WIA01	Wissenschaftliches Arbeiten I	ILV	1	2	2	30	WIA	2
bb.WIA02	Bachelor-Seminar I	BA	1	4	4	60	WIA	6
Summenzeile:				17		33	495	30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen				289				

4. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SWI03	Sportwissenschaften III	VO	2	1	2	30	SWI	2
bb.KWI03	Kulturwissenschaften III	VO	2	1	2	30	KWI	2
bb.EMA02	Creative Industries	ILV	1	1	1	15	EMA	2
bb.EMA03	Eventtechnik	ILV	1	1	1	15	EMA	2
bb.ASKVM03	Integrative Fallstudie II	PT	3	3	9	135	ASKVM	6
bb.BWV03	Controlling	VO	2	1	2	30	BWV	2
bb.RWI02	Veranstaltungsrecht & Risikomanagement	VO	1	1	1	15	RWI	1
bb.MAM02	Marktforschung	ILV	2	2	4	60	MAM	4
bb.BEE02	Berufspraktikum II	BP	0	0	0	0	BEE	8
bb.SOS02	Präsentations-, Moderations- & Kommunikationstechniken	UE	1	2	2	30	SOS	1
Summenzeile:			15		24	360		30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen			255					

5. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.AEMA01	Mega-Events in Sports & Culture	ILV	2	1	2	30	AEMA	4
bb.AKO01	Applied Marketing Concepts	SE	2	2	4	60	AKO	8
bb.AKO02	Applied Financial Concepts & Funding	SE	2	2	4	60	AKO	8
bb.AEMA02	Meetings, Congresses, Incentives & Events	ILV	2	1	2	30	AEMA	4
bb.AMSK01	Elective	SE	1	4	4	60	AMSK	4
bb.IWE01	International Week	EX	2	2	4	60	IWE	2
Summenzeile:			11		20	300		30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen			187					

6. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.EMA04	Erlebnisin szenierung	SE	1	1	1	15	EMA	4
bb.AEMA03	Product Development & Innovation	SE	1	1	1	15	AEMA	4
bb.EMA05	Destination Management	ILV	1	1	1	15	EMA	2
bb.AMSK02	Sustainability in Sports, Culture & Eventmanagement	ILV	1	1	1	15	AMSK	2
bb.AMSK03	Existenz- & Unternehmensgründung	SE	1	1	1	15	AMSK	4
bb.AMSK04	Business Ethics & Corporate Governance	SE	1	1	1	15	AMSK	4
bb.WIA03	Wissenschaftliches Arbeiten II	SE	1	2	2	30	WIA	4
bb.WIA04	Bachelor-Seminar II	BA	1	4	4	60	WIA	6
Summenzeile:			8		12	180		30
LVS = SummeSWS* 17 LV-Wochen			136					
Summe über alle Semester			84		139	2085		240
Summe über alle Semester			1428					

Abkürzungen	
--------------------	--

LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
ALVS	Angebotene LVS
SWS	Semesterwochenstunde(n)
ASWS	Angebotene SWS
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte

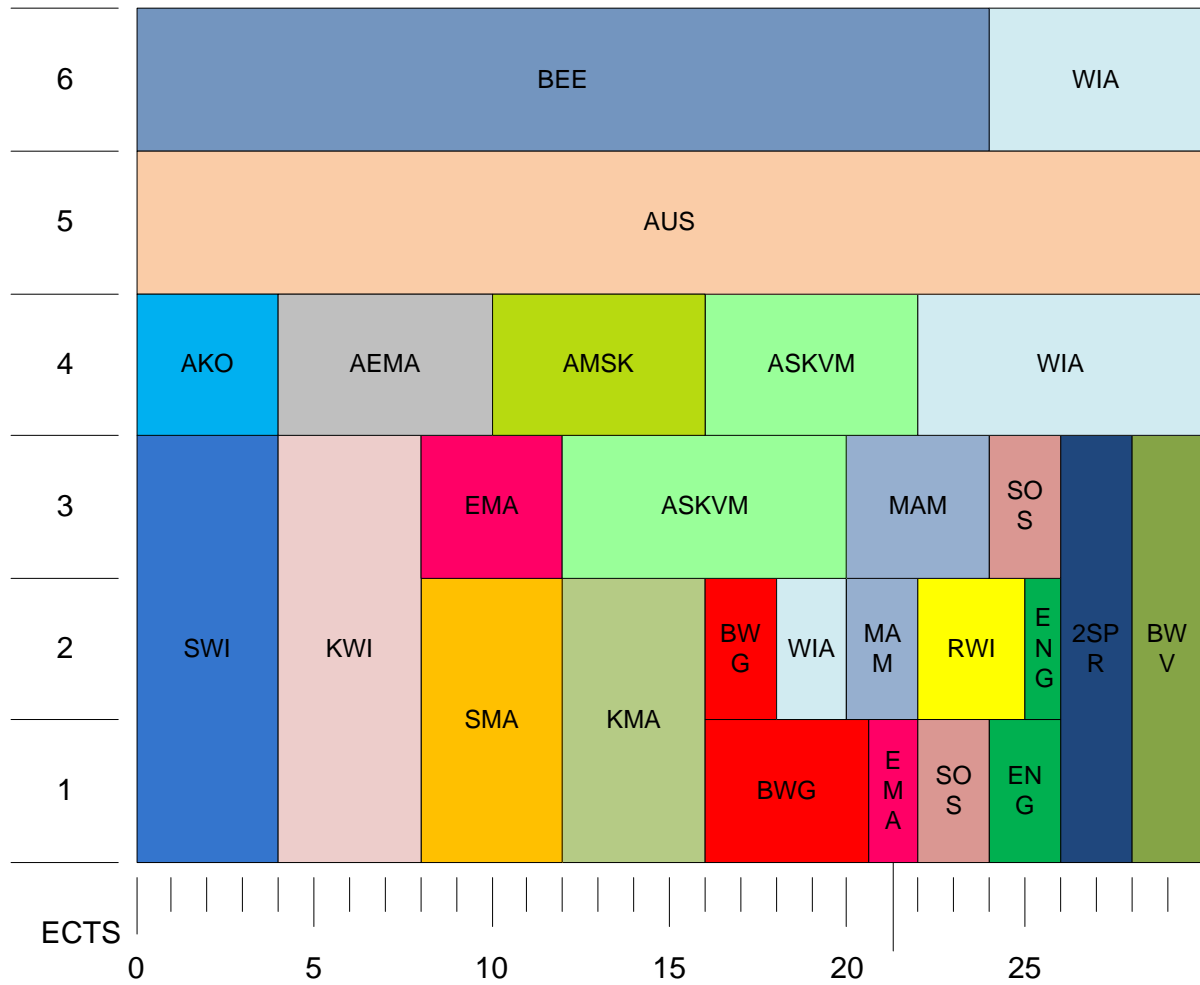
Abkürzungen für die Modulbezeichnungen

Module		SWS	SWS in %	ECTS	ECTS in %
SWI	Sportwissenschaften	6	7	6	3
KWI	Kulturwissenschaften	6	7	6	3
SMA	Sportmanagement	4	5	6	3
KMA	Kulturmanagement	4	5	8	4
BWG	Betriebswirtschaftliche Grundlagen & VWL	6	7	12	7
MAM	Marketing & Marktforschung	4	5	8	4
BWV	Betriebswirtschaftslehre Vertiefung	6	7	8	4
RWI	Rechtswissenschaften	3	4	5	3
ENG	Englisch	4	5	4	2
2SPR	2. Fremdsprache	6	7	6	3
SOS	Social Skills	2	2	3	2
WIA	Wissenschaftliches Arbeiten	4	5	18	10
EMA	Event Management	6	7	14	8
ASKVM	Angewandtes Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	8	10	16	9
BEE	Berufserfahrung	0	0	16	9
IWE	International Week	2	2	2	1
AKO	Angewandte Konzepte	4	5	16	9
AEMA	Applied Event Management	5	6	12	7
AMSK	Advanced Management Skills	4	5	14	8
Summe		84	100	180	100

Grafische Übersicht der Module

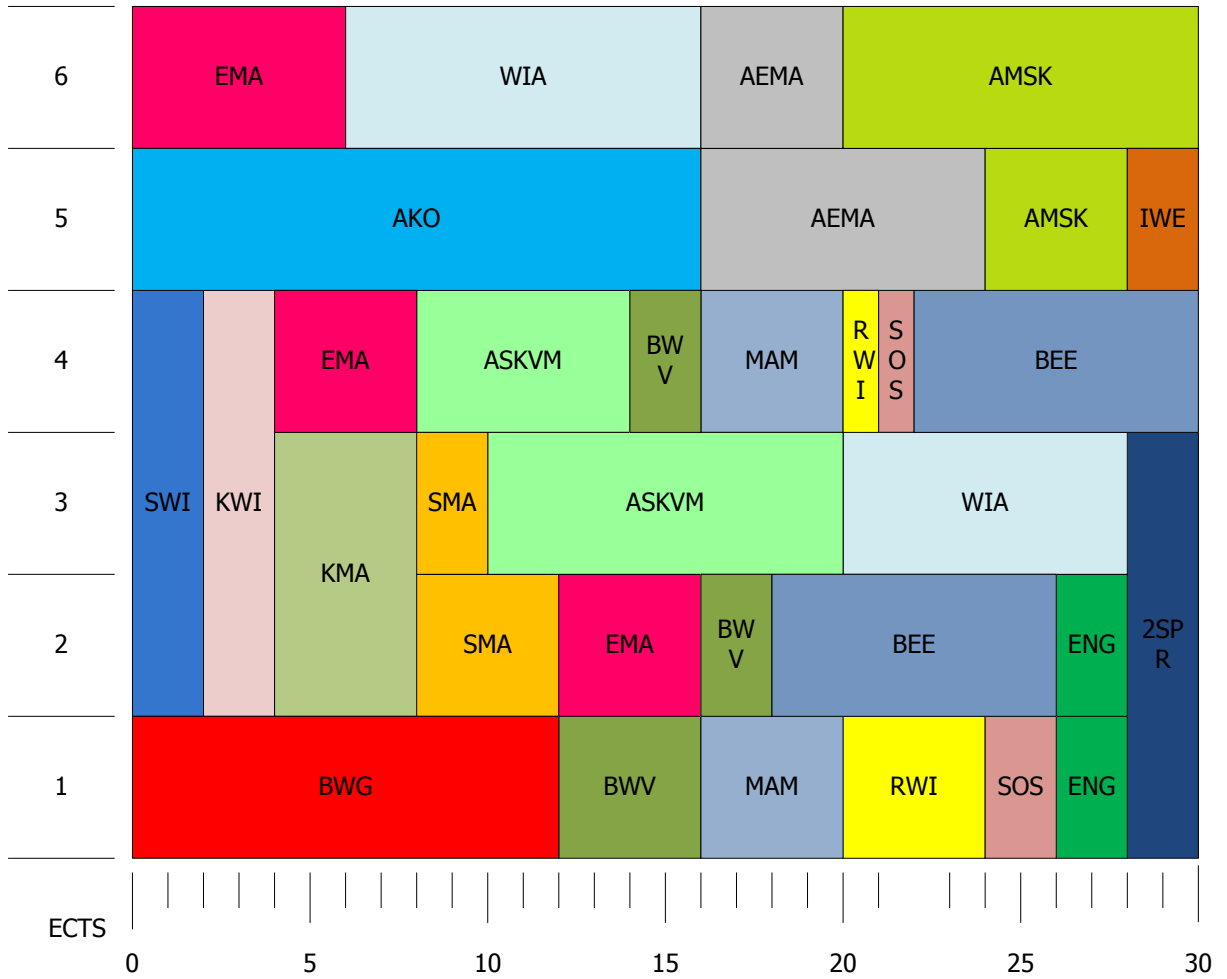
Modulgrafik Vollzeit-Studiengang:

Semester



Modulgrafik berufsbegleitender Studiengang:

Semester



2.3 Modulbeschreibungen

Beitrag Module zur Zielumsetzung SKVM Bachelorstudiengang VZ + BB

	VZ		BB			
	ECTS	%	ECTS	%		
Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden		89	49		117	65
Modul Sportwissenschaften	12			6		
Modul Kulturwissenschaften	12			6		
Modul Sportmanagement	8			6		
Modul Kulturmanagement	8			8		
Modul Betriebswirtschaftliche Grundlagen & VWL	5			12		
Modul Marketing und Marktforschung	4			8		
Modul Betriebswirtschaftslehre Vertiefung	6			8		
Modul Rechtswissenschaften	3			5		
Modul Eventmanagement	7			14		
Modul Angewandtes Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	14			16		
Modul Applied Event Management	6			12		
Modul Angewandte Konzepte	4			16		
Exemplarische Wahlpflichtfächer		9	5		6	3
Modul 2. Fremdsprache	9			6		
Fachübergreifende Qualifikationen		58	32		41	23
Modul Englisch	3			4		
Modul Social Skills	4			3		
Modul Wissenschaftliches Arbeiten	15			18		
Modul Auslandssemester	30			0		
Modul Advanced Management Skills	6			14		
Modul International Week	0			2		
Pflichtpraktikum		24	13		16	9
Modul Berufserfahrung	24			16		
Summe		180	100		180	100

Modulbeschreibung

Sportwissenschaften

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SWI	Sportwissenschaften	12 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. -3. Semester (VZ), 2.-4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BEE, ASKVM	
Literaturempfehlungen	<p>Alfermann, D. (2004): Sportpsychologie, Aachen, Meyer und Meyer</p> <p>Bös, K. & Brehm, W. (Hrsg.) (1998): Gesundheitssport: Ein Handbuch. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 120, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Brehm, W., Pahmeier, I. & Tiemann, M. (1997): Gesundheitsförderung durch sportliche Aktivierung: Qualitätsmerkmale, Programme, Qualitätssicherung, in: Sportwissenschaft, 27 (1), S. 38-59</p> <p>Debrunner, A. M. (1994): Orthopädie, orthopädische Chirurgie: die Störungen des Bewegungsapparates in Klinik und Praxis, Bern, Hans Huber</p> <p>Eberspächer, H. (1993): Sportpsychologie. Grundlagen, Methoden, Analysen, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Eberspächer, H. (2001): Mentales Training, München, Stiebner</p> <p>Gabler, H., Nitsch, J. R. & Singer, R. (2001): Einführung in die Sportpsychologie, Bd. 1: Grundthemen, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Gabler, H., Nitsch, J. R., Singer, R. (2001): Einführung in die Sportpsychologie, Bd. 2: Anwendungsfelder, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Gehrke, T. (1999): Sportanatomie, Reinbek, Rowohlt</p> <p>Grupe, O. (2000): Vom Sinn des Sports: kulturelle, pädagogische und ethische Aspekte, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Heinemann, K. (1990): Einführung in die Soziologie des Sports, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Hirtz, P. (1997): Koordinative Fähigkeiten, in: Schnabel, G., Harre, D. & Borde, A. (Hrsg.): Trainingswissenschaft: Leistung - Training - Wettkampf, Berlin, Sportverlag, S. 114-122</p> <p>Hohmann, A., Lames, M. & Letzelter, M. (2003): Einführung in die Trainingswissenschaft, Wiebelsheim, Limpert</p> <p>Hollmann, W. & Hettinger, T. (2000): Sportmedizin. Arbeits- und Trainingsgrundlagen, Stuttgart, Schattauer</p> <p>Knechtle, B. (2002): Aktuelle Sportphysiologie. Leistung und Ernährung im Sport, Freiburg, Karger</p> <p>Janssen, J. P. (1995): Grundlagen der Sportpsychologie, Wiesbaden, Limpert</p> <p>Knoll, M. (1997): Sporttreiben und Gesundheit – Eine kritische Analyse vorliegender Befunde, Schorndorf, Hofmann</p>	

	<p>De Marées, H. (2003): Sportphysiologie, Köln, Sport & Buch Strauss</p> <p>Martin, D., Carl, K. & Lehnertz, K. (2001): Handbuch Trainingslehre. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 100, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Mechling, H. & Munzert, J. (2003): Handbuch Bewegungswissenschaft – Bewegungslehre. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 141, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Meinel, K. & Schnabel, G. (2004): Bewegungslehre – Sportmotorik: Abriß einer Theorie der sportlichen Motorik unter pädagogischem Aspekt, Berlin, Sportverlag</p> <p>Menke, W. (2001): Einführung in die Sportorthopädie und –traumatologie, Wiebelsheim, Limpert</p> <p>Meusel, H. (1996): Bewegung, Sport und Gesundheit im Alter, Wiesbaden, Quelle und Meyer</p> <p>Neumaier, A. (1999): Koordinatives Anforderungsprofil und Koordinationstraining, Köln, Sport & Buch Strauss</p> <p>Opaschowski, H. W. (2000): Xtrem. Der kalkulierte Wahnsinn. Extremsport als Zeitphänomen, Hamburg, Germa Press</p> <p>Rost, R. (Hrsg.) (2001): Lehrbuch der Sportmedizin, Köln, Deutscher Ärzte-Verlag</p> <p>Schlicht, W. & Strauß, B. (2003): Sozialpsychologie des Sports, Göttingen, Hogrefe</p> <p>Schnabel, G., Harre, D. & Borde, A. (Hrsg.) (1997): Trainingswissenschaft: Leistung – Training – Wettkampf, Berlin, Sportverlag</p> <p>Spirduso, W. W. (1995): Physical Dimensions of Aging, Champaign/Illinois, Human Kinetics</p> <p>Weber, U. (2003): Familie und Leistungssport. Reihe Sportsoziologie, Bd. 3, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Weineck, J. (2004): Sportbiologie, Balingen, Spitta</p> <p>Weineck, J. (2007): Optimales Training, Balingen, Spitta</p> <p>Weineck, J. (2008): Sportanatomie, Balingen, Spitta</p> <p>Weiß, O. (1997): Sport Gesundheit Gesundheitskultur, Wien, Böhlau</p> <p>Weiß, O. (1999): Einführung in die Sportsoziologie, Wien, WUV</p> <p>Willimczik, K. & Roth, K. (1999): Bewegungswissenschaft, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Wirhed, R. (2001): Sportanatomie und Bewegungslehre, Stuttgart, Schattauer</p> <p>Voigt, D. (1992): Sportsoziologie, Soziologie des Sports, Frankfurt, Aarau, Diesterweg und Sauerländer</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Trainings- und Bewegungslehre sowie Grundkenntnisse in der Sportbiologie und -medizin. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander, zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen und zum Sportmanagement. Sie verstehen die zentralen disziplinspezifischen Begriffe und deren Bedeutung. Sie beherrschen folgende Grundlagen: Allgemeine Grundlagen der Trainingslehre (z. B. Trainingsprinzipien), spezielle Grundlagen der Trainingslehre (Training der motorischen Hauptbeanspruchungsformen), Grundlagen menschlicher Bewegung, Struktur und die Funktion ausgewählter Gewebe, Systeme und Prozesse, Wechselwirkung zwischen Sport und Körper, Mechanismen der Anpassung, Verletzung und Behandlung. Die Studierenden werden dazu befähigt, interdisziplinäre Problem-/Aufgabenstellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen (z. B. Entwicklung von gesundheitsorientierten Trainings- und Bewegungsprogrammen). Sie kennen</p>

	<p>die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanager bedeutsamen Fachkräfte bestimmen.</p> <p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sportsoziologie und der Sportpsychologie. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander, zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen und insbesondere zur Trainingslehre, zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen und zum Sportmanagement. Sie verstehen die zentralen disziplinspezifischen Begriffe und deren Bedeutung. Sie beherrschen zentrale sportsoziologische und -psychologische Grundlagen und können sie auf managementspezifische Aufgaben- oder Fragestellungen anwenden. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Problem-/Aufgabenstellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen (z. B. Karriereplanung). Sie kennen die Berufsbilder (z. B. Sportpsychologe, Coach) und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen bedeutsamen Fachkräfte bestimmen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften I
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p><u>Trainingslehre:</u> Grundbegriffe der Trainingslehre: Motorische Fähigkeiten, Motorische Fertigkeiten Begriff und Bedeutung Training, sportliche Leistungsfähigkeit Allgemeine Grundlagen: Modelle zur sportlichen Leistung und sportlichen Leistungsfähigkeit, Modelle zum Training und zur Trainingssteuerung, Trainingsplanung, Trainingskontrolle; Trainingsprinzipien Spezielle Grundlagen: Training der motorischen Hauptbeanspruchungsformen Kraft, Schnelligkeit, Ausdauer, Beweglichkeit, koordinative Fähigkeiten Ausgewählte Themen: Höhentherapie, Doping u. a. Berufs- und Anwendungsbilder</p> <p><u>Bewegungslehre:</u> Motorische Ontogenese Koordination; Bewegungsmerkmale; sportmotorische Tests</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften II
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p><u>Sportanatomie</u> Anatomische Betrachtung der Struktur und Funktion ausgewählter Gewebe und Systeme und Prozesse und ihre synergistische Interaktion Struktur und Funktion des passiven und aktiven Bewegungsapparates:</p>

