

Kursnummer: DLBSMSPOM01	Kursname: Grundlagen des Sportmanagements	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Course Duration: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Im Rahmen des Kurses „Grundlagen des Sportmanagements“ werden sowohl die begrifflichen Grundlagen (z. B. Was ist Sport? Was ist ein Manager im Kontext Sport?) für das weitere Verständnis von Sportmanagement gelegt. Darüber hinaus wird ein Verständnis für unterschiedliche Sportmärkte (z. B. Breitensport und Nischensport) sowie assoziierte, relevante Interessengruppen und deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenslagen entwickelt. Insbesondere gilt es, den Studierenden ein Instrumentarium an die Hand zu geben, um die individuellen Motivations- und Interessenslagen im Rahmen des Beziehungsgeflechts der relevanten Interessengruppen untereinander zu analysieren, zu bewerten und schließlich auch mögliche Wechselwirkungen zwischen den Zielbeziehungen in Abhängigkeit unterschiedlicher Fragestellungen zu erkennen.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Begriffe und Funktionen von Sportmanagement zu verstehen. • die unterschiedlichen Sportmärkte zu erkennen und zu differenzieren. • die unterschiedlichen Interessengruppen im Sportmanagement zu identifizieren und deren Motivations- und Interessenslagen zu analysieren. • die konfligierenden und harmonischen Zielbeziehungen zwischen den interessengruppenspezifischen Motivations- und Interessenslagen sowie daraus resultierende Wechselwirkungen zu analysieren und zu bewerten. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1 Was ist ein Sportmanager?</p> <p>1.1 Was ist Sport?</p> <p>1.2 Was ist ein Manager?</p> <p>1.3 Was ist ein Sportmanager?</p> <p>2 Begriff und Funktionen des Sportmanagements</p> <p>2.1 Begriff und Funktionen von Sportmanagement</p> <p>2.2 Die Dimensionen von Sportmanagement und dessen Aufgaben</p>		

2.3 Instrumente des Sportmanagements

3 Sportmärkte

3.1 Breitensportmarkt

3.2 Nischensportmarkt

3.3 Freizeitsportmarkt

3.4 Amateursportmarkt

3.5 Profisportmarkt

4 Interessengruppen im Rahmen des Sportmanagements

4.1 Sportler

4.2 Sportvereine

4.3 Sportverbände

4.4 Ausgliederung des Spitzensports in juristische Personen

4.5 Sponsoren

4.6 Zuschauer

4.7 Sportagenten

5 Beziehungsgeflecht im Sportmanagement: Konfligierende und harmonische Zielbeziehungen relevanter Interessengruppen

5.1 Management des Sportvereins und dessen Mitglieder

5.2 Sportvereine in Sportverbänden organisiert

5.3 Sportvereine und ihre Suche nach Sponsoren

5.4 Sponsoren wollen Zuschauer

5.5 Sportagenten und deren Wirken als Intermediäre

5.6 Ausgliederte Profiabteilungen: Spannungsfeld zwischen Ökonomie, Wettbewerb und Sport

Literatur:

- Beech, J./Chadwick, S. (Hrsg.) (2013): The Business of Sport Management. 2. Auflage, Person Education, Essex. ISBN-13: 978-0273721338.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791033365.
- Breuer, C./Thiel, A. (Hrsg.) (2009): Handbuch Sportmanagement. 2. Auflage, Hofmann, Schorndorf. ISBN-13: 978-3778019924.
- Daumann, F. (2014): Grundlagen der Sportökonomie. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München. ISBN-13: 978-3825242893.
- Deutscher, C. et al. (Hrsg.) (2016): Handbuch Sportökonomik. Hofmann, Schorndorf. ISBN-13: 978-3778049006.
- Fahrner, M. (2014): Grundlagen des Sportmanagements. 2. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486763737.
- Galli, A. et al. (Hrsg.) (2012): Sportmanagement. 2. Auflage, Vahlen, München. ISBN-13: 978-3800636785.
- Horch, H.-D./Schubert, M./Walzel, S. (2014): Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3662434635.
- Krüger, A./Dreyer, A. (Hrsg.) (2004): Sportmanagement. Eine themenbezogene Einführung. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486200300.
- Masteralexis, L. P./Barr, C. A./Hums, M. (2014): Principles and Practice of Sport Management. 5. Auflage, Jones and Bartlett, Burlington. ISBN-13: 978-1284034172.
- Nufer, G./Bühler, A. (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendung der modernen Sportökonomie. 3. Auflage, ESV, Berlin. ISBN-13: 978-3503141180.
- Schütte, N. (2016): Grundwissen Sportmanagement. UVK, Konstanz/München. ISBN-13: 978-3825244231.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

• Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
• Kursevaluation

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30