

2019.HS

Modulbezeichnung: Sportmarketing			
Modulkürzel	w.BA.XX.2SpMa.XX		
Beschreibung des Moduls	Das Studium vermittelt den Studierenden Fähigkeiten, die spezifischen Prozesse und Aktivitäten des Sportmarketings (sowohl Vermarktung von Sport als auch Nutzung von Sport für das Marketing) analytisch zu erfassen und einzuordnen sowie eigene Vermarktungs- und Sponsoringkonzepte zu entwickeln. Zusätzlich sollen einige Berufsbilder rund um die verschiedenen Akteure des Sportmarketings vermittelt werden.		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> § Betriebsökonomie - Accounting, Controlling, Auditing § Betriebsökonomie - Banking and Finance § Betriebsökonomie - Banking and Finance (FLEX) § Betriebsökonomie - Banking and Finance (PIE) § Betriebsökonomie - Economics and Politics § Betriebsökonomie - General Management § Betriebsökonomie - Risk and Insurance 		
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009		
Modulkategorie	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Modultyp: Wahlpflichtmodul</td> <td style="width: 50%;">Studienabschnitt: Hauptstudium</td> </tr> </table>	Modultyp: Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt: Hauptstudium
Modultyp: Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt: Hauptstudium		
ECTS	3		
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management Ltg.		
Modulverantwortung	Marcel Hüttermann (huet)		
Modulverantwortung Stellvertretung	Frank Hannich (hanf)		
Spezifische Vorkenntnisse	BWL1, Marketing Grundlagenveranstaltungen		
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> § Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz 		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung 		
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> § verstehen die Besonderheiten und Organisation des Sportmarktes. § kennen die verschiedenen Perspektiven des Sportmarketings. § wissen den Einfluss von externen Einflussfaktoren für Ihre Marketingaktivitäten abzuschätzen und gewinnbringend zu nutzen. § kennen Konzepte, um Sportprojekte- und Veranstaltungen und deren Finanzierung zu organisieren. § kennen Berufsbilder rund ums Sportmarketing. § können Potenziale der Kundenbindung im Sportmarkt erkennen und nutzen. 		

Inhalte des Moduls	§ Unterschied Marketing von/im Sport vs. Marketing im / durch Sport § Markenmanagement im Sport § Markenkommunikation im Sport § Internationales Sportmarketing § CRM im Sportbereich § Sponsoring § Internationales Sportmarketing § Trends im Sportmarketing		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Fallstudien § Übungen § Projektarbeit § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	Reader		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
Total	28 h	0 h	62 h
Leistungsnachweise			
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
-	-	-	-
Hilfsmittel	-		
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung
Referat/mündliche Präsentation	Note	20	100,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Bei den Leistungsnachweisen besteht Präsenzverpflichtung für diejenigen Gruppen die Ihren LN präsentieren.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	Ausgewählte wissenschaftliche Fachartikel		
Ergänzende Literatur	Unterlagen von Gastdozierenden, ausgewählte wissenschaftliche Beiträge		
Bemerkungen	-		