	<p>Knochen- und Gelenklehre und -bildner, Aufbau des menschlichen Skeletts, Muskellehre</p> <p>Anpassung des Bewegungsapparates an sportliche Belastung und Belastungsgestaltung unter anatomischen Gesichtspunkten</p> <p>Funktionelle und integrative Betrachtung und Bewertung von einfachen und komplexen Bewegungsabläufen (Beispiele aus Sportarten) aus funktionell-anatomischer Sicht</p> <p><u>Sportphysiologie</u></p> <p>Physiologische Betrachtung der Funktion ausgewählter Gewebe, Systeme und Prozesse und ihre synergistische Interaktion; muskuläre Energiebereitstellung; Querbrückenzyklus</p> <p>Gesundheitliche Aspekte des Alltags und Sports (Ziele, Inhalte, Risikofaktoren)</p> <p>Berufs- und Anwendungsbilder</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften III
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p><u>Sportsoziologie</u></p> <p>Grundlagen und Gegenstand der Sportsoziologie</p> <p>Sport und Gesellschaft: Sport und Kultur – Werte in der Gesellschaft und im Sport, interkulturelle Aspekte im Sport</p> <p>Sozialisation und Sport: Geschlechterrollen und soziale Schichten im Sport, Sport der oberen und der unteren Schichten</p> <p>Sport als soziale Institution: Anerkennung durch Sport, Sport als soziales Phänomen</p> <p>Sport und (Massen-) Kommunikation, Sport und Medien</p> <p>Sport und Wirtschaft, Sport und Politik: Sport in der Politik, Politik im Sport, struktur- und prozessorientierte Analyse von Politik im Sport</p> <p>Sportpolitik in Österreich, Deutschland und der Schweiz</p> <p><u>Sportpsychologie</u></p> <p>Grundlagen der Sportpsychologie: Sportpsychologie und Sportwissenschaft, historische, soziologische und pädagogische Grundlagen der Sportpsychologie, Systematik und Situation der Sportpsychologie</p> <p>Handlungstheoretische Grundlagen der Sportpsychologie</p> <p>Kognitive Aspekte sportlicher Handlungen: Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, Lernen und Gedächtnis, Denken und Intelligenz</p> <p>Motivationale Aspekte sportlicher Handlungen: Motivation und Motiv, Emotion, Volition</p> <p>Sport und Persönlichkeit</p> <p>Ausgewählte Themen: Coaching, Mentales Training, Psychoregulation, Schema-Theorie u. a. (Verbindung zu Trainingswissenschaft und Bewegungswissenschaft)</p> <p>Berufs- und Anwendungsbilder</p>

Modulbeschreibung
Kulturwissenschaften

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KWI	Kulturwissenschaften	12 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester (VZ); 2., 3., 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BEE, ASKVM	
Literaturempfehlungen	<p>Assmann, A. (2008) : Einführung in die Kulturwissenschaften, Berlin, Erich Schmidt Verlag</p> <p>Assmann, J. (2007): Das kulturelle Gedächtnis, München, Beck</p> <p>Bachmann-Medick, D. (2007): Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften, Rheinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Benjamin, W. (1994): Illuminationen, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Böhme, H., Matussek, P. & Müller, L. (2000): Orientierung Kulturwissenschaft. Was sie kann, was sie will, Rheinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Böhme, H. & Scherpe, K. R. (Hrsg.) (1996): Literatur- und Kulturwissenschaften. Positionen, Theorien, Modelle, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>During, S. (Hrsg.) (2000): The Cultural Studies Reader, New York, Routledge</p> <p>Eagleton, T. (1988): Einführung in die Literaturtheorie, Stuttgart, Metzler</p> <p>Eagleton, T. (2001): Was ist Kultur, München, Beck</p> <p>Fausser, M. (2003): Einführung in die Kulturwissenschaft, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft</p> <p>Forster, K. W. (2009): Aby Warburg zur Einführung, München, Junius</p> <p>Freud, S. (1987): Das Unbehagen in der Kultur, Frankfurt/Main, Fischer</p> <p>Gebauer, G. W. C. (1992): Mimesis. Kultur - Kunst - Gesellschaft, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Geertz, C. (1987): Dichte Beschreibung, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Gehrke, H. G. (Hrsg.) (2006): Geschichte der Antike. Ein Studienbuch, Stuttgart, Metzler</p> <p>Geier, M. (1983): Methoden der Sprach- und Literaturwissenschaft, München, Fink</p> <p>Gil, T. (1990): Kulturtheorie. Ein Grundmodell praktischer Philosophie, Frankfurt, Fischer</p> <p>Göttlich, U. (Hrsg.) (2001): Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse, Interventionen, Bielefeld, transcript-verlag</p> <p>Hansen, H. P. (1993): Kulturbegriff und Methode. Der stille Paradigmenwechsel in den Geisteswissenschaften, Tübingen, Gunter</p>	

	<p>Narr Verlag</p> <p>Harth, D. (1998): Das Gedächtnis der Kulturwissenschaften, Dresden, University Press</p> <p>Helferich, C. (1992): Geschichte der Philosophie. Von den Anfängen bis zur Gegenwart und Östliches Denken, Stuttgart, Metzler</p> <p>Hirschberger, J. (2007): Geschichte der Philosophie. Alterum und Neuzeit, Mittelalter und Gegenwart. Frankfurt/Main: KometMiller, D. (Hrsg.) (1997): Karl Popper Lesebuch, Tübingen, Mohr Siebeck</p> <p>Kristeva, J. (2008): Fremde sind wir uns selbst, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Latour, B. (2007): Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Reese-Schäfer, H. (1997): Lyotard zur Einführung, München, Junius</p> <p>Riedel, M. (1978): Verstehen oder Erklären? Zur Theorie und Geschichte der hermeneutischen Wissenschaften, Stuttgart, Klett-Cotta</p> <p>Ritter, J. (1961): Die Aufgabe der Geisteswissenschaften in der modernen Gesellschaft, Münster, Aschendorff</p> <p>Robertson-Wensauer, C. Y. (2000): Aspekte einer angewandten Kulturwissenschaft, Baden-Baden, Nomos</p> <p>Russell, B. (1992): Philosophie des Abendlandes. Ihr Zusammenhang mit der politischen und der sozialen Entwicklung, München, Wien, Europaverlag</p> <p>Soja, E. W.(1996): Thirdspace, Malden/USA, Oxford/UK, Carlton/AUS, Blackwell Publishing</p> <p>Wimmer, F. M. (2004): Interkulturelle Philosophie, Stuttgart, UTB</p> <p>Wuchterl, K. (1982): Gespräche und Kontroversen in der Philosophie des 20. Jahrhunderts, Bern, Stuttgart, Wien, Haupt</p> <p>Wuchterl, K. (1986): Grundkurs: Geschichte der Philosophie, Bern, Stuttgart, Haupt</p> <p>Wuchterl, K. (1999): Methoden der Gegenwartsphilosophie, Bern, Stuttgart, Wein, Haupt</p> <p>Fachzeitschriften:</p> <p>Jahrbuch für Kulturmanagement, Bielefeld, Transript-Verlag</p> <p>Public Culture, Durham North Carolina US, Duke University Press</p> <p>Journal of Enterprising Culture, Singapore, World Scientific Publ.</p> <p>Intercultural Pragmatics, Berlin, Walter de Gruyter</p> <p>Interculture Journal, Jena, Fachgebiet Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, FSU Jena</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die historischen Implikationen des Begriffes <i>Kultur</i> in seiner vielschichtigen Diskursbezogenheit einzuordnen, vor allem in seinen zeitlichen und räumlichen Dimensionen („Spatial Turn“).</p> <p>Die Studierenden können den Begriff Kultur historisch und kritisch in Relation zu Zivilisation und Natur setzen und kennen die Funktionen und Krisen der Kultur sowie die (interkulturellen) Modelle der integrierenden oder spaltenden Identitätsstiftung durch Kultur.</p> <p>Innerhalb der drei Lehrveranstaltungen Kulturwissenschaften I – III lernen sie sukzessive die verschiedenen Methoden und Zugänge der Kulturwissenschaften kennen, wobei sie vor allem die Übergänge, Schnittstellen und Parallelentwicklungen der diversen „Turns“ kennen</p>

	<p>und interpretieren lernen, etwa vom „interpretive turn“ zum „performative turn“.</p> <p>Dabei verstehen sie vor allem die historischen Bedingungen dieser unterschiedlichen methodischen und diskursiven Ansätze und können auch wissenschaftshistorisch argumentieren, warum die Kulturwissenschaften einen solchen hohen Stellenwert innerhalb der geisteswissenschaftlichen Disziplinen errungen haben.</p> <p>Sie kennen Vorläufer und Ableger der Kulturwissenschaften wie Kulturgeschichte, Geistesgeschichte, Sozialgeschichte, Mentalitätsgeschichte und New Cultural History und wissen über die Begriffsgeschichte der Kulturwissenschaften Bescheid.</p> <p>Sie kennen die Methoden der Psychoanalyse, Hermeneutik, Rezeptionstheorie, New Criticism, Strukturalismus, Semiotik und Poststrukturalismus, welche die Kulturwissenschaften verwenden und können sie auf kulturwissenschaftliche Arbeitsfelder anwenden.</p> <p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse der Philosophie- und Sozialgeschichte von der Antike bis zur Gegenwart, kennen ihre wichtigsten Vertreter und verfügt über Kriterien, sie den spezifischen Denkrichtungen zuzuordnen. Es ist ihnen möglich, Vergleiche anzustellen und philosophische respektive kulturwissenschaftliche Aussagen den entsprechenden Schulen zuzuordnen. Im ständigen Gegenwartsbezug können sie die Herkunft komplexer Aussagen zurückverfolgen und am Original überprüfen. Sie können strukturiert und logisch denken und argumentieren und sind eindimensionalen Vereinfachungen gegenüber kritisch. Eine der Kernkompetenzen bildet dabei das Verständnis für interkulturelle Perspektiven und kommunikationsimmanente Barrieren der verschiedenen Kulturdiskurse. Auch die Auseinandersetzung mit den Postcolonial Studies und dem Begriff des „Kulturellen Gedächtnisses“ (Jan Assmann) gewinnen einen wichtigen Stellenwert vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass die Bewertung kultureller Artefakte und Handlungsweisen immer subjektiv ist und sich durch den sprachlichen Vollzug bereits einer in der Sprache selbst gewachsenen Bedeutungs- und Interpretationsweise ausgeliefert sieht. Daher sind für die Studierenden die Kenntnis sprachhistorischer Zusammenhänge ebenso von Bedeutung wie die inszenatorische Ritualpraxis in den verschiedenen Kulturen. Kultursoziologie und Ethnologie sind dabei wichtige Referenzgebiete.</p> <p>Die Kenntnisse der Studierenden bilden die Basis für die Entwicklung fächerübergreifender inhaltlicher Konzepte und damit auch für die Transferfähigkeit auf kulturelle Ereignisse, welche sie als KulturmanagerInnen planen und durchführen werden.</p> <p>Da die Vorlesungen aufeinander aufbauen, wird in der LV Kulturwissenschaften III das gewonnene Wissen mit einem internationalen Fokus verbunden, wobei der Schwerpunkt auf der amerikanischen Kultursoziologie und den „Cultural Studies“ liegt, die einen guten Einblick in die kulturellen Wechselbeziehungen zwischen den USA und Europa bieten. Hier können Probleme der „Kulturdominanz“ und einer global funktionierenden „Common Sense Dramaturgy“ beobachtet und studiert werden. Besonders die wissenschaftlichen Publikationen im amerikanischen Raum zeigen eine bereits fortgeschrittenere Forschungsebene in den Kulturwissenschaften, da wesentliche Kategorien, wie etwa „Emotion“, viel stärker reflektiert und auf die kulturelle Praxis bezogen werden als das in Europa der Fall ist. Ebenso von Bedeutung sind Diskurse zu Museen, Opern- und Balletthäusern, Theatern, Kinos und Subkultur-Performance-Spielstätten.</p> <p>Die Studierenden werden schließlich auch an den Umgang mit aktuel-</p>
--	---

	len Forschungspublikationen herangeführt, der es ihnen erlaubt, sich selbstständig einen Anschluss an neueste Forschungsergebnisse zu organisieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften I
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p>Einführung in Kulturgeschichte, Sprach-, Raum- und Geistesgeschichte, Sozial- und Epochengeschichte, Mentalitätsgeschichte und New Cultural History. Kenntnis der kulturellen Implikationen von Religionen und den sich daraus ergebenden Konflikten.</p> <p>Grundlagen der Psychoanalyse, Hermeneutik, Rezeptionstheorie, Semiotik sowie des New Criticism, Interkulturalitätsforschung bezogen auf ihre Widerspiegelung in kulturellen Erzeugnissen. Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stereotypenforschung - Methodische Interpretation kultureller Artefakte (Bilder, Alltagsgegenstände, Werkzeuge etc.) - Methoden der „Oraly History“ in den Kulturwissenschaften <p>Anwendung der kulturwissenschaftlichen Theorien und Methoden auf die Einzeldisziplinen Literatur, Film, Kunst, Musik und Theater und Rückbezug auf ihre gesellschaftliche Relevanz. Schwerpunkte auf den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dramaturgische Konzepte in europäischen Erzähl Narrativen (Theater, Film, Literatur) - Museumsdidaktische Konzepte und Gedächtnisdiskurse - Opern- und Balletthäuser, Theater und Museen als gesellschaftskonstituierende Orte (Bürgergesellschaft, Zivilgesellschaft) - Bibliotheken und Mediatheken als kulturelle Gedächtnisorte - Aby Warburgs Interventionen innerhalb der Herausbildung methodischer Zugänge der Kulturwissenschaften
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften II
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p>Überblick über die europäische Sprachgeschichte sowie Einführung in interkulturelle Methoden und Modelle. Kenntnisse und Lektüre von Schlüsseltexten der Moderne (bezogen auf die spezifischen Fragestellungen der Kulturwissenschaften) wie auch Analyse von diskursbestimmenden Werken der sogenannten Postmoderne. (Lyotard, Derrida, Foucault).</p> <p>Wegbereiter der Moderne 19. Jahrhundert (Du Bois, Marx, Unamuno, Nietzsche, Schopenhauer), 20./21. Jahrhundert (Benjamin, Simmel, Kracauer, Scholem, Adorno, Habermas, Kristeva, Lyotard, Ricoeur, Foucault, Clifford, Greenblatt, Jameson, Geertz, Bolz, Bourdieu, Latour) Innerhalb der Diskursbetrachtung wird die kritische Referenz auf</p>

	<p>Ethnozentrismus, Gender Diskurse und interkulturelle Wahrnehmungen besonders intensiv und ausführlich behandelt. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Auseinandersetzung mit interkulturellen Körperkonzeptionen (mit einer synergetischen Verlinkung zu Körperbildern im Sport), Emotionsforschung und dem „Spatial Turn“.</p> <p>Desweiteren werden die Verläufe und Diskurse einzelner kulturwissenschaftlicher „Turns“ betrachtet und analysiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretive Turn - Performative Turn - Literary Turn - Postcolonial Turn - Translational Turn - Iconic Turn <p>Diese Themengebiete lassen einen unmittelbaren Theorietransfer zu den Fragestellungen des Kulturmanagements zu, wie sie dann in den entsprechenden Lehrveranstaltungen aufgegriffen werden. Einführung in die Diskursanalyse anhand spezifischer Dokumente (Filme, Literatur, Performances)</p> <p>Die Verlinkung zur Praxis findet ihre Schwerpunktsetzung in der kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Öffentlichen Raum:</p> <p>Einführung in die Kategorie „Raum“ in den Kulturwissenschaften Beobachtung der Abgrenzung und Überschneidung kultureller Räume, unter Berücksichtigung von Erhalt, Verweigerung, Veränderung und Absorption der sich begegnenden Kulturen Überblick über die großen Migrationsbewegungen der Neuzeit und ihre Implikationen für das Verständnis des „spatial turns“. Typologischer Vergleich (virtuell-)kultureller Produkte (Literatur, Musik, Kunst) im 21. Jahrhundert, Quellen- und Einflusstudien, Digitale Öffentlichkeit (Bedeutung des e-publishing und e-books für die Kulturwissenschaften Öffentlichkeitsbegriff seit Habermas Synergetische Ansätze in der Nutzung des öffentlichen Raums Medientheorie und Systemtheorie als methodische Quellen</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften III
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)
Lehrinhalte	<p>Cultural Anthropology/Kulturanthropologie</p> <p>Einführung in die amerikanisch/englische Literaturgeschichte und Kulturanthropologie als kulturwissenschaftliche Leitdisziplin; Verbindung zur Ethnologie (Geertz, Jameson, Clifford)</p> <p>Historische Entwicklung materieller Kultur – besonders in Hinblick auf die Auseinandersetzung mit Zuschreibungen etwa bezüglich der afro-amerikanischen oder Native-American-Culture-Debate.</p> <p>Vernetzungsstrategien zwischen Schrift, Bild, Musik und Theater im amerikanischen und europäischen Entwicklungskontext</p> <p>Verbindung von Literatur und Film im amerikanischen Kino - Transkulturelle Einflüsse aus Asien (Wong Kar-Wei; Ang Lee)</p>

	<p><u>Cultural Sociology/Medien- und Kultursoziologie</u> Einführung in die Medien- und Kultursoziologie: Geschichte der Kultursoziologie, Methoden der empirischen Kultursoziologie, soziologische Aspekte von Architektur, Bildender Kunst, Literatur, Musik usw. Themen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Klassen, Schichten und Kultur,- politische Kultur- Massenmedien und Kultur- Medienstimulationen nach J. Hörisch- Systemische Medienbetrachtung nach N. Luhmann und D. Baecker- Journal-Analysen
--	--

Modulbeschreibung

Sportmanagement

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SMA	Sportmanagement	8 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester (VZ), 2. und 3. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ASKVM, WIA	
Literaturempfehlungen	<p>Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDomell, I. (2005): Festival and Special Event Management, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Amis, J. & Cornwell T. B. (2005): Global Sport Sponsorship, Oxford, Berg</p> <p>Breuer, C. & Thiel, A. (2005): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Chadwick, S. & Beech, J. (2006): The Marketing of Sport, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Chadwick, S. & Arthur, D. (2007): International Cases in the Business of Sport, Oxford, Butterworth-Heinemann.</p> <p>Chadwick, S. & Beech, J. (2004): Business of Sport Management, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Catherwood, D. W. & Van Kirk, R. L. (1992): The Complete Guide to Special Event Management, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Ferrand, A., Torrigiani, L. & Camps i Povill, A. (2006): Routledge Handbook of Sports Sponsorship: Successful Strategies, New York, Routledge</p> <p>Foster, G., Greyser, S. & Walsh, B. (2005): Business of Sports. Cases on Strategy and Management, Thomson, South-Western</p> <p>Heinemann, K. (1995): Einführung in die Ökonomie des Sports. Ein Handbuch, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Horch, H.-D. (1983): Strukturbesonderheiten freiwilliger Vereinigungen. Analyse und Untersuchung einer alternativen Form menschlichen Zusammenlebens, Frankfurt/Main, New York, Campus</p> <p>Horch, H.-D., Heydel, J. & Sierau, A. (Hrsg.) (1999): Professionalisierung im Sportmanagement. Beiträge des 1. Kölner Sportökonomie-Kongresses: Training und Nutrition, Aachen, Meyer und Meyer Fachverlag</p> <p>Horch, H.-D., Heydel, J. & Sierau, A. (2002): Finanzierung des Sports, Aachen, Meyer und Meyer Fachverlag</p> <p>Horch, H.-D. (Hrsg.) & Schütte, N. (2003): Kommunale Sportverwaltung. Analysen zur Verwaltungsreform und zum Berufsfeld, Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Horch, H.-D., Niessen, C. & Schütte, N. (2003): Sportmanager in Verbänden und Vereinen, Köln, Sport und Buch Strauss</p> <p>Horch, H.-D., Heydel, J. & Sierau, A. (Hrsg.) (2004): Events im Sport,</p>	

