

Gültig für 2022.HS

<b>Modulbezeichnung: Sportmarketing</b>	
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 Konzepte zu entwickeln.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Accounting, Controlling, Auditing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (FLEX)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Banking and Finance (PiE)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Economics and Politics</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in General Management (Flex)</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Marketing</li> <li>§ Betriebsökonomie - Vertiefung in Risk and Insurance</li> <li>§ Wirtschaftsinformatik</li> <li>§ Wirtschaftsinformatik - Vertiefung in Business Information Systems</li> </ul>
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	<b>Modultyp:</b> Wahlpflichtmodul
	<b>Studienabschnitt:</b> Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
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"> <li>§ Fachkompetenz</li> <li>§ Methodenkompetenz</li> <li>§ Sozialkompetenz</li> <li>§ Selbstkompetenz</li> </ul>
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>§ Wissenschaftliche Methoden</li> <li>§ Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>§ Nutzung von Informationen</li> <li>§ Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Schriftliche Kommunikation</li> <li>§ Mündliche Kommunikation</li> <li>§ Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>§ Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>§ Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>§ Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ verstehen die Besonderheiten und Organisation des Sportmarktes.</li> <li>§ kennen die verschiedenen Perspektiven des Sportmarketings.</li> <li>§ wissen den Einfluss von externen Einflussfaktoren für Ihre Marketingaktivitäten abzuschätzen und gewinnbringend zu nutzen.</li> <li>§ können Potenziale der Kundenbindung im Sportmarkt erkennen und nutzen.</li> </ul>

Inhalte des Moduls	§ Unterschied Marketing von Sport vs. Marketing durch Sport § Markenmanagement im Sport § Social Media im Sport § Fan Engagement / Management § Sportsponsoring § Internationales Sportmarketing § Esports § Merchandising (Fanartikel)		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Fallstudien § Projektarbeit § Literaturstudium	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	Reader		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
Grossklasse	-	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Gruppenunterricht	-	-	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>28 h</b>	<b>0 h</b>	<b>62 h</b>
<b>Leistungsnachweise</b>			
<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
-	-	-	-
<b>Hilfsmittel</b>	-		
<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Referat/mündliche Präsentation	Note	15	100,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Andere In SW1, 2, 3, 4, 6 und 7, sowie bei den Leistungsnachweisen in SW 13 und 14 besteht Präsenzpflcht.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Ausgewählte wissenschaftliche Fachartikel		
Ergänzende Literatur	Unterlagen von Gastdozierenden, ausgewählte wissenschaftliche Beiträge		
Bemerkungen	-		