	<p>Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Horch, H.-D., Hovemann, G., Kaiser, S. & Viebahn, K. (Hrsg.) (2005): Perspektiven des Sportmarketing, Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Horch, H.-D., Breuer, C., Hovemann, G., Kaiser, S. & Römisch, V. (Hrsg.) (2008): Qualitätsmanagement im Sport, Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Kahle, L., Riley, C. (2004): Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication, Mahwah/New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates</p> <p>Kaiser, S. (2007): Nationales und internationales Sportmanagement, Oldenburg, C3L</p> <p>Lagae, W. (2005): Sport Sponsorship and Marketing Communications: A European Perspective, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.) (2008): Management und Marketing im Sport: Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie, Berlin, Erich Schmidt Verlag</p> <p>Mastermann, G. (2007): Sponsorship: For a return on Investment, Oxford, Butterworth-Heinemann.</p> <p>Mastermann, G. & Wood, E. (2005): Innovative Marketing Communications: Strategies for the Event Industry, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mastermann, G. (2004): Strategic Sports Event Management, Oxford, Elsevier</p> <p>Meyer, B. & Ahlert, G. (2000): Die ökonomischen Perspektiven des Sports, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Parkhouse, B. L. (2004): The Management of Sport, Its Foundation and Application, New York, McGraw-Hill</p> <p>Schewe, G. & Littkemann, J. (2002): Sportmanagement. Der Profifußball aus sportökonomischer Perspektive, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Schwarz, E. & Hunter, J. (2008): Advanced Theory and Practice in Sport Marketing, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Shank, M. (2008): Sports Marketing. A Strategic Perspective, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Shilbury, D., Westerbeek, H. & Quick, S. (2006): Strategic Sport Marketing, Crows Nest/AUS, Allen & Unwin</p> <p>Skinner, B. E. & Rukavina, V. (2003): Event sponsorship, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Slack, T. (2007): International Perspectives on the Management of Sport. Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Smith, A. (2008): Introduction to Sport Marketing. A Practical Approach, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Stedman, G., Neirotti, L. & Goldbalt, J. (2001): The Ultimate Guide to Sports Marketing, New York, McGraw-Hill</p> <p>Stotlar, D. (2005): Developing Successful Sport Sponsorship Plans, 2nd Ed., Morgantown/WV, Fitness Information Technology</p> <p>Supovitz, F. (2005): The Sports Event Management and Marketing Playbook, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Weber, W. et al. (1995): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Wegner, K. (2002): Der Sportsponsoringvertrag: vertragliche Aspekte des Einzelpersonen-, Institutional- und Eventsponsoring, Baden-Baden, Nomos-Verl.-Ges.</p>
--	--

Kompetenzerwerb	Die Studierenden können nach Absolvieren des Moduls den Gegenstandsbereich und den Entwicklungsstand des Sportmanagements beschreiben sowie die Relevanz einer Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Aspekten des Sports darstellen. Außerdem könnten sie die zentralen Besonderheiten von SportanbieterInnen und -gütern, der Nachfrage nach und von Märkten im Sport beschreiben, zentrale Strukturmerkmale europäischer Sportsysteme, insbesondere des selbstorganisierten Sports, sowie soziale und ökonomische Besonderheiten von Sportvereinen und -verbänden erklären, Leistungsvorteile und -nachteile freiwilliger Vereinigungen und erwerbswirtschaftlicher Betriebe diskutieren sowie die wirtschaftliche Lage von Sportvereinen einschl. der Bedeutung ehrenamtlicher Arbeit als zentrale Ressource erläutern. Weiters können sie das Verhältnis von Sport und Staat sowie die zentralen Prinzipien der öffentlichen Sportförderung beschreiben sowie ökonomische Argumente für eine öffentliche Sportförderung und ausgewählte Felder der Förderung darstellen und wesentliche Aufgaben und Problemfelder des Managements von national und international tätigen Sportorganisationen (Sportvereine und -verbände, Profisportorganisationen, kommerzielle SportanbieterInnen, Sportagenturen u.v.a.m) beschreiben und Lösungen für jeweils spezifische Probleme erarbeiten. Die Studierenden sind dazu befähigt, Sponsoren und Partner anzusprechen und Sponsoringvereinbarungen zu entwickeln und abzuschließen. Sie können Event- und Sponsoringaktivitäten ausgewählter Institutionen beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement I
Umfang	4 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Einführung in die Besonderheiten des Sportmanagements sowie die Systematik und aktuelle Themenfelder, Sport als Markt und als Arbeitsfeld, Sportmanagementberufe, Anforderungen an Sportmanager, Kommerzialisierung und Professionalisierung, Verflechtungen von Sport und Wirtschaft und resultierende Herausforderungen an das Management, Perspektiven des Managements von Dienstleistungen im Sport, Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität im Sport, Drop-out und Bindung im Freizeit- und Gesundheitssport, Perspektiven des Kommunikationsmanagements von Sportorganisationen, Sportmarketing und Sportsponsoring: Grundlagen und Besonderheiten des Sportmarketing, Grundlagen des Sportsponsoring: Begriff, Bedeutung, Sponsoring in der Kommunikationspolitik/als Kommunikationsinstrument, Sponsoring aus Sicht des Sponsors und des Gesponserten, Erscheinungsformen des Sportsponsoring, Sponsoring-Management, Grundlagen Sporteventmanagement.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement II
Umfang	4 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) VO (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter (VZ) LV – abschließende Prüfung (BB)

Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Sportökonomie: Wirtschaft und Wirtschaftskraft des Sports, Sport als Wirtschaftsgut, Typologien von Sportprodukten sowie ökonomische Besonderheiten von Sportgütern, Verhältnis von Staat und Sport sowie ökonomische Argumente für eine öffentliche Sportförderung, Besonderheiten der Anbieter sowie Leistungsvergleich versch. Institutioneller Kontexte der Sportausübung, Sportökonomie der Haushalte bzw. des Sportkonsums, Besonderheiten der Nachfrage nach sportbezogenen Gütern und Diensten: Sportnachfrage und Nachfragepotenzial, Determinanten der Sportnachfrage, Kauf und Eigenproduktion, Besonderheiten der Märkte sowie der Produktionsbedingungen im Sport, Spezielle Institutionen der Sportwirtschaft/Institutionenwahl im Sport, Vereine im Vergleich zu Markt und Staat, Regulierungen des Teamsports, Volkswirtschaftliche Bedeutung des Sports, KNA von Sportgroßveranstaltungen, Gesamtwirtschaftliche Ursachen der Sportnachfrage, Externe Effekte im Sport.</p>
-------------	--

Modulbeschreibung

Kulturmanagement

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KMA	Kulturmanagement	8 ECTS (VZ), 8 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester (VZ) 2. und 3. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ASKVM, WIA	
Literaturempfehlungen	<p>Bruhn, M. (1987): Unternehmen als Mäzene und Sponsoren, Frankfurt/Main, Frankfurter Allgemeine Zeitung für Deutschland</p> <p>Chong, D. (2002): Arts management: Critical perspectives on a new sub-discipline, New York, Routledge</p> <p>Colbert, F. (1999): Kultur- und Kunstmarketing. Ein Arbeitsbuch, Wien, New York, Springer</p> <p>Dill, P. (1986): Unternehmenskultur, Grundlagen und Anknüpfungspunkte für ein Kulturmanagement, München, BDW</p> <p>Heinrichs, W. (1999): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus</p> <p>Heinrichs, W. & Klein, A. (Hrsg.): Kulturmanagement von A-Z. 600 Begriffe für Studium und Beruf, München, dtv</p> <p>Heinze, T. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager, Opladen, Westdeutscher Verlag</p> <p>Hoecklin, L. (1994): Managing Cultural Differences. Strategies for Competitive Advantage, Harlow, Pearson Education International</p> <p>Höhne, S. (2009): Kunst- und Kulturmanagement: Eine Einführung. München, UTB</p> <p>Hutter, M. (1992): Kulturökonomik. Studienbrief des Weiterbildungsstudiengangs Kulturmanagement der Fern Universität Hagen, Hagen</p> <p>Klein, A. (2008): Der exzellente Kulturbetrieb, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Klein, A. (2001): Kultur-Marketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, München, dtv</p> <p>Klein, A. (2008): Projektmanagement für Kulturmanager, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Kotler, P. (2003): A Framework for Marketing Management, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Lewinski, V. (2008): Kulturmanagement der Zukunft: Perspektiven aus Theorie und Praxis, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Lipp, W. (Hrsg.) (1989): Kulturpolitik, Standorte, Innensichten, Ent-</p>	

	<p>würfe, Berlin, Reimer</p> <p>Lipp, W. (1994): Drama Kultur, Teil 1: Abhandlungen zur Kulturtheorie. Teil 2: Urkulturen – Institutionen heute – Kulturpolitik, Berlin, Duncker & Humblot</p> <p>Mandel, B. (2008): Kulturmanagement, Audience Development, Kulturelle Bildung: Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung, Hildesheim, Kopäd</p> <p>Preißner, A. (2003): Projekte budgetieren und planen, München, Wien, Hanser</p> <p>Röper, H. (2001): Handbuch Theatermanagement. Betriebsführung, Finanzen, Legitimation und Alternativmodelle, Köln, Böhlau</p> <p>Ronte, D. & Bonus, H. (1991): Die Wa(h)re Kunst, Erlangen, Straube</p> <p>Schneidewind, P. (2003): Selbstmanagement im Musikbetrieb: Handbuch für Muskschaffende, Bielefeld, Transcript</p> <p>Schneidewind, P. (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement: Ein Handbuch, Bielefeld, Transcript</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Die Studierenden kennen die (infra-)strukturelle, soziologische wie kulturpolitische Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft in Österreich, Europa und den USA und können auf die jeweiligen Märkte bezogene Kulturprojekte hinsichtlich Planungsqualität, Budgetierung, Durchführung, Innovationsgrad und Nachhaltigkeit analysieren und beurteilen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ein Kulturprojekt strategisch, taktisch und operativ zu planen, durchzuführen und zu dokumentieren. Sie besitzen Kenntnisse vom Aufbau und von den Besonderheiten öffentlicher wie privater Kulturbetriebe und können sowohl theoretisch als auch praktisch eine Beziehung zwischen Kultur und Ökonomie herstellen, d. h. sie sehen einerseits Kultur als Kapital, beherrschen andererseits aber auch die Instrumente und Abläufe des Kulturmarketing und des Kultursponsoring und können einen Kulturbetrieb nach außen effektiv vertreten (Public Relations).</p> <p>Die Studierenden verstehen zudem den Ansatz einer managementorientierten Ausbildung, in dem verschiedene Kultur- und Kunstmärkte in ihren ökonomischen Besonderheiten verstanden werden. Sowohl Handlungsspielräume von Akteuren wie Rezipienten werden von den Studierenden in ihren verschiedenen sozialen wie ökonomischen Dimensionen verstanden und in projektbezogene Kontexte des Kulturmanagements eingeordnet.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, spezialisierte Kenntnisse, etwa der Bühnenbespielung, der Bühnenästhetik, der Konzeption von Security Maßnahmen und der Organisation angemessener Catering-Konzepte, innerhalb verschiedener Felder des Kulturmanagements umzusetzen (Filmwirtschaft, Museumsbetriebe, Literaturagenturen, Festivals etc.) Zudem verfügen sie über Kompetenzen in der politischen Lobbyarbeit und kennen die Anforderungen innerhalb von Schnittstellenfelder des Kulturmanagements, etwa in der Arbeit von Integrationsprojekten.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Kulturmanagement I</p>
<p>Umfang</p>	<p>4 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester (VZ), 2. Semester (BB)</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>ILV (VZ, BB)</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV – immanenter Prüfungscharakter</p>

<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Kulturmanagement und öffentlicher Raum</u> Praxisbezogene Vorstellung neuer Nutzungskonzeptionen für den Bereich Kultur im öffentlichen Raum (etwa bei Theatergruppen wie „Rimini Protokolle“ oder „Royal de Luxe“). Barrierefreie Öffentlichkeit. Partizipationsmöglichkeiten für Minderheitengruppen.</p> <p><u>Kulturmanagement und institutionelle Förderung</u> Einführung in die Besonderheiten neuer Förderstrukturen, besonders innerhalb der Europäischen Union nach Inkrafttreten des Vertrags von Lissabon Förderschwerpunkte und wissenschaftliche Konzeption von Förderantragsstellungen Die Rolle privater und öffentlicher Stiftungen, Vereine und privater Initiativen</p> <p><u>Kulturmanagement und Kulturbetrieb</u> Unterscheidung öffentlicher und privater Kulturbetriebe: organisatorisch, rechtlich, ökonomisch; Differenzierung von Non-Profit- und Profit-Unternehmen; Projektorganisation im Kulturbetrieb, Bühnenbespielung, Bühnenästhetik, Security-Konzepte, Catering</p> <p><u>Kulturökonomie</u> ideengeschichtlich: Kultur als Gut marktwirtschaftlich: Kulturwirtschaft, Creative Industries, Umwegrentabilität Besonderheiten von Investitionsstrategien und Budgetierung</p> <p><u>Kulturfinanzierung im privatwirtschaftlichen Bereich</u> Formen des Sponsoring, des Mäzenatentums und des Fundraising Verbindung von Kultur und Wirtschaft im Kontext symbolischer Kapitalbildung (Bourdieu, Latour)</p> <p><u>Kulturmarketing</u> Instrumente des Marketing und der Public Relations Verbindung von inhaltlichem Konzept und strategischer Vermarktung Grundlagen der Kulturvermittlung</p> <p>Themen für die erste Bachelorarbeit (VZ und BB)</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Kulturmanagement II</p>
<p>Umfang</p>	<p>4 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>2. Semester (VZ), 3. Semester (BB)</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>ILV (VZ, BB)</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV – immanenter Prüfungscharakter</p>

<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Innovative Formen des Kulturmanagements (Neue Trends in der Kulturmanagement-Praxis)</u> Besonderheiten des Kulturmanagements in der</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filmwirtschaft - Museumsbetrieben - Theaterwirtschaft - Literaturbetrieb (Agenturen, Festivals) - Festival- und Musikmanagement <p>Social Media und Kulturmanagement Fiktionalisierung vertrauter Events (Virtuelle Ausstellungen etc.) Kulturvermittlung und Kulturdidaktik Einflüsse des Kulturmanagements auf die Disability Studies</p> <p><u>Kulturmanagement und Lobbying</u> Lobbying für Kulturmanagement auf politischer Ebene (Ministerien, Kulturämter, lokalpolitische Institutionen) Lobbying für Kulturmanagement in der Wirtschaft Kulturmanagement bei internationalen Hilfsorganisationen und in der Entwicklungshilfe Kulturmanagement in sozialen Einrichtungen (Krankenhäusern, Altenheimen, Kureinrichtungen)</p> <p><u>Kulturmanagement und Stadtmarketing</u> Projektformen innerhalb des Programms „Kulturhauptstadt Europas“ Kulturprojektimplementierung in strukturschwachen Regionen und kleineren Gemeinden „Visible Places“ - Imagewechsel und Imagetransfer/Regionen-Identität durch kulturelle Projekte (Festivals, Neubespielung von Industriedenkmalern, Nutzung vorhandener Infrastrukturen für neue Bühnenorte)</p> <p><u>Kulturmanagement und Integration</u> Polykulturelle Projekte im Kulturmanagement Kulturmanagement in der vorschulischen und schulischen Ausbildung Städtische Krisenbezirke und kulturelle Interventionen Musikmanagement und Integrationsprojekte Wettbewerbs-Projekte im Kulturmanagement (Ausschreibungen, Wettbewerbs-Organisation, Jury-Konstituierung etc.) Qualitätsstandards in der internationalen Ausrichtung des Kulturmanagements (Transnationale Standards)</p>
--------------------	--

Modulbeschreibung
Betriebswirtschaftliche Grundlagen & VWL

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BWG	Betriebswirtschaftliche Grundlagen & VWL	5 ECTS (VZ), 12 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester (VZ) 1. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BWV	
Literaturempfehlungen	<p><u>Betriebswirtschaftslehre</u> Bitz, M., Dellmann, K. & Domsch, M. E. (2005): Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre., Bd. 2, 5. Aufl., München, Vahlen Verlag Olfert, K. & Rahn, H.-J. (2008): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Ludwigshafen, Kiehl Verlag Schierenbeck, H. (2003): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 16. Aufl., München, Wien, Oldenbourg Verlag Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Wiesbaden, Gabler Vahs, D. & Schäfer-Kunz, J. (2007): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag Wöhe, G. & Döring, U. (2008): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 23. Aufl., München, Vahlen Verlag</p> <p><u>Aktuelle Diskussionen in Fachzeitschriften:</u> ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden, Gabler Verlag, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ZfbF - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Düsseldorf, Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH</p> <p><u>Volkswirtschaftslehre</u> Blum, U., Bröcker, J., Karmann, A., Lehmann-Waffenschmidt, M., Sell, F. L., Wellisch, D. & Wiesmeth, H. (2003): Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., Berlin, Springer Bofinger, P. (2006): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., München, Pearson Education International Burda, M. & Wyplosz, C. (2009): Macroeconomics. A European Text, 5. Ed., Oxford, Oxford University Press Chiang, A. C. (2005): Fundamental Methods of Mathematical Economics, 4. Ed., New York, McGraw Hill Dornbusch, R. & Fischer, S. (2003): Makroökonomik, 8. Aufl., München, Oldenbourg Frank, R. H. (2006): Microeconomics and Behavior, 6. Ed., New</p>	

	<p>York, McGraw-Hill</p> <p>Mankiw, N. G. (2004): Macroeconomics, 6. Ed., New York, Worth Publishers</p> <p>Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (2009): Economics, 19. Ed., New York, McGraw-Hill</p> <p>Varian, H. R. (2007): Grundzüge der Mikroökonomik, München, Oldenbourg</p> <p><u>Personal & Organisation</u></p> <p>Berthel, J. (2007): Personalmanagement, 8. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Bröckermann, R. (2007): Personalwirtschaft, 4. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel-Verlag</p> <p>Horch, H.-D. (2005): Personalwirtschaft in Sportorganisationen, in: Breuer, C. & Thiel, A. (Hrsg.): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf, Hofmann, S. 81-93</p> <p>Jung, H. (2008): Personalwirtschaft, 8. Auf, München, Wien, Oldenbourg Verlag</p> <p>Jones, G. R. & Bouncken, R. B. (2008): Organisation Theorie Design und Wandel, 5. Aufl., München, Pearson Studium</p> <p>Kaiser, S. & Horch, H.-D. (2008): Organisation, in: Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.): Management und Marketing im Sport, Berlin, Erich Schmidt Verlag, S. 145-176</p> <p>Kieser, A. & Walgenbach, P. (2007): Organisation, 5. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Olfert, K. & Steinbuch, P. (2008): Personalwirtschaft, 13. Aufl., Ludwigshafen, Kiehl Verlag</p> <p>Scholz, C. (2000): Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 5. Aufl., München, Vahlen</p> <p>Schreyögg, G. (2008): Organisation. Grundlagen moderner organisatorischer Gestaltung. Mit Fallstudien, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Thiel, A. & Meier, A. (2005): Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen, in: Breuer, C. & Thiel, A. (Hrsg.): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf, Hofmann, S. 15-28</p> <p>Vahs, D. (2007): Organisation. Einführung in die Organisationstheorie und -praxis, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Betriebswirtschaftslehre</u></p> <p>Die Studierenden kennen den wissenschaftlichen Bezugsrahmen und die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche, deren Problemstellungen und Lösungsmethoden durch die Vermittlung eines grundlegenden Überblicks über die Einzelthemen der gegenwärtigen Betriebswirtschaftslehre. Sie können aktuelle betriebswirtschaftliche Fragestellungen einordnen, erkennen die vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen und sind in der Lage, mit dem betriebswirtschaftlichen Fachvokabular richtig umzugehen</p> <p><u>Volkswirtschaftslehre</u></p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Fragestellungen, Lösungsansätze und Methoden der Volkswirtschaftslehre, können die Funktionsweise von Märkten beschreiben und die Determinanten für Konsumententscheidungen der Nachfrager und Produktionsentscheidungen der Anbieter bestimmen. Die Studierenden kennen Marktformen und ihre Bedeutung für die gesamtgesellschaftliche Wohl-</p>

	<p>fahrt. Sie kennen die Besonderheiten des Arbeitsmarktes und die ordnungspolitischen Aufgaben des Staates.</p> <p><u>Personal & Organisation</u></p> <p>In der Lehrveranstaltung Personal und Organisation werden Modelle und Konzepte des modernen Personalmanagements (Human Resources Management) vermittelt. Die Studierenden können praxisrelevante Instrumente innerhalb der Teilbereiche der unternehmerischen Personalwirtschaft anwenden und besitzen die Kompetenz zur aktiven Gestaltung personalwirtschaftlicher Prozesse in Unternehmen. Sie kennen die Interdependenzen zwischen Personalmanagement und Organisationsgestaltung und kennen die grundlegenden Fragestellungen der organisatorischen Aufbau und Ablaufstrukturen, sowie aktuelle Tendenzen der Organisationsentwicklung.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Personal & Organisation
Umfang	1 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p><u>Personalwirtschaft</u></p> <p>Grundlagen der Personalwirtschaft und des Personalmanagements, Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung, Personalcontrolling, Personalbeurteilung und -einsatz Personalführung, Vergütungs- und Anreizsysteme, Trends und Perspektiven.</p> <p><u>Organisation</u></p> <p>Grundlagen der Organisationstheorie und -gestaltung, Perspektiven des Organisationsbegriffs /Zur Entstehung des Organisationsproblems, Zur Entstehung formaler Organisationen, Entwicklungslinien der Organisationstheorie: Klassische, neoklassische und moderne Ansätze, Gestaltung von Organisationssystemen, Differenzierung und Integration als Grundfunktionen der Organisation, Dimensionen der Organisationsstruktur: Spezialisierung (Arbeitsteilung), Koordination, Konfiguration (Leitungssystem), Entscheidungsdelegation, Formalisierung, Besonderheiten der Aufbau und Ablauforganisation und der Organisationsentwicklung in Sport und Kulturorganisationen</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Volkswirtschaftslehre
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 1. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Einführung: Funktionsweise von Märkten Die „unsichtbare Hand“ des Marktes Die Arbeitsteilung und das Prinzip der komparativen Kosten Markt vs. Hierarchie; Marktwirtschaft vs. Planwirtschaft Der Markt in Aktion Haushaltstheorie: Wie alle Nachfrageinformationen in der Nachfragekurve verdichtet werden Unternehmenstheorie: Wie alle Angebotsinformationen in der Angebotskurve zusammengefasst werden Monopole, Kartelle und Oligopole Der Arbeitsmarkt Markt und Staat Distributionsfunktion des Staates: Umverteilung für einen „sozialen Ausgleich“ Allokationsfunktion des Staates: Sozialversicherungssysteme Ist Umweltpolitik nötig? Ziele der Makroökonomie Volkswirtschaftliche Daten und Rechenwerke Gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht Stabilisierung durch den Staat: Fiskalpolitik Stabilisierung durch die Notenbank: Geldpolitik Das Zusammenspiel von Geld- und Fiskalpolitik Die Zinspolitik der Notenbank Inflation und ihre Bekämpfung Wirtschaftspolitik in einer offenen Volkswirtschaft Wirtschaftswachstum und Wohlstand</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Betriebswirtschaftslehre</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>VO (VZ), ILV (BB)</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Gegenstand und Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre Konstitutive Unternehmensentscheidungen: Rechtsformen, Standortentscheidung, Unternehmenszusammenschlüsse Funktionale Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen Betriebliche Führungsentscheidungen: Management und Strategie, Planung und Kontrolle, Personal und Organisation</p>

Modulbeschreibung
Marketing & Marktforschung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MAM	Marketing & Marktforschung	4 ECTS (VZ), 8 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. und 3. Semester (VZ), 1. und 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Für Marketing: keine; für Marktforschung: Marketing Grundlagen	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	AKO, ASKVM	
Literaturempfehlungen	<p>Aaker, D. A. (2004): Brand Portfolio Strategy, New York, Free Press</p> <p>Berekoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2006): Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 11. Aufl., Wiesbaden, Gabler</p> <p>Backhaus, K. & Schneider, H. (2007): Strategisches Marketing, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Becker, J. (2001): Marketing-Konzeption: Grundlagen des strategischen Marketing-Managements, 7. Aufl., München, Vahlen</p> <p>Bergmann, G. & Meurer, G. (2003): Best Patterns Marketing, 2. Aufl., München, Luchterhand Verlag</p> <p>Bruhn, M. (2008): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 9. Aufl., Wiesbaden, Gabler</p> <p>Burmans, C., Meffert, H. & Kirchgeorg, M. (2007): Marketing, Meffert Marketing Edition, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Bush, R. F. & Burns, A. C. (2006): Marketing Research, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Homburg, C. & Krohmer, H. (2003): Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Kamenz, U. (2001): Marktforschung: Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 2. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2006): B2B Brand Management, Berlin, Springer</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V. (2007): Grundlagen des Marketing, München, Pearson Studium</p> <p>Kotler, P., Keller & Bliemel, F. (2007): Marketing-Management, 12. Aufl., München, Pearson Studium</p> <p>Kuß, A., Tomczak, T. & Reinecke, S. (2007): Marketingplanung: Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, 5. Aufl., Wiesbaden, Gabler</p> <p>Kuß, A. & Eisend, M. (2007): Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Meffert, H. & Bruhn, H. (2009): Dienstleistungsmarketing, Grundlagen – Konzepte – Methoden. Mit Fallstudien, 4. Aufl., Wiesba-</p>	

	<p>den, Gabler</p> <p>Mattmüller, R. (2006): Integrativ-Prozessuales Marketing – Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden, Gabler</p> <p>Pfannenber, J. & Zerfass, A. (2005): Wertschöpfung durch Kommunikation, Frankfurt, Frankfurter Allgemeine Buch</p> <p>Ramme, I. (2004): Marketing: Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 2. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Strauß, R. E. (2008): Marketingplanung mit Plan: Strategien für ergebnisorientiertes Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Schmidt, K. (2003): Inclusive Branding, Neuwied, Luchterhand</p>
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden besitzen die grundlegende Fähigkeit marktorientiert zu denken. Sie kennen neben allen Grundbegriffen des Marketing und der Marktforschung auch speziell die strategische Dimension der Marktbearbeitung. Sie haben ein grundlegendes Verständnis von Strategie und Wachstumspotentialen von Unternehmen und kennen Strategien für die erfolgreiche Positionierung in Märkten und für die erfolgreiche Umsetzung der Marktpositionierung in einem lokalen und globalen Marktumfeld. Außerdem beherrschen sie den strategischen und operativen Planungsprozess im Detail und können strategische Innovationsfelder des Marketing definieren. Die Studierenden können außerdem die wichtigsten Marktforschungsmethoden erklären und anwenden (z.B. Befragung).</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Marketing
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 1. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ) ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des Marketing: die Definition des Marketing, die Entwicklungsgeschichte, die Rolle des Marketing in der Wirtschaft und die Integration im Unternehmen. Die Schlüsselbegriffe des Marketing (z.B. Bedürfnisse, Wünsche, Nachfrage, Produkte, Marken, Märkte), Segmentierung und Positionierung. Die Grundlagen der Marketingplanung, der Marketing-Mix und die Grundaufgaben des Marketing-Managers. Standardanalysen und Methoden des Marketing (Portfolioanalyse, Customer-Lifetime Value Analysen, Analysen von strategischen Geschäftsfeldern, ABS-Kundenanalyse)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Marktforschung
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ) ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Begriff Marktforschung, Bedeutung der Marktforschung im inner- und zwischenbetrieblichen System, der Marktforschungsprozess (Problemstellung, Fragestellung), Informationsbedarf, Forschungsdesign, Datenerhebung und Datenauswertung. Verwendung/Verwertung der Ergebnisse der Marktforschung. Planung und Durchführung eines Marktforschungsprojekts.</p>

Modulbeschreibung
Betriebswirtschaftslehre Vertiefung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BWV	Betriebswirtschaftslehre Vertiefung	6 ECTS (VZ), 8 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester (VZ) 1., 2., 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung und Vertiefung	
Vorkenntnisse	Keine bzw. jeweils die vorhergehende Lehrveranstaltung	
Geblockt	Nein	
Teilnehmerkreis	AnfängerInnen bis Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ASKVM	
Literaturempfehlungen	<p><u>Buchführung & Bilanzierung</u> Auer, K. (2005): Buchhaltung – Bilanzierung – Analyse, Schritt für Schritt zu Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung, Wien, Linde Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Scheffler, E. (2006): Bilanzen richtig lesen, Was Bilanzen aussagen und verschweigen, München Schierenbeck, H. (2004): Übungsbuch zu Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Dt. Taschenbuch Verlag Schneider, W. & Grohmann-Steiger, C. (2008): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, Bd. 1, Informationsteil, Wien, WUV-Univ.-Verl. Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden, Gabler</p> <p><u>Finanzierung & Investition</u> Busse, F.-J. (2003): Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Schierenbeck, H. (2003): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden, Gabler Wöhe, G. (2002): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Vahlen</p> <p><u>Controlling</u> Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p>	

	<p>Horváth, P. (2006): Das Controllingkonzept, Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, München, Dt. Taschenbuch Verlag</p> <p>Peemöller, V. H. (2005): Controlling, Grundlagen und Einsatzgebiete, Herne, NWM Verlag</p> <p>Schierenbeck, H. (2003): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag</p> <p>Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Wöhe, G. (2002): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Vahlen</p> <p>Ziegenbein, K. (2007): Controlling, Ludwigshafen, Kiehl Friedrich Verlag GmbH</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Buchführung & Bilanzierung</u> Ausgehend vom Jahresabschluss als ein Analyseinstrument verstehen die Studierenden das Ineinandergreifen von buchungsrelevanten Geschäftsfällen, die in der Systematik der doppelten Buchführung über das Kontensystem ihren Niederschlag in der Bilanz und in der Gewinn- und Verlustrechnung finden. Parallel dazu werden die relevanten Ansatz- und Bewertungsvorschriften aus dem Unternehmensgesetz (UGB) für einzelne Bilanzpositionen kennen gelernt. Die Lehrveranstaltung schließt mit den Grundlagen der Jahresabschlussanalyse und Bilanzpolitik ab. Ziel der Lehrveranstaltungen ist, dass die Studierenden die Fähigkeit entwickelt haben, über das Buchführungssystem einen einfachen Jahresabschluss erstellen und einen fertigen Jahresabschluss in seinen Grundzügen interpretieren zu können.</p> <p><u>Finanzierung & Investition</u> Die Studierenden beherrschen ausgewählte Finanzierungsformen, das Quantifizieren von Investitionsentscheidungen sowie die Grundzüge der Unternehmensbewertung. Sie werden darüber hinaus in die Lage versetzt, Fachartikel aus überregionalen Wirtschaftszeitungen sowie ansatzweise auch die Geschäftsberichte börsennotierter Unternehmen zu verstehen und in Zusammenhänge einzuordnen.</p> <p><u>Controlling</u> Die Studierenden beherrschen ausgewählte Controlling-Instrumente, die im Kontext eines Management Accounting Systems wesentliche Bestandteile, wie Kosten- und Leistungsrechnung sowie Finanzrechnung beinhalten. Das Wertmanagementkonzept unter Verwendung bereinigter Erfolgsgrößen aus der externen Rechnungslegung sollen in ihrem Ansatz verstanden werden.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Buchführung & Bilanzierung</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>VO (VZ), ILV (BB)</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV - abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)</p>

Lehrinhalte	<p>Von der Finanzbuchhaltung zum Jahresabschluss: Geschäftsfall – Buchungssatz – Bilanz/GuV, Bestands- und Erfolgskosten, Eröffnungs- und Schlussbilanz</p> <p>Umsatzsteuer, Personenkonten und Belegbuchung</p> <p>Ansatz- und Bewertungsvorschriften für die wichtigsten Positionen auf der Aktiv- und Passivseite</p> <p>Anlagenspiegel, Anhang und Lagebericht</p> <p>Ausgewählte Bilanzkennzahlen und Bilanzpolitik</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Finanzierung & Investition
Umfang	2 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV - abschließende Prüfung
Lehrinhalte	<p>Das System der betrieblichen Finanzwirtschaft</p> <p>Beteiligungsfinanzierung: Kapitalerhöhung und Börsengang</p> <p>Kreditfinanzierung: Basel II, Kreditsicherheiten, Kurzfristige Kredite, Darlehen</p> <p>Innenfinanzierung: Gewinnthesaurierung und Desinvestitionsmanagement</p> <p>Investitionsrechnungen: Kapitalwertmethode und Kostenvergleichsrechnung</p> <p>Unternehmensbewertung: Discounted Cashflow-Methode (WACC-Ansatz)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Controlling
Umfang	2 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV - abschließende Prüfung
Lehrinhalte	<p>Aufgaben, Objekte und Organisation</p> <p>Kostenrechnung: Voll- und Teilkostenrechnung</p> <p>Finanzrechnung: Kapitalbedarfsplanung, Liquiditäts- und Finanzplanung, Budgeterstellung, Kapitalflussrechnung, Finanzkennzahlen</p> <p>Wertmanagementkonzepte</p>

Modulbeschreibung
 Rechtswissenschaften

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
RWI	Rechtswissenschaften	3 ECTS (VZ), 5 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 1. und 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ASKVM, AMSK	
Literaturempfehlungen	<p>Baumgartner, G. (2003): Allgemeines Verwaltungsrecht, Wien, New York, Springer Verlag</p> <p>Brodil, W. & Windisch-Graetz, M. (2002): Sozialrecht in Grundzügen, Wien, WUV Universitätsverlag</p> <p>Fitz, H. & Gamerith, H. (2003): Handelsrecht – Wettbewerbsrecht, Wien, Orac Verlag</p> <p>Funk, B. C. (2003): Einführung in das österreichische Verfassungsrecht, Graz, Leykam Verlag</p> <p>Funke, E. & Müller, G. (2003): Handbuch zum Eventrecht, Köln, Schmidt</p> <p>Güllemann, D. (1999): Veranstaltungsrecht. Vertrags- und Haftungsfragen, Neuwied, Luchterhand</p> <p>Jud, W., Radner, T. & Hauser, W. (20002): Arbeitsrecht, Wien, Verlag Österreich</p> <p>Markl, C. & Pittl, R. (2003): Einführung in das Privat- und Wirtschaftsrecht, Wien, NWV</p> <p>Pernthaler, P. (1996): Allgemeine Staatslehre und Verfassungslehre, Berlin, Springer Verlag</p> <p>Roth, G. H. & Fritz, H. (2000): Handels- und Gesellschaftsrecht, Wien, Orac Verlag</p> <p>Schnorr, G. (1988): Einführung in die Rechtswissenschaften und ihre Methoden, Wien, Orac Verlag</p> <p>Schwimann, M. (2003): Bürgerliches Recht für Anfänger, Wien, Orac Verlag</p> <p>Wegner, K. (2002): Der Sportsponsoringvertrag: vertragliche Aspekte des Einzelpersonen-, Institutional- und Eventsponsoring, Baden-Baden, Nomos-Verl.-Ges.</p> <p>Wimmer, N. (2004): Dynamische Verwaltungslehre, Berlin, Springer Verlag</p>	

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Recht</u> Die Studierenden besitzen den notwendigen Ein- und Überblick in verschiedene Rechtsgebiete und ihre Methoden, Aufbau und wichtigste Begriffe des Privatrechts, des öffentlichen Rechts, des Handels-, Gesellschafts- und Wettbewerbsrechts. Die Studierenden erhalten im Rahmen eines wirtschaftswissenschaftlichen Studienganges den notwendigen Ein- und Überblick in verschiedene Rechtsgebiete und ihre Methoden. Aufbau und wichtigste Begriffe des Privatrechts werden vermittelt. Im öffentlichen Recht werden die Verfassung und ihre Grundsätze vorgestellt. Bestehende Zusammenhänge und wesentliche Unterschiede zwischen öffentlichem Recht und Privatrecht werden aufgezeigt. Organe, Organisationsprinzipien, Funktionen der öffentlichen Verwaltung, Grundsätze und Ablauf des administrativen Verfahrens, das System des Rechtsschutzes und die dynamische Weiterentwicklung im Verwaltungsbereich werden vorgestellt. Erste Einblicke in das Handels-, Gesellschafts- und Wettbewerbsrecht machen mit gebräuchlichen Gesellschaftsformen vertraut und stellen das Recht des unlauteren Wettbewerbes und die Rechtsfolgen vor. Schließlich wird die Kenntnis der wichtigsten Grundlagen des Arbeits-, Sozial- und Steuerrechts vermittelt</p> <p><u>Veranstaltungsrecht und Risikomanagement</u> Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation einschließlich der juristischen risikorelevanten Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Die Studierenden berücksichtigen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Recht</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>2. Semester (VZ), 1. Semester (BB)</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>VO (VZ), ILV (BB)</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Privatrecht</u> Natürliche Personen – Juristische Personen; Rechts-, Handlungs-, Geschäfts-, Deliktsfähigkeit; Willenserklärungen; Rechtsgeschäftslehre; Willensmängel; Schuldverhältnisse; Schadensersatz</p> <p><u>Arbeits-, Sozial- und Steuerrecht</u> Begriff und Systematik des Arbeitsrechts; Begründung – Inhalt – Beendigung eines Arbeitsverhältnisses; Rechte und Pflichten im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses; Arbeitsverfassungsgesetz; Sozialrecht – Sozialversicherungsrecht Steuerrecht</p> <p><u>Handels-, Gesellschafts- und Wettbewerbsrecht</u> Gründung einer Gesellschaft; Gesellschaftsformen; Geschäftsführung – Vertretung – Haftung; Liquidation einer Gesellschaft; Unlauterer Wettbewerb; Rechtsschutz</p>

Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsrecht & Risikomanagement
Umfang	1 ECTS (VZ), 1 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung
Lehrinhalte	<p>Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen: Privatrecht, Ordnungsrecht, Öffentliches Recht, Veranstaltungsrecht und Veranstaltungsgesetze Naturschutzrechtliche Bestimmungen Gewerberechtliche Bestimmungen Arbeitsrechtliche Bestimmungen Urheberrechtliche Bestimmungen Risiko: Finanzrisiko, Betriebsrisiko, Rechtsrisiko, Risikomanagement Haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen: Privatrechtliche Haftung, Haftung bei Veranstaltungsausfall, Vorverkaufsgebühr; Veranstalter-Haftpflichtversicherung, Veranstaltungs-Unfallversicherung, Ausfallversicherung und Wetterversicherung; Verträge, Urheberrecht (AKM) Finanzen und Steuern: Privatperson, Institution</p>

Modulbeschreibung

Event Management

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EMA	Event Management	7 ECTS (VZ), 14 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 3. Semester (VZ) 2., 4. und 6. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Einführung und Vertiefung	
Vorkenntnisse	BWG	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen bis Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	WIA (BA-Seminar)	
Literaturempfehlungen	<p>Allen, J. (2002): The Business of Event Planning, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Bourdieu, P. (2007): Zur Soziologie der symbolischen Formen, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Bremshey, P. & Domning, R. (2001): Eventmarketing: die Marke als Inszenierung, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Florida, R. (2003): The Rise of the Creative Class, New York, Basic Books</p> <p>Funke, E. & Müller, G. (2009): Handbuch zum Eventrecht, Köln, Schmidt</p> <p>Gans, P., Horn, M. & Zemann, C. (2003): Sportgroßveranstaltungen – ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen, Schorn-dorf, Hofmann</p> <p>Gegenfurtner, K. G. (2007): Gehirn & Wahrnehmung, Frankfurt/Main, Fischer</p> <p>Grüner, H., Kleine, H. & Puchta, D. (2009): Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft. Ein Handbuch, Bielefeld, transcript-verlag</p> <p>Güllemann, D. (2007): Veranstaltungsmanagement und Recht : Vertrags- und Haftungsfragen bei Veranstaltungen, Events, Messen und Ausstellungen, Neuwied, Luchterhand</p> <p>Hermanns, A. (2003): Sponsoring und Events im Sport: von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform, München, Vahlen</p> <p>Hosang, M. (Hrsg.) (2004): Event & Marketing 2: Konzepte, Beispiele, Trends, Frankfurt/Main, Deutscher Fachverlag</p> <p>Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauß, B., Moser, R. & Zeller, M. (2005): Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Springer</p> <p>Kemper, P. (Hrsg.) (2001): Der Trend zum Event, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Klaus, Kerstin (2007): Banken und Erlebnisorientierung, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Lange, B. (2009): Governance der Kreativwirtschaft: Diagnosen und Handlungsoptionen, Bielefeld, transcript-verlag</p>	

	<p>Lehmann, M. L. (2002): Lichtdesign: Handbuch der Bühnenbeleuchtung in Deutschland und in den USA, Bonn, Reimer</p> <p>Maro, F. (2002): Mitreißende Meetings und gelungene Events, Düsseldorf, Metropolitan</p> <p>Mayer, M. (2007): Kulturwirtschaft im Wandel. Analyse der Digitalisierung von Musikindustrie, Filmindustrie und Literaturmarkt, Bonn, vdm</p> <p>Nickel, O. (2007): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele, München, Vahlen</p> <p>Nufer, G. (2007): Eventmarketing und -Management: Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. Wiesbaden, Dt. Univ.-Verl.</p> <p>Rheingold, H. (2003): Smart Mobs. The Next Social Revolution. New York, Basic Books</p> <p>Salter, B. & Langford-Wood, N. (1999): Successful Event Management in a week, London, Hodder & Stoughton</p> <p>Schäfer, S. (2009): Event-Marketing, Berlin, Cornelsen</p> <p>Schwingel, M. (2009): Pierre Bourdieu zur Einführung, Bielefeld, Junius</p> <p>Shone, A. (2001): Successful Event Management, London, Continuum</p> <p>Skinner, B. E. & Rukavina, V. (2003): Event sponsorship, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Trosien, G. (Hrsg.) (2003): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events: Faktoren, Fallbeispiele, Folgerungen, Butzbach-Griedel, Afra-Verlag</p> <p>Wegner, K. (2002): Der Sportsponsoringvertrag: vertragliche Aspekte des Einzelpersonen-, Institutional- und Eventsponsoring, Baden-Baden, Nomos-Verl.-Ges.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation einschließlich der juristischen und technischen Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie beherrschen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markonkonzepte erstellen. Sie beherrschen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. Die Studierenden berücksichtigen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben und Auflagen zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen Mega-Events aus Sport und Kultur und deren ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte.</p> <p>Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen bedeutsamen Fachkräfte auswählen.</p> <p>Die Studierenden reflektieren die Entwicklung des „Eventbegriffs“ im Gegensatz zu dem „Erlebnisbegriff“, wobei sie eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von „Eventisierungstendenzen“ vorneh-</p>

	<p>men sollen. Dabei gewinnen sie ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events.</p> <p>Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie beherrschen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzeppte erstellen. Sie beherrschen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten und spezifischen Tools des Projektmanagements. Sie berücksichtigt die technischen Belange, vor allem im Ticketing-, Security- und Bühnenbereich, sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben und Auflagen zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Sie können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden.</p> <p>Sie setzen sich in diesem Zusammenhang auch mit Aspekten der Kognitions- und Emotionsforschung auseinander.</p> <p>Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen bedeutsamen Fachkräfte auswählen.</p> <p>Die Studierenden können die verschiedenen Formen und Arbeitsstrukturen der "Creative Industries" benennen und analytisch beschreiben. Sie kennen ihre historische Verwurzelung in den Arbeitsprozessen der Moderne und Postmoderne und können ihre theoretischen Diskursfelder zur wissenschaftlichen Arbeit heranziehen. Ebenso sind sie mit konkreten Praxisprojekten vertraut und verstehen die Besonderheiten der "Creative Industries" in Planung, Durchführung, Budgetierung und Eventorganisation, wobei sie die Wachstumspotentiale dieser Felder anhand spezifischer ökonomischer Merkmale deutlich darstellen können. Zudem kommt die Kenntnis der sozialen und soziokulturellen Situation, wie sie Richard Florida in seiner Theorie zu den "Creative Classes" entwickelt hat. Die arbeitsmarktspezifischen Anforderungen werden von den Studierenden auf ihre besonderen Kompetenzfelder hin untersucht und in Verbindung mit der Entwicklung der "Creative Classes" gebracht.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Eventmanagement
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Eventbegriff und Bedeutung von Events</p> <p>Phasen der Eventorganisation:</p> <p>Analysephase (interne und externe Einflussfaktoren)</p> <p>Konzeptionsphase (Eventidee, Eventziele, Eventaufbau)</p> <p>Vorbereitungsphase (Eventgestaltung)</p> <p>Umsetzungsphase (Eventsteuerung)</p> <p>Nachbereitung (Eventbewertung)</p>

	<p>Eventkonzept und Dreh-/Regiebuch: Programm (Main und Side Events), Zeit (Phasen), Personal, Kosten, Medien</p> <p>Markenkonzept</p> <p>Integriertes Eventmanagement/Einbettung in die existierende Organisation: Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement, Umweltmanagement</p> <p>Logistik: Catering und Warenlogistik, Marketing für Catering und Infrastruktur</p> <p>Managementtechniken: Mitarbeiterführung, Teamführung/ Teamarbeit, Motivation, Kommunikation, Kreativität</p> <p>Checklisten</p> <p>Berufs- und Anwendungsbilder</p> <p>Themen für die erste Bachelorarbeit (VZ)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Creative Industries
Umfang	1 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Einführung in die Theorie von Richard Florida zu den „Creative Classes“. Diskussion der Übertragbarkeit der Florida-Analyse auf europäische Strukturen, insbesondere vor dem Hintergrund der spezifischen europäischen Förderstrukturen (nach dem Vertrag von Lissabon). Sichtung der Entwicklung der sogenannten Kreativwirtschaft als Wirtschaftsfaktor in Bezug auf Tourismus, Infrastruktur und aktiver wie passiver Teilhabe von Rezipienten. Akteursanalyse und Berufsfeldforschung. Vertiefende Schwerpunkte bilden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spezifische Managementstrukturen in der Kreativwirtschaft - Organisationale Besonderheiten von Eventagenturen (unternehmensbasiert, NGO-basiert oder selbstständig) - Audience Development in der Kreativwirtschaft in Bezug auf Kundenbindung - Die Bedeutung von Imagewandel und symbolischen Kapital in den „Creative Industries“ (mit besonderer Differenz zu den USA und Großbritannien) - Digitale Marketingstrategien - Infrastrukturelle „Locations“ der Kreativwirtschaft (Lofts, Re-funktionalisierte Industriebauten zum Bsp. in Osteuropa, Zwischennutzungen von Industriedenkmälern, Clubs, Hotels, Freizeitparks, mobile Theaterspielstätten, temporäre Museumsbauten, Verkehrssysteme wie etwa Metrostationen als Eventlocation) - Neue Berufsbilder in den „Creative Industries“ (Eventmanager, Location Designer, Eventcoach, Eventagent, Kulturvermittler im Kultur- und Filmtourismus, Clubagent, Stadtmakingentwickler etc.)
Titel der Lehrveranstaltung	Erlebnisinszenierung
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter

Lehrinhalte	<p>Aufgrund der gestiegenen Publikumserwartungen und neuer infrastruktureller Erfordernisse werden in dieser Lehrveranstaltung die räumlichen, infrastrukturellen, dramaturgischen, rhetorischen und ästhetischen, somit alle für die Erlebnisinszenierung wichtigen Bestandteile eines neuen Bühnenverständnisses vermittelt. Schwerpunkte bilden dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konventionelle Bühnen- und Erlebniskonstruktionen vs. Neuer Ansätze wie etwa das „Location Setting“, „Raumerlebnis“ und „Synergetische Events“ (Licht, Musik, Geräusch, Sprache, Raumbewegung) - Flashmobs, Hidden Places Events, Smart Mobs – Phänomene dezentral organisierter Events- und Veranstaltungsformen - Der Begriff „Erlebnis“ in der Kognitionsforschung, Psychologie und Soziologie - Eigenständig erarbeitete Möglichkeiten eines Theorietransfers in konkrete Handlungsmodelle - Inszenierung von Teilhabe. Bedingungen einer integrierenden Erlebnisinszenierung unter Berücksichtigung der Disability Studies - Analyse konkreter Eventbeispiele
Titel der Lehrveranstaltung	Eventtechnik
Umfang	1 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung teilt sich in folgende Schwerpunktthemen auf:</p> <p>Informations- und Kommunikationstechnik Audiotechnik Videotechnik (Digitalkameras) Licht- und Tontechnik (Spezialeffekte) Verkabelung, Rigging und Bühnenmechanik Anlagen, Aufbauten/Bauten Sicherheit Besonderheiten im Theater- und Filmbereich Lichtdesign</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management
Umfang	1 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Schwerpunkte der Lehrveranstaltung bilden die folgenden Themenkomplexe:</p> <p>Neue Strategien des Destination Managements und Destination Brandings am Beispiel verschiedener nationaler wie internationaler Branding-Strategien (etwa „Vorarlberg 2010+“, Istanbul 2010)</p> <p>Infrastrukturelle Investitionen als zentrale Impulse für das DM (Beispiele aus nationalen und internationalen Destinationen, z.Bsp. Wien, Linz, Erl, München, Berlin, Eisenhüttenstadt, Mantua, Molde, New York, Sydney)</p> <p>Infrastrukturelle Defizite als Qualitätsumwidmung („Ruins and Palaces“)</p> <p>Politische Implikationen des DM (Regionenentwicklung, Förderale Stakeholder vs. nationale Stakeholder; Einfluss von Verbänden, Stiftungen, lokalen Vereinen)</p> <p>Europapolitische Einflüsse auf das DM in europäischen Ländern (Standardisierung, Qualitätsmanagement, Kommunikationsmanagement)</p> <p>„Symbolisches Kapital“ im Destination Branding (Theorietransfer nach P. Bourdieu)</p> <p>E-Marketingstrategien</p>
--------------------	---

Modulbeschreibung
 Angewandtes Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ASKVM	Angewandtes Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	14 ECTS (VZ) 16 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. und 4. Semester (VZ), 3. und 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	KMA, SMA	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	AEMA, AMSK, WIA (Bachelorarbeit II)	
Literaturempfehlungen	<p>Berkun, S. (2008): Making Things Happen: Mastering Project Management, Sebastopol/CA, O'Reilly</p> <p>Bortoluzzi Dubach, E. & Frey, H. (2007): Sponsoring, Der Leitfaden für die Praxis, Bern, Haupt</p> <p>Ciconte, B. L. (2001): Fundraising Basics: A Complete Guide, New York, McGraw-Hill</p> <p>Friedrichsmeier, H. (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien, Wien, Linde</p> <p>Kerzner, H. (2009): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Klein, A. (2006): Projektmanagement für Kulturmanager, München, Vahlen</p> <p>Klose, B. (2002): Projektabwicklung, Arbeitshilfen, Fallbeispiele, Checklisten im Projektmanagement, Fankfurt, Wien, Moderne Industrie</p> <p>Hollaender, A. E. (2009): Bühnenrecht (für Österreich), Wien, Manz Verlag</p> <p>Larmann, R. (2007): Stage Design, Köln, Daab</p> <p>Lang, C. (2007): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Österreich und Deutschland, Bremen, Europäischer Hochschulverlag</p> <p>Litke, H.-D. & Kunow, I. (2004): Projektmanagement, Freiburg, Haufe</p> <p>Lewis, J. P. (2006): Fundamentals of Project Management, New York, McGraw-Hill</p> <p>Mallen, C. (2008): Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mantel, S. J. (2004): Project Management in practice, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Meredith, J. R. (2003): Project management: a managerial approach, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Nolte, M. (2009): Handbuch Sportrecht, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Olfert, K. (2004): Projektmanagement, Ludwigshafen, Kiehl Verlag</p> <p>Project Management Institute (2003): A Guide to the Project Management Body of Knowledge, B&T</p>	

	<p>Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München, Vahlen</p> <p>Risch, M. (2009): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb, Berlin, Springer</p> <p>Rübner, W. & Wunsch, U. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen, BusinessVillage</p> <p>Tiemeyer, E. (2004): Projekte im Griff, Bielefeld, Bertelsmann</p> <p>Wolfram, G. (2009): Kann man Kulturverständnis trainieren? Interkulturelle Kompetenz im Projektmanagement und ihre neuen Konfliktfelder, in Dorn, Karlheinz: Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag</p> <p>Wottreng, S. (2003): Handbuch Handlungskompetenz, Cornelesn</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research, London, Sage</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Integrative Fallstudie:</u></p> <p>Die Studierenden sind dazu in der Lage, ein Projekt eigenständig innerhalb eines studentischen Teams zu konzipieren, zu budgetieren, durchzuführen und zu evaluieren bzw. Maßnahmen einer nachhaltigen externen Evaluation zu treffen. Zudem lernen sie unter Leitung des wissenschaftlichen Betreuers/Betreuerin, wie man Beratungsgespräche führt, Marketingkonzepte erstellt und wissenschaftliche Expertisen anfertigt. Dabei setzen sie sich mit konkreten Zielvorgaben auseinander und lernen, Zielgruppen zu identifizieren. Im Zuge einer <i>real durchgeführten Veranstaltung</i> verstehen sie zudem, wie man eine Bühne bespielt, öffentliche Räume nutzt und beachten dabei die rechtlichen wie technischen Rahmenbedingungen. Ästhetische Kategorien innerhalb der Gestaltung des Events gehören ebenso in den Fokus ihrer Aufmerksamkeit wie die Kompetenz, eine professionelle und angemessene Pressearbeit einzuleiten. Auch die Kompetenz, Medienpartnerschaften zu organisieren, die Veranstaltung zu moderieren und auf die Erwartungen beteiligter Stakeholder einzugehen, zählen zu ihren Praxis- und Lernerfahrungen. Vertiefende Kenntnisse des Projektmanagements werden innerhalb der Durchführung der einzelnen Praxisschritte erworben. Sensibilität für den barrierefreien Zugang zur Veranstaltung sowie die Integration von anderen kulturellen Publikumsgruppen (Stichwort: kulturelle Integration) werden von den Studierenden innerhalb der Fallstudientreffen erworben durch Reflexion und kritische Auswertung der einzelnen Projektmaßnahmen. Das Besondere der Case Studies im Bachelorstudiengang ist die komparatistische Herangehensweise, indem Tools aus dem amerikanischen Projektmanagement mit europäischen Herangehensweisen verglichen werden können. Für die konkreten Projekte bedeutet das eine Konzentration auf Events mit einem regionalen Charakter. Schwerpunkt Kompetenzen, die erworben werden, sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse von Akteur/Rezipientenverhalten - Interkulturelle Handlungskompetenz - Sensibilisierung für die Besonderheiten einer regionalen Faktorenimplementierung in die jeweiligen Veranstaltungen - Ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz - Risikomanagement - Sozialkompetenz intern/ extern (teambezogen, publikumsbezogen) - Organisationskompetenzen innerhalb der einzelnen Planungsschritte des Events - Fundierte Anwendung von Tools aus dem Projektmanage-

	<p>ment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auseinandersetzung mit Erfordernissen des <i>Audience Development</i> - Budgetierungskompetenz - Einwerbung von Drittmitteln und erfolgreiches Sponsoring - Auseinandersetzung mit Fördermöglichkeiten innerhalb der Europäischen Union - Evaluation (intern/extern) <p><u>Projekt- & Qualitätsmanagement</u> Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Projektmanagements und sind zur Planung und Durchführung eines Projekts befähigt. Sie sind ferner dazu befähigt, ein Projektteam aufzubauen und zu leiten. Sie verstehen die Implikationen bzw. Implementierung von Qualitätsmanagement in einem Unternehmen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Integrative Fallstudie I
Umfang	6 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	PT (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p><u>Integrative Fallstudie: Sportmanagement</u> Fallbeispiele: Marketing- und Medienaktivitäten ausgewählter Institutionen (Konzerne, Agenturen/Marketing-, insbesondere Kommunikationsagenturen) Fallbeispiele: Sportler- und Teammanagement, F&E-Projektmanagement, Betreuung von Marketingkonzepten für kleinere Sportvereine, Expertisen für Brandingkonzepte für Sportdestinationen Planung und Durchführung von Marketing-, Medien-, Consulting- und F&E-Projekten Unternehmensplanspiele Infrastrukturelle Projekte – Teilnahme an regionalen Investitionsprojekten, etwa bei der Neugestaltung von Ski-Destinationen (Snow Parks, Kommunikationsstrategie für Wegeführungen etc.) Projektteilnahme mit eigenständigen Workshops an Großveranstaltungen wie etwa den „Winter Youth Olympic Games“</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Integrative Fallstudie II
Umfang	6 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	PT (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p><u>Integrative Fallstudie: Kulturmanagement</u> Fallstudien zur Kulturökonomie: Finanzierung, Promotion und Publikumsentwicklung im Kulturbereich Fallstudien zur Kulturbetriebslehre: wirtschaftliche und organisatorische Tendenzen in den verschiedenen Kulturbetriebsformen Untersuchung von HandlungsträgerInnen, Zielen und Effizienzkriterien im Bereich „organisierter Kultur“ Planung und Durchführung von hausinternen und externen Projekten mit PartnerInneninstitutionen im regionalen und nationalen Kulturbereich</p>

	<p>reich</p> <p>Expertisen zu spezifischen Regionenprojekten wie etwa dem Filmtourismus in Österreich</p> <p>Eigenständige Durchführung von Evaluationen im Bereich Interkulturelle Kommunikation, Migration und Integration etwa an Schulen und Bildungseinrichtungen in Österreich</p> <p>Hausinterne nachhaltige Projektimplementierungen, z. Bsp. im Bereich „Bildungsprojekte für die Hochschulgeneration 50+“</p> <p>Temporäre Ausstellungsprojekte</p> <p>Teilnahme an internationalen Konferenzen wie dem „Weltkulturforum“ (Forum Tiberius) mit eigenständig konzipierten Praxisworkshops</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Projekt- & Qualitätsmanagement
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ, BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des Projektmanagement: Projektbegriff, -typen, -ziele, -phasen)</p> <p>Projektorganisation: Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Projektauftrag, Projektumfeldanalyse, Aufbau von Projektteams, Handlungsrahmen des Projektleiters</p> <p>Projektmanagementmethoden</p> <p>Projektrealisierung und Projektsteuerung/Projektcontrolling</p> <p>Projektkostenplanung</p> <p>Projektabschluss</p> <p>Die 10 ewigen Projektfallen</p> <p>Grundlagen des Qualitätsmanagements</p> <p>ISO Zertifizierungen</p> <p>Erfolgsfaktoren für die Implementierung von Qualitätsmanagement</p>

Modulbeschreibung
Applied Event Management

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AEMA	Applied Event Management	6 ECTS (VZ), 12 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4. und 6. Semester (VZ), 5. und 6. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	EMA, BWG	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	WIA (Bachelorarbeit II)	
Literaturempfehlungen	<p>Allen, J. (2002): The Business of Event Planning, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Bremshey, P. & Domning, R. (2001): Eventmarketing: die Marke als Inszenierung, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Funke, E. & Müller, G. (2003): Handbuch zum Eventrecht, Köln, Schmidt</p> <p>Gans, P., Horn, M. & Zemann, C. (2003): Sportgroßveranstaltungen – ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen, Schorn-dorf, Hofmann</p> <p>Güllemann, D. (1999): Veranstaltungsrecht. Vertrags- und Haftungs-fragen, Neuwied, Luchterhand</p> <p>Hermanns, A. (2003): Sponsoring und Events im Sport: von der Instrumental-betrachtung zur Kommunikationsplattform, Mün-chen, Vahlen</p> <p>Holz-baur, U., Jettinger, E., Knauss, B. & Moser, R. (2003): Event-management: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Springer</p> <p>Hosang, M. (Hrsg.) (2004): Event & Marketing 2: Konzepte, Beis-piele, Trends, Frankfurt/Main, Deutscher Fachverlag</p> <p>Kemper, P. (Hrsg.) (2001): Der Trend zum Event, Frankfurt/Main, suhrkamp</p> <p>Maro, F. (2002): Mitreißende Meetings und gelungene Events, Düs-seldorf, Metropolitan</p> <p>Nickel, O. (1998): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele, München, Vahlen</p> <p>Salter, B. & Langford-Wood, N. (1999): Successful Event Manage-ment in a week, London, Hodder & Stoughton</p> <p>Schäfer, S. (2002): Event-Marketing, Berlin, Cornelsen</p> <p>Shone, A. (2001): Successfull Event Management, London, continu-um</p> <p>Skinner, B. E. & Rukavina, V. (2003): Event sponsorship, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Trosien, G. (Hrsg.) (2003): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events: Faktoren, Fallbeispiele, Folgerungen, Butzbach-Griedel, Afra-Verlag</p>	

	Wegner, K. (2002): Der Sportsponsoringvertrag: vertragliche Aspekte des Einzelpersonen-, Institutional- und Eventsponsoring, Baden-Baden, Nomos-Verl.-Ges.
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden kennen Mega-Events aus Sport und Kultur und deren ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte.</p> <p>Sie kennen die letzten Trends und Innovationen und können die für seine Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerIn bedeutsamen Produkte entwickeln.</p> <p>Die Studierenden verstehen die gerade für Österreich wichtige Branche der Business Events, wie Kongresse, Konferenzen, Seminare und Messen und deren wichtigste Locations und Anbieter und kennt die Grundzüge eines PCO (Professional Congress Organizer)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Product Development & Innovation
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Analyse von Trends: interne Merkmale (Funktion und Kognition, Stilisierung, Virtuosität, Extremisierung, Ordalisierung) und externe Merkmale (Variabilität, Akzeptanz)</p> <p>Entstehung von Trends: z. B. Lebenszyklus-Modell (Invention, Innovation, Entfaltung und Wachstum, Reife und Diffusion, Sättigung)</p> <p>Bestimmung von Trends: Scanning, Monitoring, Trendscouting, Cross Culture-Trendanalyse, Kollektives Orakel</p> <p>Verstehen der Entstehung von Innovationen</p> <p>Entwicklung von eigenständigen Produktinnovationen</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Mega Events in Sports & Culture
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Mega-Events</p> <p>Überblick über Großveranstaltungen in Sport, Kultur und Wirtschaft</p> <p>Besonderheiten des Eventmanagement, Schwerpunkt Planungs-, Vorbereitungs- und Umsetzungsphase</p> <p>Ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte</p> <p>Auswirkungen auf die Infrastruktur</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Meetings, Congresses, Incentives & Events
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Bedeutung von Meetings, Congresses, Corporate Events und Incentives</p> <p>Gestaltung von Corporate Events und Incentives unter Berücksichtigung der Unternehmensvision, -ziele und -strategien</p> <p>Abstimmung mit der Unternehmensführung und Entwicklung des Eventkonzepts und des Dreh-/Regiebuches, Schwerpunkte Programm, Personal und Kosten</p> <p>Überblick über die wesentlichen Stakeholder der Branche</p> <p>Durchführung eines Kongresses, Corporate Events oder eines Incentive</p>
--------------------	---

Modulbeschreibung

Angewandte Konzepte

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AKO	Angewandte Konzepte	4 ECTS (VZ), 16 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen & Methoden	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	MAM, BWV, BWG	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	Case Studies aktueller Fallbeispiele	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden sollen durch die Anwendung verschiedener Konzeptansätze des Marketing und Finanzwesens lernen, wissenschaftliche Instrumente in Realsituationen des Sport-Kultur- und Eventmanagements umzusetzen.</p> <p>Sie sind in der Lage, eigene Entscheidungen, Ihre Voraussetzungen und Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen umzusetzen. Sie können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden und bewerten und sachgerecht einsetzen.</p> <p>Dazu stehen Fallstudien und Simulationen zur Verfügung, die mit externen Auftraggebern abgestimmt sind und parallel zum Wissenserwerb ein konkretes Erfahrungslernen ermöglichen.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Applied Marketing Concepts	
Umfang	2 ECTS (VZ), 8 ECTS (BB)	
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)	
Lehr- und Lernformen	UE (VZ), SE (BB)	
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter	
Lehrinhalte	<p>Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Tendenzen im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, Moderne Marketingkonzepte des Dienstleistungsmarketing, vernetzte Marketing und Projektstrukturen und –abläufe</p> <p>Coaching und Begleitung der Anwendung der erarbeiteten Konzepte und Durchführung in Fallstudien und Integrierten Projekten</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Applied Financial Concepts & Funding	
Umfang	2 ECTS (VZ), 8 ECTS (BB)	
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)	
Lehr- und Lernformen	UE (VZ), SE (BB)	
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter	

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Angewandte Finanzierungsinstrumente, speziell auf den Rahmen von Sport und Kulturinstitutionen abgestimmte Funding und Finanzierungskonzepte, rechtliche und steuerliche Hintergründe, Controlling – und Steuerung langfristiger Finanzierung von Dienstleistungsstrukturen, Simulation in kleinen Fallstudien, bilanzpolitische Konzepte und Darstellung der Finanzströme, Coaching und Begleitung der Anwendung der erarbeiteten Konzepte und Durchführung in Fallstudien und Integrierten Projekten</p>
--------------------	---

Modulbeschreibung

2. Fremdsprache

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
2SPR	2. Fremdsprache	9 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester (VZ, BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Exemplarische Wahlpflichtfächer	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	keine Vorkenntnisse	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Verbindung zum Auslandssemester (VZ) oder Auslandsaufenthalt (BB)	
Literaturempfehlungen	<p><u>Spanisch</u> Cerrolaza, M., Cerrolaza, Ó & Llovet, B. (2008): Pasaporte A1, Lehrbuch und Arbeitsbuch, Madrid, Edelsa Verlag</p> <p><u>Grammatik:</u> Varios autores (Jahr): Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe, Stuttgart, Ernst Klett Verlag</p> <p><u>Übungen zur Grammatik:</u> Francisca Castro (Jahr): Uso de la Gramática española. Elemental, Intermedio y Avanzado, Madrid, Edelsa Verlag</p> <p>Mateo Sanz, M. (1995): Abanico español. Spanien in kleinen Geschichten, München, dtv</p> <p>Ardila, J. & Kornberger, R. (2003): Yo, Malinche - La Conquista de México: Eine Erzählung für fortgeschrittene Spanischlernende, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Ardila, J. & Kornberger, R. (2003): Amapola sangrienta - El narcotráfico en Colombia: Eine Kriminalgeschichte für fortgeschrittene Spanischlernende, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p><u>Französisch</u> Borbein, V., Ewald, T. & Lohéac-Wieders, M.-C. (2000): Mortel Repas. Crime en série. Niveau 1, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Borbein, V., Ewald, T. & Lohéac-Wieders, M.-C. (2001): Drame au Tour de France. Crime en série. Niveau 1, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Brunkau, M., Hagge, H. P. & Rochefort, C. (1993): Les Petits Enfants du Siècle. Literarische Texte. Niveau 3, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Cruzille, C. (2002): La Provence. Collection Lecture facile. Niveau 2, Berlin, München, Langenscheidt, 2002</p> <p>Waddington, M. (1994): Paris. Collection Lecture facile. Niveau 2, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Zschesche, J. (2000): Le Silence de la Mer. Literarische Texte. Niveau 3, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p><u>Italienisch</u></p>	

	<p>Bergero, B. & Idrofano, S. (2001): Il canto del cigno, Berlin, München, Langenscheidt, 2001</p> <p>Bergero, B. & Idrofano, S. (2002): Antiche Ceneri, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Esposito, A. & Grandi, N. (2002): Allora, andiamo, Bd. 3, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Lorenz-Perfetti, G. (2002): Italien in kleinen Geschichten, Carrellata sull' Italia, München, dtv</p> <p>Lucas, C., Frank, M. & Martorana-Frank, M. (2004): Allora, andiamo, Bd. 2, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Martorana-Frank, M. & Frank, M. (1999): Allora, andiamo, Bd. 1, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p>Söllner, M. A. (2000): Kurzgrammatik Italienisch, Berlin, München, Langenscheidt</p> <p><u>Russisch:</u></p> <p>Adler, I., Bolgova, L., Dost, J. & Zentner, N. (2008): Modernes Russisch Мoчт 1: Ein Russisch-Lehrwerk für Anfänger, Stuttgart, Ernst Klett Verlag</p> <p>Adler, I., Bolgova, L., Dost, J. & Zentner, N. (2008): Modernes Russisch Мoчт 1: Arbeitsbuch, Stuttgart, Ernst Klett Verlag</p> <p>Babiel, R. & Babiel N. (2003): PONS Verbtabelle Russisch, Stuttgart, Ernst Klett Verlag</p> <p>Paul, E., Stephan, B. & Taoubi, M. (1997): Modernes Russisch Мoчт: Übungsgrammatik, Stuttgart, Ernst Klett Verlag</p>
Kompetenzerwerb	<p>Aufbau der Sprachkenntnisse bis zur Europarat-Stufe B1 "Threshold":</p> <p>Die Studierenden besitzen linguistische Kompetenzen, wie z.B. Lexika, Grammatik, Semantik, Phonetik, und pragmatische Kompetenzen, wie z.B. Diskurskompetenz und funktionale Kompetenz. Sie besitzen soziokulturelles Wissen und haben ein interkulturelles Bewusstsein entwickelt. Einführung in der Fachsprache.</p> <p><u>Russisch:</u></p> <p>Aufbau der Sprachkenntnisse bis zur Europarat-Stufe A2:</p> <p>Die Studierenden sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Wesentliche von kurzen, klaren und einfachen Mitteilungen verstehen (z.B. sehr einfache Informationen zur Person, Familie, Tagesablauf, Essgewohnheiten, Freizeit, Arbeit) - kurze, einfache Texte lesen; in einfachen Alltagstexten (z.B. Anzeigen, Prospekten, Speisekarten oder Fahrplänen) konkrete, vorhersehbare Informationen auffinden; kurze, einfache persönliche Briefe verstehen - kurze, einfache Notizen und Mitteilungen schreiben - sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen, direkten Austausch von Informationen und um vertraute Themen und Tätigkeiten geht; mit einer Reihe von Sätzen z.B. eine Familie, andere Leute, die Wohnsituation, berufliche Tätigkeit beschreiben
Titel der Lehrveranstaltung	2. Fremdsprache I
Umfang	3 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) UE (BB)

Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Phonetik und Rechtschreibung.</p> <p>Kommunikation und Wortschatz: alltägliche Sprechsituationen (grüßen, sich verabschieden und sich vorstellen); Absichten/ Pläne ausdrücken; Geschehnisse der Vergangenheit erzählen; Vorlieben und Abneigungen äußern; über Angewohnheiten sprechen; sich verabreden; Zahlen, Nationalitäten und Sprachen, Himmelsrichtungen, Beruf und Familie, Freizeit, Einkaufen, Zeitangaben, Essen und Trinken.</p> <p>Grammatik: Indikativ Präsens; Gerundium; Perfekt; Reflexivverben; Geschlecht und Numerus der Substantive und der Adjektive; Bestimmte und unbestimmte Artikel; Subjektpronomen; Dativpronomen, Akkusativpronomen (betont und unbetont); Reflexivpronomen, Possessivpronomen, Demonstrativpronomen, Fragepronomen.</p> <p>Sprachkompetenz: Training der vier Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck)</p> <p><u>Russisch:</u></p> <p>Einführung in die russische Sprache – Erlernen der russischen Schrift</p> <p>Kommunikation und Wortschatz: alltägliche Sprechsituationen (grüßen, sich verabschieden und sich vorstellen, Vorlieben und Abneigungen äußern); Nationalitäten und Sprachen; Beruf und Familie</p> <p>Grammatik: Geschlecht und Numerus der Substantive; Nom., Akk., Präp. Sing. der Substantive; Possessivpronomen; Konjugationen der Verben in Präsens; Fragepronomen;</p> <p>Präpositionen: в, на; Konjunktionen: а, и, что, но, потому что</p> <p>Sprachkompetenz: Training der 4 Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	2. Fremdsprache II
Umfang	3 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) UE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Kommunikation und Wortschatz: alltägliche Sprechsituationen (über vergangene Ereignisse/Zukunft sprechen, sich über Verkehrsmittel erkundigen, Zimmer mieten, reklamieren, Personen/Gegenstände beschreiben/vergleichen, Vorlieben/Abneigungen begründen, über Krankheiten/Wetter sprechen)</p> <p>Grammatik: Vergangenheitszeiten (Imperfekt/einfaches Präteritum), Futur, Gerundium, Imperativ, Vergleich und Steigerung der Adjektive.</p> <p>Sprachkompetenz: Training der vier Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck)</p> <p><u>Russisch:</u></p> <p>Kommunikation und Wortschatz: Tageszeiten angeben, Tagesabläufe beschreiben, über das Essen und Mahlzeiten sprechen, Wünsche äußern, nach dem Grund fragen, Gäste willkommen heißen, den Weg erfragen, nach Zugehörigkeit fragen, etwas begründen</p> <p>Grammatik: Nom. und Akk. Plural der Substantive (unbelebt); Akk.Sing. der Substantive (belebt), Gen. und Dat. Sing. der Substantive, Fragewörter, Zeitadverbien, Präpositionen: в, на, из, до, после,; Konjunktionen: а, и, что, но, потому что</p> <p>Sprachkompetenz: Training der 4 Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck)</p>

Titel der Lehrveranstaltung	2. Fremdsprache III
Umfang	3 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) UE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Kommunikation: über Studium, Beruf und Arbeit sprechen; Beschreibung von Orten und Städten; Personenbeschreibung; über Gesundheit sprechen; über vergangene Erlebnisse sprechen; Reaktionen auf Sätze üben; allgemeine Themen behandeln; über Reisen sprechen. Träume und Wünsche ausdrücken; Arbeitssuche und Bewerbung; Hypothese formulieren; Telefongespräche; bei Diskussionen Meinungen äußern und vergleichen;</p> <p>Grammatik: Plusquamperfekt; Gebrauch der Vergangenheitszeiten; Konditional; Vergleich und Steigerung; Passiv; Konjunktiv-Präsens; Zeit-Orts- und Richtungsangaben mit Präpositionen; verbale Umschreibungen; Fragepronomen; Verkleinerungs- und Vergrößerungsformen; Stellung der Objektpronomen.</p> <p>Sprachkompetenz: Training der vier Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck).</p> <p><u>Russisch:</u> Kommunikation und Wortschatz: über Verkehrsmittel und Fortbewegungsarten sprechen, Reiseziele angeben, Eindrücke beschreiben, Zeitangaben machen, Brief oder Postkarte schreiben, Vergangenes beschreiben, sich über Zukünftiges äußern, ein Vorhandensein oder Besitzverhältnis angeben, Verlauf und Abgeschlossenheit einer Handlung ausdrücken Grammatik: Dat. Sing. der Substantive; Adjektive im Nom. Sing. und Akk.Pl.; Personalpronomen im Gen. und Akk.; Verben der Bewegung; reflexive Verben; Präteritum und Futur, Verbalaspekte, y+Gen.+есть; Präpositionen: из, до, после, через, к, у, от; Sprachkompetenz: Training der 4 Kompetenzen (mündliches und schriftliches Verständnis, mündlicher und schriftlicher Ausdruck)</p>

Modulbeschreibung

Englisch

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ENG	Englisch	3 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester (VZ, BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Europarat-Sprachniveau B1/B2 ("Threshold" bzw. "Vantage")	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Verbindung zu in englischer Sprache gehaltenen Lehrveranstaltungen, zum Auslandssemester (VZ) oder Auslandsaufenthalt (BB) und zum Berufspraktikum (VZ)	
Literaturempfehlungen	<p>Goldblatt, J. J. & Nelson, K. (2001): The International Dictionary of Event Management, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Shone, A. & Parry, B. (2004): Successful Event Management, London, Thomson Learning,</p> <p>Lansing, A. (1959): Endurance: Shackleton's Incredible Voyage, New York, Carroll & Graf Publishers</p> <p>Film: 12 Angry Men, Reginald Rose, 1957</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Erwerb der Kompetenzen die zur Europarat-Sprachniveau B2 ("Vantage") gehören:</p> <p>Aneignung soziokulturellen Wissens und Entwicklung interkulturellen Bewusstseins, besonders in Bezug auf den angelsächsischen Raum</p> <p>Pragmatische Kompetenzen (Diskurskompetenz und funktionale Kompetenz)</p> <p>Befestigung und Erweiterung der linguistischen Kompetenzen (Lexika, Grammatik, Semantik)</p> <p>effektive Argumentation; überzeugende Präsentationen; Führung (Facilitation/Moderation) von Besprechungen und Diskussionen; deutliche Verfassung von Texten (z.B. Berichte, Verträge).</p> <p>Lernautonomie</p> <p>Die Studierenden der Lehrveranstaltung werden in die spezifischen Bedingungen der internen und externen Unternehmenskommunikation eingeführt. Dabei liegt der Fokus auf der selbständigen und gruppenspezifischen Konzeption in englischer Sprache durchgeführten Events (Movie Night, Debate u.a.)</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	English for Event Managers I	
Umfang	2 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)	
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)	
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) UE (BB)	
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter	

Lehrinhalte	<p>Argumentationslogik: für die Durchführung eines Event sprechen (Vorteile hervorheben und deutlich erklären)</p> <p>Einführung in die interne und externe Unternehmenskommunikation</p> <p>Arbeit mit ausgewählten Kapiteln (d. h. Case-Studies) aus Successful Event Management (A. Shone und B. Parry)</p> <p>Coordination of an English-based event from conception to implementation.</p> <p>Diskussionen über aktuelle Berichte aus den Medien</p>
Titel der Lehrveranstaltung	English for Event Managers II
Umfang	1 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 2. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ) UE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Festigen der Kernkompetenzen in der Englischen Sprache:</p> <p>Writing: Verfassen von kurzen Texten</p> <p>Listening: Rezeption und Diskussion von Audio/Videomaterial</p> <p>Reading: Rezeption und Diskussion von Printmaterial</p> <p>Speaking: Diskussionen & Diskurse</p> <p>Kreation, Konzeption und Durchführung einer Veranstaltung</p> <p>Fallbeispiele und Analysen</p>

Modulbeschreibung

Social Skills

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SOS	Social Skills	4 ECTS (VZ), 3 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 3. Semester (VZ), 1. und 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	AUS, IWE, BEE	
Literaturempfehlungen	<p>Bayer, K. (2007): Argument und Argumentation. Logische Grundlagen der Argumentation, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Birkenbihl, V. F. (2004): Kommunikationstraining, Frankfurt/Main, mvg Verlag</p> <p>Dorn, K.-H. (2009): Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag</p> <p>Glasl, F. (2004): Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater. Organisationsentwicklung in der Praxis, Bd. 2, Stuttgart, Verlag Freies Geistesleben</p> <p>Habermas, J. (1981): Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Haeske, U. (2002): Team- und Konfliktmanagement. Teams erfolgreich leiten, Konflikte konstruktiv lösen, Berlin, Cornelsen</p> <p>Hierhold, E. (19984): Sicher präsentieren - wirksamer vortragen: neue Strategien, Taktik, Tips und Tricks für den überzeugenden Auftritt, Wien, Überreuter</p> <p>Hofbauer, G. (2008): Professionell verhandeln – erfolgreich verkaufen, Berlin, Uni-Edition</p> <p>Kriz, W. C. (2002): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Klebert, K., Schrader, E. & Straub, W. G. (2002): ModerationsMethode, Hamburg, Windmühle</p> <p>Klebert, K., Schrader, E. & Straub, W. G. (2002): Winning Group Results, Hamburg, Windmühle</p> <p>Klebert, K., Schrader, E. & Straub, W. G. (2003): KurzModeration, Hamburg, Windmühle</p> <p>Klippert, H. (2002): Kommunikations-Training. Übungsbausteine für den Unterricht, Weinheim, Beltz</p> <p>Kreyenberg, J. (2004): Handbuch Konflikt-Management, Berlin, Cornelsen</p> <p>Kupsch, J. & Graves, P. R. (1998): Create High-Impact Business Presentations, Chicago, NTC Learning Works</p> <p>Luhmann, N. (2008): Soziale Systeme, Frankfurt/Main, Suhrkamp</p> <p>Latour, B. (2007): Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Frankfurt/Main, Suhrkamp</p>	

	<p>Mandel, S. (1995): Präsentationen erfolgreich gestalten: bewährte Techniken zur Steigerung Ihrer Selbstsicherheit, Motivationsfähigkeit und Überzeugungskraft, Wien, Überreuter</p> <p>Mayer, C.-H. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann</p> <p>McCarthy, P. & Hatcher, C. (2002): Presentation skills: the essential guide for students, London, Sage</p> <p>Naumann, B. & Pankow, E. (2004): Bilder-Denken, Stuttgart, Fink</p> <p>Reineck, U. (2009): Handbuch Führungskompetenzen trainieren, Stuttgart, Beltz</p> <p>Scheler, U. (1995): Informationen präsentieren, Offenbach, Gabal</p> <p>Schmid, M. (2004): Rationales Handeln und soziale Prozesse, Wiesbaden, VS</p> <p>Schwiers, J. & Kurzweg, V. (2003): Seminarmoderation. Aktivieren und beteiligen im Seminar, Hamburg, Windmühle</p> <p>Seifert, J. W. (1997): Gruppenprozesse steuern: als Moderator Energien bündeln, Konflikte bewältigen, Ziele erreichen, Offenbach, Gabal</p> <p>Seifert, J. W. (2004): Besprechungen erfolgreich moderieren: mit Moderation effektiv leiten, erfolgreich teilnehmen, Zeit sparen, Offenbach, Gabal</p> <p>Seifert, J. W. (1999): Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Offenbach, Gabal</p> <p>Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm</p> <p>Thiele, A. (2004): Argumentieren unter Stress. Wie man unfaire Angriffe erfolgreich abwehrt, Frankfurt/Main, Frankfurter Allgemeine Buch</p> <p>Thiele, A. (2006): Die Kunst zu überzeugen. Faire und unfaire Dialektik, Berlin, Springer</p> <p>Thomann, C. (2004): Klärungshilfe 2. Konflikte im Beruf: Methoden und Modelle klärender Gespräche, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Thomas, A. (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung. Hogrefe.Revue für postheroisches Management. Heft 1-3, Berlin, Verlag der Zeppelin University</p> <p>Ueding, G., Steinbrink, B. (2005): Grundriss der Rhetorik. Geschichte. Technik. Methode, Stuttgart, Metzler</p> <p>Voeth, M. & Herbst, U. (2009): Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</p> <p>Zeitschrift für Konfliktmanagement (ZKM), Köln, Verlag Dr. Otto Schmidt</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Konflikte zu erkennen und zu bewerten. Sie beherrschen Konflikt- und Führungsstile sowie Interventions- und Lösungsstrategien und die sich aus Konflikten ergebenden Konsequenzen.</p> <p>Die Studierenden sind dazu befähigt, teamorientiert zu arbeiten und sind mit den Besonderheiten von Teamarbeit im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement vertraut. Die Studierenden werden außerdem dazu befähigt, eigenes Verhalten in konkreten Teamsituationen überprüfen zu können.</p>

	<p>Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. Sie beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.</p> <p>Die Studierenden verstehen die interkulturellen Besonderheiten der verschiedenen Kontinente und Sprachräume.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Team- & Konfliktmanagement
Umfang	2 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	1. Semester (VZ), 1. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ), ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p><u>Konfliktmanagement:</u> Konfliktdiagnose, -definition und -analyse Konfliktarten und -ebenen Konflikt- und Führungsstile Interventions- und Lösungsstrategien Beherrschung der Konfliktfolgen Praktische Teamarbeit Reflexion</p> <p><u>Teambuilding</u> Einführung in die Theorien von Teambildung und kommunikativen Handeln (vgl. Literaturempfehlungen) Lektüre von Schlüsseltexten zur Arbeitssoziologie Akteur-Netzwerk-Theorie (Bruno Latour) Projektstrukturen in einer globalisierten Welt Firmen und Unternehmensbeispiele. Kritische Sichtung von Recruiting-Prozessen Fallbeispiele und Analysen von erfolgreichen Teams im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement und ihre spezifischen Strategien Probleme der Assessment-Center; ethische und soziale Normen innerhalb von Teambildungsprozessen</p> <p><u>Personality Training</u> Lerntechniken Zeit- und Stressmanagement</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Intercultural Seminar & Area Studies
Umfang	1 ECTS (VZ)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung
Lehrinhalte	In diesem Seminar setzen sich die Studierenden als Vorbereitung auf das verpflichtende Auslandssemester mit den interkulturellen Besonderheiten der Kontinente und Subkontinenten auseinander.

Titel der Lehrveranstaltung	Präsentations-, Moderations- & Kommunikationstechniken
Umfang	1 ECTS (VZ), 1 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	3. Semester (VZ), 4. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	UE (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p><u>Präsentation</u> Aufbau, Inhalt und Form einer Präsentation Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Präsentation Vorbereitung: Ziele, Zielgruppe/Zuhörer/Zuseher, Stoffmenge, Sprache, Eröffnung – Hauptteil – Schluss, Gestaltung Durchführung: Begrüßung, Vorstellung, Regeln (z. B. hinsichtlich Fragen), Vortrag Nachbereitung: Feedback-Interview Sprache, Gestik, Mimik, Körperhaltung Medien: PC und Programme, Overhead-Projektor, Whiteboard/Tafel, Flipchart, etc. Medien-Mix, Checklisten, Präsentationstraining mit Videoanalyse</p> <p><u>Kommunikation</u> Wahrnehmung Kommunikation: Begriff und Bedeutung Kommunikation: Formen und Modelle Interaktion: sprechen, (aktives) zuhören, fragen und antworten Interaktionsformen: Mitarbeitergespräch, Beratungsgespräch, Fachgespräch, Konfliktgespräch Nonverbale Kommunikation Transaktionsanalyse und Metaebene Arbeit in der Gruppe und im Team Teamfaktoren, -prozesse und -phasen, Rollen</p> <p><u>Moderation</u> Moderation: Begriff und Bedeutung (Funktion) Techniken der schriftlichen, graphischen oder bildhaften Darstellung, Kreativitätstechniken (z. B. Brainstorming, CNB) Prinzipien des Moderierens und Moderationsstile Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Sitzungen Konflikterkennung und -lösung Dramaturgie Moderationstraining</p> <p><u>Argumentation</u> Argumentation: Begriff und Bedeutung Rhetorik und Dialektik Aufbau der Argumentation: Einleitung, Hauptteil, Schluss (Message) Argumentation im klassischen Dialog und im 3er-Gespräch, Dialektik in einer 4er-Gruppe mit Moderation, Projektgespräche Faire und unfaire Argumentation (z. B. manipulieren und emotionalisieren) Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik</p>

	Kalkulierbare und unkalkulierbare Risiken Argumentationstraining
--	---

Modulbeschreibung
Wissenschaftliches Arbeiten

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIA	Wissenschaftliches Arbeiten	15 ECTS (VZ), 18 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 4., 6. Semester (VZ), 3. und 6. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Einführung und Vertiefung	
Vorkenntnisse	keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen, Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	<p>Ebster, C. & Stalzer, L. (2002): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Wien, UTB</p> <p>Bässler, R. (2009): Grundlagen für wissenschaftliches Arbeiten. Leitfaden für akademische Abschlussarbeiten, Wien, RB Research & Consulting</p> <p>Bässler, R. (2009): Quantitative Forschungsmethoden. Leitfaden zur Planung und Durchführung quantitativer empirischer Forschungsarbeiten, Wien, RB Research & Consulting</p> <p>Bässler, R. (2009): Qualitative Forschungsmethoden. Leitfaden zur Planung und Durchführung qualitativer empirischer Forschungsarbeiten, Wien, RB Research & Consulting</p> <p>Bortz, J. (2005): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin</p> <p>Bortz, J. & Döring, N. (2003): Forschungsmethoden und Evaluation, Berlin, Springer</p> <p>Brosius, F. (2008): Spss 16. Heidelberg, Redline</p> <p>Diekmann, A. (2005): Empirische Sozialforschung, Reinbek/HH, Rowohlt</p> <p>Flick, U. (Hrsg.) (1995): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, Weinheim, Psychologie Verlags Union</p> <p>Heinemann, K. (1998): Einführung in Methoden und Techniken empirischer Forschung im Sport. Sport und Sportunterricht, Bd. 15., Schorndorf, Hofmann</p> <p>Holzbaier, M. M. & Holzbaier, U. D. (1998): Die wissenschaftliche Arbeit: Leitfaden für Ingenieure, Naturwissenschaftler, Informatiker und Betriebswirte, München, Hanser</p> <p>Lamnek, S. (1993): Qualitative Sozialforschung, Bd. 1 & 2, Weinheim, Psychologie Verlags Union</p> <p>Mayring, P. (1990): Einführung in die qualitative Sozialforschung, München, Beltz</p> <p>Theisen, M. R. (1998): Wissenschaftliches Arbeiten – Technik-Methodik-Form, München, Vahlen</p> <p>Ulich, D. (2000). Wissenschaftstheorie und Psychologie. Asanger, R. & Wenninger, G. (Hrsg.). Handwörterbuch Psychologie. Augsburg, S. 859-869</p> <p>Wenninger, G. (Hrsg.) & Asanger, R. (1999): Handwörterbuch Psycho-</p>	

	<p>logie, München, Beltz, S. 859-869 Watzlawick, P. (1995): Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn – Täuschung – Verstehen, München, Piper</p>
Kompetenzerwerb	<p>Die Lehrveranstaltungen des vorliegenden Moduls führen in das wissenschaftliche Arbeiten ein und bereiten auf die Erstellung der Bachelorarbeit vor bzw. begleiten diesen Prozess. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, eine wissenschaftliche Fragestellung detailliert zu formulieren, die Perspektiven einer komplexen wissenschaftlichen Untersuchung, in Bezug auf formale und methodische Aspekte zu überblicken und schließlich die jeweilige, spezifische Fragestellung anhand geeigneter Methoden, in Anlehnung an international gängige Standards des wissenschaftlichen Arbeitens, eigenständig zu bearbeiten. Die Veranstaltungen bereiten die Studierenden darauf vor, ein wissenschaftlich relevantes Thema für die eigene Bachelorarbeit zu entwickeln und dabei einen angemessenen Literaturstand sowie zuverlässige Argumentationsstrategien darzulegen. Hier sehen die LV ausreichend Zeit für Gruppenarbeit, Recherche und Diskussion vor.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Wissenschaftliches Arbeiten I
Umfang	1 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	2. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ) ILV (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – abschließende Prüfung (VZ) LV – immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung bietet eine Einführung in zentrale, wissenschaftstheoretische Grundlagen sowie allgemeine Aspekte/Standards des wissenschaftlichen Arbeitens. Im einzelnen werden folgende Lehrinhalte behandelt:</p> <p><i>Wissenschaftstheoretische Grundlagen:</i> Wissen, Wissenschaft, Wissenschaftstheorie, Ziel und Funktionen von Wissenschaft, Wissenschaftlicher Forschungsprozess, Begriff, Satz, Aussage, Hypothese, Theorie, Experiment</p> <p><i>Arten wissenschaftlicher Arbeiten:</i> Seminar-/Hausarbeit, Projekt-/Praktikumsarbeit, Diplomarbeit, Dissertation, Theoretische Arbeit vs. Empirische Arbeit</p> <p><i>Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten:</i> Ablauf der Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten, Merkmale zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten, Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten</p> <p><i>Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten:</i> Standards wissenschaftlichen Arbeitens u.a. Standard der American Psychological Association (APA), Formatierung und Typographie sowie Zitierregeln, Sprache und Stil, Tabellen, Informationsgrafiken, Betrachtung und Beurteilung wiss. Arbeiten (Beispiele)</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Wissenschaftliches Arbeiten II
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ) SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen der Veranstaltung wird eine praxisorientierte Einführung in die qualitative und quantitative empirische Sozialforschung gegeben.</p>

	<p>ben. Es werden die Grundlagen für eigene empirische Studien gelegt und Ansatzpunkte für die Kritik fremder empirischen Studien aufgezeigt. Ausgehend von einer konkreten Forschungsfrage wird zunächst, anhand von Fallbeispielen, auf Methoden der qualitativen Sozialforschung und anschließend auf quantitative Verfahren eingegangen (Qualitative Sozialforschung: Leitfadengestütztes Intensivinterview, Quantitative Verfahren: schriftliche, standardisierte Befragung). Anschließend wird in beiden Fällen der gesamte Forschungsprozess anhand eines Beispiels durchgegangen. Dies umfasst u.a. die Aspekte: Leitfadenenentwicklung, Fragebogenentwicklung, Erhebung und Auswahl der Befragten, Dateneingabe und Auswertung. Hierbei wird auch auf Grundlagen der Auswertung mit Hilfe computergestützter Verfahren (etwa Statistik Software SPSS) eingegangen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelor-Seminar I
Umfang	6 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 3. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	BA
Prüfungsmodalitäten	Bachelorarbeit
Lehrinhalte	<p>Die Studierenden sollen im Rahmen der Bachelorarbeiten die Fähigkeit nachweisen, innerhalb einer vorgegebenen Zeit ein ausbildungsrelevantes Problem nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig bearbeiten und diskutieren zu können. Da die Darstellung interdisziplinärer Zusammenhänge im Studiengang ein wichtiger integraler Bestandteil des Studiengangs ist, wird die Bachelorarbeit über ein wissenschaftlich relevantes Thema mit dem Bezug zu den speziellen Inhalten des Studiengangs verfasst. Die Arbeit ist eine theoretische Auseinandersetzung mit einer wissenschaftlichen Fragestellung.</p> <p><i>Vollzeit-Studiengang:</i> Die Bachelorarbeit II wird zu einem konkreten Problem aus der Praxis mit Bezug zum Berufspraktikum verfasst. Ziel ist die Auseinandersetzung mit einer aktuellen, für die Institution relevanten Problemstellung.</p> <p><i>Berufsbegleitender Studiengang:</i> Die Bachelorarbeit II wird zu einem konkreten und speziellen Problem aus der eigenen beruflichen Praxis verfasst. Ziel ist die Auseinandersetzung mit einer aktuellen, für die Institution relevanten Problemstellung.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelor-Seminar II
Umfang	6 ECTS (VZ), 6 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	6. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	BA
Prüfungsmodalitäten	Bachelorarbeit
Lehrinhalte	<p>Die Bachelorarbeit II, im 6. Semester, enthält eine konkrete Problemstellung aus der Praxis mit Bezug zum Berufspraktikum (VZ) bzw. zum ausgeübten Beruf (BB). Die Zielsetzung ist eine theoriebasierte sowie praxisfundierte Auseinandersetzung mit einer unternehmensrelevanten Fragestellung, die möglichst einen innovativen Untersuchungsaspekt berücksichtigen soll. Dabei soll neben einer wissenschaftlich fundierten Diskussion empirisches Material integriert werden, das nach wissenschaftlichen Erhebungskriterien gewonnen wurde. Hierbei ist vor allem eine konkrete Zielsetzung bei der jeweiligen Analyse zu beachten.</p>

	<p>Die Bachelorarbeit II soll sich vorzugsweise an Themen aus den angebotenen Wahlpflichtmodulen des 6. Semesters orientieren (die Rahmenthemen werden durch die BetreuerInnen des Studiengangs zur Wahl ausgeschrieben). Das Bachelor-Seminar II bereitet auf diesen Prozess vor bzw. begleitet ihn.</p>
--	---

Modulbeschreibung

Auslandssemester

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AUS	Auslandssemester	30 ECTS (VZ)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5. Semester (VZ)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	BWG, BWV, SMA, KMA, ENG, 2SPR	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	<p>Bar-On, D. (2006): Die „Anderen“ in uns. Dialog als Modell der interkulturellen Konfliktbewältigung, Hamburg, edition Körber</p> <p>Jones, E. L. (2006): Cultures Merging, Princeton, Princeton University Press</p> <p>Mayer, H.-C. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann</p> <p>Neugirg, E. (2008): Im Ausland studieren? Bildungseffekte von Studienaufenthalten im Ausland, Bonn, VdM</p> <p>Thomas, A. (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Thomas, A. (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 2: Grundlagen und Praxisfelder, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Trompenaars, F. (1993): Handbuch globales Managen. Wie man kulturelle Unterschiede im Geschäftsleben versteht, Düsseldorf, Econ</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Das Auslandssemester für die Vollzeit-Studierenden an einer der 150 Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil der Bachelor Ausbildung an der FH Kufstein. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Exchange Semester Coaching	
Umfang	2 ECTS (VZ)	
Lage im Curriculum	5. Semester (VZ),	
Lehr- und Lernformen	UE (VZ)	
Prüfungsmodalitäten	-	

Lehrinhalte	<p>Die Studierenden stehen im Auslandssemester vor vielfältigen Herausforderungen: Eine neue akademische Umwelt, ein neues Gastland und viele andere interkulturelle Faktoren sind Herausforderungen.</p> <p>Im Exchange Semester Coaching wird zuerst Beratung für die Auswahl der Kurse (Learning Agreement) durchgeführt, weiters wird die Entwicklung des Auslandssemesters im Rahmen von e-coaching Sessions begleitet und schließlich werden die interkulturellen Erfahrungen diskutiert und reflektiert.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Business Studies
Umfang	7 ECTS (VZ)
Lage im Curriculum	5. Semester (VZ),
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthaltes an der Partnerhochschule eine vorab mit dem Studiengangsleiter im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Business Studies“ absolvieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Electives: Sports, Culture & Event Management
Umfang	14 ECTS (VZ)
Lage im Curriculum	5. Semester (VZ),
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthaltes an der Partnerhochschule mehrere vorab mit dem Studiengangsleiter im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltungen aus dem Bereich „Sports, Culture & Event Management“ absolvieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Language & Area Studies
Umfang	7 ECTS (VZ)
Lage im Curriculum	5. Semester (VZ),
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthaltes an der Partnerhochschule eine mit dem Studiengangsleiter im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Area Studies and Languages“ absolvieren.

Modulbeschreibung
Advanced Management Skills

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AMSK	Advanced Management Skills	6 ECTS (VZ), 14 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. und 6. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikation	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	BWG, BMV, MAM, EMA, SMA, KMA	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	<p>Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnel, I. (2005): Festival and Special Event Management, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Blum, U. & Leibbrand, F. (2001): Entrepreneurship und Unternehmertum. Denkstrukturen für eine neue Zeit, Wiesbaden, Gabler</p> <p>Breuer, C. & Thiel, A. (2005): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2007) (Hrsg.): Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbstständigkeit, Bonn, BMWi, Referat Öffentlichkeitsarbeit</p> <p>Chadwick, S. & Beech, J. (2004): Business of Sport Management, Harlow, Prentice Hall</p> <p>Catherwood, D. W. & Van Kirk, R. L. (1992): The Complete Guide to Special Event Management, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Dill, P. (1986): Unternehmenskultur, Grundlagen und Anknüpfungspunkte für ein Kulturmanagement, Dissertation, München</p> <p>Dowling, M. & Drumm, H.-J. (Hrsg.) (2002): Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zum dauerhaften Wachstum, Berlin, Springer</p> <p>Faltin, G., Ripsas, S. & Zimmer, J. (1998): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden, München, Beck</p> <p>Heinemann, K. (1995): Einführung in die Ökonomie des Sports. Ein Handbuch, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Heinrichs, W. (1999): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus</p> <p>Heinrichs, W. & Klein, A. (Hrsg.) (2001): Kulturmanagement von A-Z. 600 Begriffe für Studium und Beruf, München, dtv</p> <p>Hoecklin, L. (1994): Managing Cultural Differences. Strategies for Competitive Advantage, Harlow, Pearson Education International</p> <p>Höhne, S. (2009): Kunst- und Kulturmanagement: Eine Einführung. München, UTB</p> <p>Horch, H.-D. (1983): Strukturbesonderheiten freiwilliger Vereinigungen. Analyse und Untersuchung einer alternativen Form menschlichen Zusammenlebens, Frankfurt/Main, New York, Campus</p>	

	<p>Horch, H.-D. (Hrsg.) & Schütte, N. (2003): Kommunale Sportverwaltung. Analysen zur Verwaltungsreform und zum Berufsfeld, Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Horch, H.-D., Niessen, C. & Schütte, N. (2003): Sportmanager in Verbänden und Vereinen, Köln, Sport und Buch Strauss</p> <p>Horch, H.-D., Heydel, J. & Sierau, A. (Hrsg.) (2004): Events im Sport, Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement</p> <p>Hutter, M. (1992): Kulturökonomik. Studienbrief im Weiterbildenden Studienbrief KulturManagement, FernUniversität Hagen, Hagen</p> <p>Kaiser, S. (2007): Nationales und internationales Sportmanagement, Oldenburg, C3L</p> <p>Klandt, H. (1999): Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan, München, Oldenburg</p> <p>Klein, A. (2008): Der exzellente Kulturbetrieb, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Lewinski, V. (2008): Kulturmanagement der Zukunft: Perspektiven aus Theorie und Praxis, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Lipp, W. (Hrsg.) (1989): Kulturpolitik, Standorte, Innensichten, Entwürfe, Berlin, Reimer</p> <p>Lipp, W. (1994): Drama Kultur, Teil 1: Abhandlungen zur Kulturtheorie. Teil 2: Urkulturen – Institutionen heute – Kulturpolitik, Berlin, Duncker & Humblot</p> <p>Malek, M. & Ibach, P. K. (2004): Entrepreneurship, Heidelberg, dpunkt. verlag</p> <p>Mandel, B. (2008): Kulturmanagement, Audience Development, Kulturelle Bildung: Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung, Hildesheim, Kopäd</p> <p>Mastermann, G. (2007): Sponsorship: For a return on Investment, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mastermann, G. (2004): Strategic Sports Event Management, Oxford, Elsevier</p> <p>Meyer, B. & Ahlert, G. (2000): Die ökonomischen Perspektiven des Sports, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Parkhouse, B. L. (2004): The Management of Sport, Its Foundation and Application, McGraw-Hill</p> <p>Preißner, A. (2003): Projekte budgetieren und planen, München, Wien, Hanser</p> <p>Rasner, C., Füser, K. & Faix, W. G. (1999): Das Existenzgründer Buch. Von der Geschäftsidee zum sicheren Erfolg, München, Verlag Moderne Industrie</p> <p>Röper, H. (2001): Handbuch Theatermanagement. Betriebsführung, Finanzen, Legitimation und Alternativmodelle, Köln, Böhlau</p> <p>Schefczyk, M. & Pankotsch, F. (2003): Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Schneidewind, P. (2006): Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement: Ein Handbuch, Bielefeld, Transcript</p> <p>Shilbury, D., Westerbeek, H. & Quick, S. (2006): Strategic Sport Marketing, Crows Nest/AUS, Allen & Unwin</p> <p>Slack, T. (2007): International Perspectives on the Management of Sport, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Skinner, B. E. & Rukavina, V. (2003): Event sponsorship, New York, John Wiley & Sons</p>
--	--

	<p>Stotlar, D. (2005): Developing Successful Sport Sponsorship Plans, 2nd Ed., Morgantown/WV, Fitness Information Technology</p> <p>Wirtschaftskammern Österreichs Gründer-Service (Hrsg.) (2007): Leitfaden für Gründerinnen und Gründer, 12. Aufl., Wien</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Existenz- & Unternehmensgründung</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Ideen, Prinzipien, Methoden und Geschäftsmodelle der Existenz- und Unternehmensgründung zu verstehen und werden mit den grundlegenden Begrifflichkeiten und Besonderheiten von Unternehmensgründungen vertraut gemacht. Sie erlangen Kenntnis über die Bausteine der Gründungsplanung und sind in der Lage, für die typischen Engpassbereiche von Unternehmensgründungen, Standort, Rechtsform, Marketing, Finanzierung, Lösungsstrategien zu entwickeln</p> <p><u>Elective:</u></p> <p>Aktuelle Tendenzen aus den Gebieten des Sports, der Kultur und des Eventmanagements werden den Studierenden in ausgewählten Einzelbeispielen nähergebracht. Die Studierenden sind in der Lage, Zusammenhänge zu erkennen und ein abgestimmtes Entscheidungsverhalten zu antizipieren.</p> <p><u>Sustainability in Sports, Culture & Eventmanagement</u></p> <p>Die immer wichtiger werdenden Interdependenzen zwischen Fachgebieten und die Vielfalt der Auswirkungen eigener Entscheidungen sind den Studierenden bewusst und sie sind in der Lage, den ökonomischen Erfolg den ökologische und soziologische Auswirkungen von Sport- und Kulturprojekten gegenüberzustellen und in ihrem Handlungsspektrum zu berücksichtigen.</p> <p><u>Business Ethics & Corporate Governance</u></p> <p>Die Studierenden lernen, nicht nur ökonomische Orientierungen zu hinterfragen, sondern auch Wertestrukturen und Unternehmensführung einer Organisation als langfristigen Erfolgsfaktor zu analysieren, zu bewerten und verantwortungsbewusst umzusetzen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Elective
Umfang	2 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 5. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ), SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contemporary Issues in Sport 2. Contemporary Issues in Culture 3. Contemporary Issues in Event Management 4. Multimedia Marketing 5. ERP-Systeme, SAP <p>Aktuelle Beispiele aus nationalen Sport-, Kultur und Veranstaltungsprojekten, internationale Beispiele, Großprojekte und kleine Regionalprojekte dienen als Beispiele, um Zusammenhänge deutlich zu machen und bisher aufgebautes Wissen zu vertiefen und anzuwenden.</p>

	<u>Aus den angebotenen Electives ist nur eines zu wählen.</u>
Titel der Lehrveranstaltung	Sustainability in Sports, Culture & Event Management
Umfang	2 ECTS (VZ), 2 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	ILV (VZ, BB)
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Analyse der Nachhaltigkeit von Sport- und Kulturevents aus Sicht der verschiedenen Anspruchsgruppen (Kommunen, Land und Bund, Umwelt, Auftraggeber, Mitarbeiter, etc.)</p> <p>Analyse der Auswirkungen auf die BesucherInnen, Region, etc.</p> <p>Instrumente: Konsequentes Qualitätsmanagement, professionelles Projekt und Prozessmanagement, vorausschauende Personalentwicklung, verantwortliches Contract-Management</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Existenz- & Unternehmensgründung
Umfang	1 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Was ist Entrepreneurship?</p> <p>Stand und Entwicklung der Entrepreneurship Education</p> <p>Erfolgsfaktoren der Unternehmensgründung</p> <p>Fehlerquellen im Start-up-Management</p> <p>Ideenfindung und -bewertung</p> <p>Innovationsmanagement</p> <p>Erstellung eines Businessplans: Zusammenstellung des Gründerteams, Elemente des Businessplans, Kapitalbeschaffung und Finanzierung, Rechtliche und steuerliche Aspekte, Rechtsformwahl, Marketing</p> <p>Fallstudien zur Unternehmensgründung</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Business Ethics & Corporate Governance
Umfang	1 ECTS (VZ), 4 ECTS (BB)
Lage im Curriculum	4. Semester (VZ), 6. Semester (BB)
Lehr- und Lernformen	VO (VZ), SE (BB)
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (VZ) LV-immanenter Prüfungscharakter (BB)
Lehrinhalte	<p>Oberziele, Mission und Vision von Unternehmungen, Verhaltensstrukturierungen und Corporate Governance Codizes,</p> <p>Analyse und Bewertung der Fallbeispiele in der Vergangenheit</p> <p>rechtliche und ethische Vergleiche verschiedener Unternehmungen und Nationen, Gesetzesvorlagen und Entwicklungstendenzen</p> <p>Corporate Governance Probleme in der Sport- Kultur und Eventbranche</p> <p>Anwendbarkeit auf Projektorganisationen</p>

Modulbeschreibung

International Week

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
IWE	International Week	2 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	ENG	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	<p>Jones, Eric L. (2006): Cultures Merging. Princeton, Princeton University Press</p> <p>Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht</p> <p>Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 2: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht</p>	
Kompetenzerwerb	Die berufsbegleitenden Studierenden erwerben im Rahmen einer International Week in komprimierter Form interkulturelle Erfahrungen.	
Titel der Lehrveranstaltung	International Week	
Umfang	2 ECTS (BB)	
Lage im Curriculum	5. Semester (BB),	
Lehr- und Lernformen	EX (BB)	
Prüfungsmodalitäten	LV – immanenter Prüfungscharakter	
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen des Auslandsaufenthaltes werden, neben Lehrveranstaltungen an der Partnerhochschule, auch Institutionen (Profit- und Non-Profit-Organisationen) besucht und mit deren Fach- und Führungskräften zu aktuellen und das Studium betreffenden Themen diskutiert. Der wissenschaftliche und praxisbezogene Input wird durch ein kulturell sowie sportlich interessantes Rahmenprogramm in der Stadt bzw. in der besuchten Region abgerundet. (Museen, Besichtigung eines Stadions, etc.)</p>	

Modulbeschreibung

Berufserfahrung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BEE	Berufserfahrung	24 ECTS (VZ), 16 ECTS (BB)
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	6. Semester (VZ), 2. und 4. Semester (BB)	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Pflichtpraktikum	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Alle Module Sem. 1 - 3	
Geblockt	Ja	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Kompetenzerwerb	Die Studierenden finden sich in der Praxis zurecht und haben Verständnis über die Vorgänge im beruflichen Umfeld. Sie sind in der Lage eine in der Praxis gestellte Aufgabe in ein Projekt zu formulieren und mit wissenschaftlichen Methoden und praxisgerechten Werkzeugen im Projektzeitraum zu lösen, sowie diesen Prozess in einer wissenschaftlichen Arbeit selbständig aufzuarbeiten.	
Titel der Lehrveranstaltung	Integriertes Berufspraktikum (VZ) / Berufspraktikum I + II (BB)	
Umfang	24 ECTS (VZ), 16 ECTS (BB)	
Lage im Curriculum	6. Semester (VZ), 2. + 4. Semester (BB)	
Lehr- und Lernformen	BP	
Prüfungsmodalitäten	Leistungsnachweis	
Lehrinhalte	Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und wirtschaftsrechtliche Fragestellungen in der Praxis. Mindestens 15-wöchige Beschäftigung bei einem Unternehmen bzw. Institution mit vollem Beschäftigungsausmaß.	

2.4 Berechnungsschlüssel

ECTS Umrechnung (SKVM Bachelorstudiengang VZ/VOLLZEIT)								
LV-Typ	Abk.	SWS	Dauer LV (h) ¹	ECTS	LV-Wochen /Sem	Workload (h)		
						ges.	Anwes.	Vor-, Nachber. LV inkl. Prüfung
Vorlesung	VO	1	0,75	1	15	25	11	14
Seminar	SE	1	0,75	4	15	100	11	89
Integrierte Lehrveranstaltung	ILV	1	0,75	2	15	50	11	39
Übung	UE	1	0,75	1	15	25	11	14
Projekt	PT	1	0,75	2	15	50	11	39
Bachelorseminar	BA	1	0,75	6	15	150	11	139
Berufspraktikum	BP	1	0,75	24	15	600	11	589

* zu ILV: Bei den Lehrveranstaltungen im Auslandssemester ergibt sich ein leicht geänderter Umrechnungsschlüssel.

¹ Unter der Annahme, dass eine LV-Einheit 45 Minuten entspricht.

ECTS Umrechnung (SKVM Bachelorstudiengang BB/BERUFSBEGLEITEND)								
LV-Typ	Abk.	SWS	Dauer LV (h) ¹	ECTS	LV-Wochen /Sem	Workload (h)		
						ges.	Anwes.	Vor-, Nachber.
Vorlesung	VO	1	0,75	1	17	25	13	12
Seminar	SE	1	0,75	4	17	100	13	87
Integrierte Lehrveranstaltung	ILV	1	0,75	2	17	50	13	37
Übung	UE	1	0,75	1	17	25	13	12
Projekt	PT	1	0,75	2	17	50	13	37
Bachelorseminar	BA	1	0,75	6	17	150	13	137
Berufspraktikum	BP	0	0,75	16	17	400	0	400
Exkursion	EX	1	0,75	1	17	25	13	12

¹ Unter der Annahme, dass eine LV-Einheit 45 Minuten entspricht.

2.5 Berufspraktikum

Fester Bestandteil des Bachelorstudienganges ist ein **Berufspraktikum**, das im Vollzeit-Studiengang im sechsten Semester und im berufsbegleitenden Studiengang im zweiten und vierten Semester bei einem der über 300 Partnerunternehmen der FH, bevorzugt im Ausland, absolviert wird. Dieses Berufspraktikum erstreckt sich über einen Zeitraum von mindestens 15 Wochen. Eine Woche entspricht 5 Arbeitstagen à 8 Stunden (= 40 Arbeitsstunden).

Die Zielsetzung des Berufspraktikums besteht darin, den Studierenden einen Einblick in die beruflichen Tätigkeitsfelder, wie sie oben beschrieben wurden, zu geben. Der / die Studierende soll sich mit den Zielen, Aufgaben und Problemen des Tätigkeitsfeldes befassen und unter fachkundiger Anleitung berufsbezogene Tätigkeiten ausüben. Er / sie soll die gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse bewerten und Kontakte zu weiteren potenziellen Arbeitgebern aufbauen. Die Ziele werden vor Beginn des Praktikums von der Studiengangsleitung mit den Studierenden und der Praktikumsbetreuung vereinbart. Nach Absolvieren des Praktikums überprüfen die Studiengangsleitung, der / die Studierende und die Praktikumsbetreuung die Zielerreichung.

Das Berufspraktikum ist von den Studierenden mittels Formblatt („Arbeitsplatzbeschreibung“) zu beantragen. Das Formblatt enthält die zentralen Daten des Studierenden und der Praktikumsbetreuung sowie die Ziele und die Aufgaben/Tätigkeiten im Praktikumsunternehmen. Das Praktikum wird durch Unterschriften der Studiengangsleitung und der Praktikumsbetreuung bestätigt bzw. genehmigt.

Die Praktikumsstellen werden von der Studiengangsleitung in Zusammenarbeit mit dem International Relations Office (IRO) der FH ausgewählt. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studienganges entspricht und ob die / der Studierende ihrem / seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Sind diese Anforderungen erfüllt, erfolgt die organisatorische Abwicklung durch das IRO. Im Laufe des Praktikums erfolgen telefonische, E-mail- bzw. vor-Ort-Kontakte der Studiengangsleitung mit den Studierenden und der Praktikumsbetreuung.

Der / die Studierende muss die gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse reflektieren, dokumentieren und präsentieren sowie die Praktikumsstelle evaluieren. Umgekehrt muss die Praktikumsbetreuung die Studierenden evaluieren. Der / die Studierende muss einen Zwischenbericht, einen Abschlussbericht anfertigen sowie einen Evaluierungsbogen ausfüllen. Er / Sie erhält zu Beginn des Praktikums einen Praktikumsleitfaden, in dem die zu bearbeitenden Punkte aufgeführt sind. Eine zentrale Anforderung besteht darin, die vereinbarten Ziele mit den verwirklichten Zielen zu vergleichen. Die vom / von der Studierenden und von der Betreuung erstellte Dokumentation wird von der Studiengangsleitung ausgewertet. Wenn die Erreichung der Ziele und die Anpassung an das Qualifikationsniveau des Studierenden nicht gewährleistet sind, wird die entsprechende Praktikumsstelle ausgeschlossen.

2.6 Auslandssemester

Fester Bestandteil des Studiums in der Vollzeit-Version ist ein **Auslandssemester (5. Semester)**, das an einer der 150 internationalen Partnerfachhochschulen und -universitäten der FH absolviert wird. Das Auslandssemester ist bedeutsam, da die Studierenden ihre fachlichen, methodischen und insbesondere sozialen Kompetenzen erweitern und vertiefen können. Die Erweiterung und Vertiefung der fachlichen Kompetenzen ist insbesondere im Bereich Betriebswirtschaft, Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement und im Bereich Sprache und Landeskunde möglich und sinnvoll.

Im Curriculum spiegeln sich diese Bereiche mit folgenden ECTS wider: "Business Studies" - 7 ECTS; "Sports-, Culture- and Event-Management" - 14 ECTS; "Language & Area Studies" - 7 ECTS.

Die Erfahrungen mit den Studierenden an der FH, die bereits ein Studiensemester im Ausland verbringen konnten, sind erfreulich. Diese Studierenden denken und handeln sehr selbstständig, verfügen über ein hohes Maß an interkultureller Kompetenz und vermitteln Selbst- und Verantwortungsbewusstsein. Sie sind gleichermaßen Integrations- und Identifikationsfiguren für Ihre Mitstudierenden.

Im Folgenden wird auf Qualitätssicherung und Organisation des Auslandsstudiensemesters sowie des Berufspraktikums ausführlich eingegangen.

Aufgrund des weltweiten Netzwerkes aus Partnerhochschulen haben die Studierenden die Möglichkeit, sich während ihres Auslandsstudiensemesters sehr individuell inhaltlich und regional zu spezialisieren. Um eine qualitative Durchführung sowie einen anspruchsvollen und hohen Qualifikationsgrad für die Studierenden im Ausland zu gewährleisten, erfolgen mehrere Evaluations- und Kontrollschritte vor Entsendung eines Studierenden in das Ausland, während des Auslandsaufenthaltes sowie nach dessen Rückkehr an unsere Institution:

Allgemein wird die Studierendenmobilität unserer Institution von einem bereits vor Jahren eigens eingerichteten Büro (International Relations Office) koordiniert und begleitet. Das International Relations Office ist aus dem Diplomstudiengang „Internationale Wirtschaft und Management“ hervorgegangen und kann deshalb auf eine große Erfahrung in den Fragen der Studierendenmobilität verweisen. Durch die studiengangübergreifende organisatorische Einbettung des International Relations Office garantiert dieser Erfahrungsschatz die qualitative Durchführung der Mobilitätsmaßnahmen für das gesamte Haus. Das International Relations Office betreut alte wie auch potenzielle neue Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartner, die in Zusammenarbeit mit den Studiengangsleitungen auf ihre Eignung für Austauschprogramme bzw. -projekte evaluiert werden:

- **Qualitätsprüfung ex ante:**

- Bereits vor den ersten Gesprächen über bilaterale Austauschverträge mit potentiellen Partnerinstituten wird die inhaltliche Übereinstimmung der Programme überprüft. Die meisten der bestehenden Partnerhochschulen können den Studierenden ein sehr viel umfangreicheres Lehrveranstaltungsangebot bieten als die FH das könnte. So gehören namhafte Universitäten wie die Sheffield Hallam University, die University of Aberdeen, das Dublin Institute of Technology, die University of Gdansk, die I.U.P. Université Claude Bernard Lyon I, die Università degli Studi di Padova, die Hong Kong Polytechnic University, die Korea University, die Université Laval in Quebec, die Alakhawayn University in Ifrane (Marokko), die Universidad Católica de Córdoba, die Victoria University und die La Trobe University in Melbourne zu den Partnerinstituten der FH. Grundsätzlich werden Kooperationen erst nach Vor-Ort-Besuchen an der jeweiligen Partnerhochschule geschlossen.
- Die Studierenden müssen sich vor Antritt ihres Auslandsaufenthaltes gemäß den inhaltlichen Vorgaben des Studienganges ihre gewählten Lehrveranstaltungen von der Studiengangsleitung im Learning Agreement genehmigen lassen. Diese inhaltlichen Vorgaben sind im Curriculum festgelegt. Sind im Ausland Anpassungen an die Planung notwendig, bedürfen diese wiederum der Rücksprache und Genehmigung durch die Studiengangsleitung. Innerhalb Europas sind 30 ECTS pro Semester zu erbringen, außerhalb Europas das Äquivalent in den jeweiligen Credits. Da es keine allgemein gültige Umrechnungstabelle für außereuropäische Credits in ECTS gibt, unterliegt die Umrechnung anhand der Überprüfung der Lehrveranstaltungsinhalte und Semesterwochenstunden der Studiengangsleitung. Als Maßstab für die Umrechnung dient die an der ausländischen Hochschule vorgesehene Arbeitsbelastung der Studierenden, welche in den meisten Partnerländern der FH deutlich über der in Österreich üblichen Arbeitsbelastung liegt.

- **Evaluation und Feedback während des Auslandsaufenthaltes:** Um die akademischen Leistungen der Studierenden während des Auslandsaufenthaltes sicherzustellen, werden sowohl der Studienerfolg im Ausland kontrolliert als auch die Programme der Partnerinstitute hinsichtlich des Lehrveranstaltungsangebotes und der Studienbedingungen evaluiert. Die Studierenden stehen während des Auslandsaufenthaltes in regelmäßigem Kontakt mit dem International Relations Office sowie mit der Studiengangsleitung.
- **Qualitätsprüfung ex post:**
 - Unmittelbar nach Rückkehr vom Auslandsaufenthalt werden die Leistungen der Studierenden überprüft. Sollten nicht genügend Lehrveranstaltungen während des Auslandsaufenthaltes positiv absolviert worden sein, kann der Studierende nicht für die abschließende Bachelorprüfung zugelassen werden.
 - Die Studierenden selber evaluieren über umfangreiche Berichte die ausländische Partnerhochschule, an der sie studiert haben, sowohl in Bezug auf die Qualität der Lehre als auch gesamtorganisatorisch. Diese Berichte fließen in die institutionelle Beurteilung der jeweiligen Partnerhochschule ein, welche die Weiterführung bzw. Auflösung der Kooperation zur Folge hat. Insgesamt muss festgehalten werden, dass das Partnernetzwerk unserer Institution seit 1997 existiert und ausgebaut wird. Mit den meisten der gegenwärtigen Partnerhochschulen besteht schon seit Jahren eine erfolgreiche Kooperation im Bereich Mobilitätsprogramme.

Durch die im Ergebnis sehr aufwändige Gestaltung des Qualitätssicherungsprozesses kann unsere Institution auf sehr namhafte Partnerhochschulen verweisen, die insbesondere anspruchsvolle Lehrveranstaltungen für unsere „Outgoings“ gewährleisten. Die jeweiligen Modulbeschreibungen der Auslandssemester sowie die beispielhaften Curricula sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen.

Während des 5. Semesters, in dem die Kufsteiner Studierenden an einer ausländischen Partnerhochschule studieren, sind für die im Austausch an die FH kommenden ausländischen Studierenden jeweils 2 SWS an speziellen Lehrveranstaltungen (in englischer Sprache) vorgesehen. Dieses Ausmaß von 2 SWS an speziellen Lehrveranstaltungen reicht aus, da zusätzlich englischsprachige Fachlehrveranstaltungen (studiengangübergreifend auf der Bachelor- und Masterebene) für diese „Incoming Students“ geöffnet werden. Damit können sich diese Austauschstudierenden ihr Studienprogramm aus einem sehr breiten Spektrum an Fächern zusammenstellen. Darüber hinaus wird so eine schnelle Integration der „Incoming Students“ in die Studierendenschaft der FH erreicht.

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Zusätzlich zu den in § 4 Abs. 1-3 FHStG idgF angeführten Zugangsvoraussetzungen besteht Zugang zum Fachhochschul-Studiengang „Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement“ für Personen ohne Reifeprüfung mit einschlägiger Studienberechtigungsprüfung. Als einschlägige Studienberechtigungsprüfungen gelten die Studienberechtigungsprüfungen für die Studienrichtungen der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften.

Folgende Studienberechtigungsprüfungen (gemäß Studienberechtigungsverordnung – StudBer-VO idgF) für universitäre Studienrichtungen sind als Zugangsvoraussetzungen für den Fachhochschul-Bachelorstudiengang „Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement“ geeignet:

Studienrichtung	Pflichtfach
Sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Studienrichtungen	Deutsch (Aufsatz) Mathematik 1 Englisch 2
Internationales Studienprogramm Wirtschaftswissenschaften mit internationaler Ausrichtung	Deutsch (Aufsatz) Mathematik 1 Englisch 2

Sollte Studienberechtigungsprüfungen der Nachweis der geforderten Fremdsprache überhaupt oder im verlangten Niveau mangeln, können diese mit der Maßgabe als geeignet benannt werden, dass die geforderten Fremdsprachenkenntnisse spätestens zum Zeitpunkt des Studienbeginns nachzuweisen sind.

Als einschlägige duale Ausbildung gilt der Lehrabschluss in einer der folgenden **Fachbereiche** nach der jeweils gültigen Bekanntgabe des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend:

- Büro, Verwaltung, Organisation
- Elektrotechnik, Elektronik (Veranstaltungstechnik)
- Gesundheit und Körperpflege (Fitnessbetreuung)
- Handel
- Mediengestaltung und Fotografie
- Tourismus und Gastronomie

Als einschlägige **berufsbildende mittlere** Schulen gelten:

- Hotelfachschule, Tourismusfachschule, Gastgewerbefachschule (dreijährig)
- Kaufmännische Schulen (mindestens zweijährig)
- Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Fachschulen (drei- oder vierjährig)
- Fachschulen für wirtschaftliche Berufe (dreijährig)
- Wirtschaftsfachschule (mindestens zweijährig)
- Fachschulen für land- und forstwirtschaftliche Berufe (mindestens zweijährig)
- Handelsschulen (dreijährig)

Neu entstehende Lehrberufe in ähnlichen Fachrichtungen sind entsprechend anzuerkennen. Dieser Personenkreis muss als Eingangsvoraussetzung einen Prüfungsabschluss analog einer Studienberechtigungsprüfung in Englisch gemäß Stufe 2 vorlegen, um sicher zu stellen, dass das zur Absolvierung des Studiums notwendige Englischniveau vorhanden ist.

Es sind keine sonstigen Qualifikationen als Zugangsvoraussetzungen vorgesehen.

Dieser Personenkreis hat bis zu Beginn des dritten Semesters **Zusatzprüfungen** zu absolvieren und falls erforderlich entsprechende Vorbereitungslehrgänge zu belegen.

Studienordnung Bachelor SKVM

Folgende Zusatzprüfungen, die sich hinsichtlich Inhalt und Anspruchsniveau an den Prüfungsfächern der Studienberechtigungsprüfungen orientieren, sind für diesen Personenkreis erforderlich:

- Deutsch
- Englisch
- Mathematik