

Studienordnung des
Bachelorstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungs- management

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt BA

als Anhang der Satzung der
HOK | Hochschule für Angewandte Wissenschaften Kufstein Tirol

Organisationsform: vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 50 vollzeit
25 berufsbegleitend

Version 1
Beschlossen durch das Kollegium am 06.05.2026
Studienstart WS 2027/28

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	Berufliche Tätigkeitsfelder	3
1.2	Qualifikationsprofil	3
2	Curriculum	7
2.1	Curriculumsdaten	7
2.2	Curriculumsmatrix	8
2.2.1	Curriculumsmatrix vollzeit	8
2.2.2	Curriculumsmatrix berufsbegleitend	12
2.3	Modularisierung	16
2.3.1	Modulbeschreibungen vollzeit	16
2.3.2	Modulbeschreibungen berufsbegleitend	75
2.4	Berufspraktikum	130
2.5	Auslandssemester	130
3	Zugangsvoraussetzungen	132

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

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

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

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

Das Bachelorstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement bereitet die Absolvent:innen darauf vor, verschiedene Positionen wahrnehmen zu können. Der Studiengang mit einem auf **social Skills** bezogenen Konzept soll gewährleisten, dass die Absolvent:innen in zahlreiche Positionen mit hoher Verantwortung einsteigen können.

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

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

1.2 Qualifikationsprofil

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Bachelorstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement ist einer *ISCED-Stufe* International Standard Classification of Education nicht eindeutig zuordenbar; die größte Äquivalenz ergibt sich im Bereich Management. Die vermittelten Inhalte qualifizieren die Absolvent:innen für die in dem vorherigen Kapitel genannten beruflichen Tätigkeitsfelder.

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

Sportmanagement und -wissenschaften, Kulturmanagement und -wissenschaften sowie **Veranstaltungsmanagement und -wissenschaften** sowie deren **integrativen Aspekte** (Business Events, Eventinszenierung, Sport, Culture and Business Venues und Kultur, Medien und internationale Beziehungen) mit **internationalem Schwerpunkt** (Global Sports Business, Sport- und Kulturtourismus) sowie der Vermittlung von **digitalen Trends** (Digital Trends in Sports, Culture and Events) in den Fachbereichen. **Allgemeine Management- und Wirtschaftskompetenzen** werden in Einführungsveranstaltungen zu BWL, VWL und Marketing vermittelt. Hinzu kommen Komplementärkompetenzen im Bereich **Soziale Kompetenzen** mit Lehrveranstaltungen zu Teamwork & Kommunikation, Sports and Cultural Sociology, Medienkommunikation, Präsentations- & Verhandlungstechnik, Projektmanagement und Fremdsprachen. Die Anwendung des Fachwissens sowie die Rückkopplung aus aktueller **Praxis und Forschung** erfolgt mit Praxisprojekten und dem Berufspraktikum. Der Integration und Transfer aus dem Bereich der Forschung erfolgt im Rahmen Wissenschaftlicher Methoden und qualitativer sowie quantitativer Forschungsmethodik.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenzbeschreibung	Kompetenzzuordnung	Curriculum/Module
Eventmanager:in	Konzepterstellung	Können eigenständig Events planen und entwickeln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Veranstaltungsmanagement / Veranstaltungswissenschaften
	Implementierung	Können eigenständig Events umsetzen und Erlebnisse vermitteln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Veranstaltungsmanagement / Veranstaltungswissenschaften
	Projektleitung	Können Projekte im Team und als Leiter:in organisieren und durchführen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Praxisprojekt / Projektmanagement
	Budgetierung	Können eigenständig Finanzierung von Events planen	Fachlich- wissenschaftlich	Veranstaltungsmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Marketing	Können Instrumente des Marketingmix anwenden	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Marketing & Kommunikation
Sport- manager:in	Sportentwicklung	Können aktuelle Entwicklungen im Sport konstruktiv gestalten	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Sportwissenschaften

	Sportsponoring	Können die Beziehung zu Geldgebern im Sport gestalten	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Marketing	Können Sport und Produkte des Sports vermarkten als auch Sport als Medium von nicht- sport- bezogenen Produkten nutzen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Marketing & Kommunikation
	Marken- entwicklung	Können Organisationen und Athlet:innen im Sport zu einer Marke aufbauen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Marketing & Kommunikation
Kultur- manager:in	Kulturvermittlung	Können Kulturangebote im Hinblick auf Zielgruppen und Erlebnismilieus einordnen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Kulturwissenschaften
	Organisation	Können in unterschiedlichen kultur- betrieblichen Kontexten Angebote planen und durchführen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Kulturwissenschaften / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Strategie- entwicklung	Können Zusammen- hänge des Kultur- managements und der Kulturpolitik erkennen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement
	Budgetierung	Können Kultur- finanzierung im Spagat zwischen Sponsoring, öffentliche Förderungen und Eigenmittel analysieren und erstellen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften

	Marketing	Kennen die Instrumente des Marketingmix und können diese anwenden	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Angewandtes Marketing & Management/ Marketing & Kommunikation / Kulturmanagement
Tourismus- manager:in	Marketing	Können markenstrategische Ausrichtungen von Destinationen entwickeln Können Destination Branding entwickeln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus / Marketing & Kommunikation/ Angewandtes Marketing & Management
	Strategie- entwicklung	Können Kooperationen mit Sport- und Kultureinrichtungen eingehen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Sportmanagement / Angewandtes Marketing & Management / Marketing & Kommunikation
	Budgetierung	Können eigenständig Finanzpläne erstellen	Fachlich- wissenschaftlich	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
PR- und Presse- manager:in	Schnittstellen- management	Können proaktives und prozessuales Stakeholdermanagement in Projekten anwenden	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften / Sozialkompetenz/ Praxisprojekt / Projektmanagement
	Medienarbeit	Kennen die Instrumente der PR; können Presse- und Öffentlichkeitsarbeit planen und Maßnahmen zur Zielerreichung entwickeln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Medienkommunikation / Praxisprojekt / Sozialkompetenz

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2027/28	2027/2028	
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	6	6	
SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	76	79	Im VZ-Studium erfolgt innerhalb der angegebenen SWS ein Auslandssemester mit SWS der jeweiligen Partnerhochschulen.
ASWS (Gesamtsumme aller Sem.)	124,5	105,5	
ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180	180	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40	KW 40	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 5	KW 5	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 11	KW 11	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28	KW 28	
WS Wochen	15	15	
SS Wochen	15	15	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5. Semester		
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch/ Englisch	Deutsch/ Englisch	Der Anteil der englischsprachigen Lehrveranstaltungen beträgt bei vz 20,39 % und bei bb 23,42 % der SWS
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer je Semester, ECTS)	6. Semester 500 Stunden 20 ECTS	6. Semester 500 Stunden 20 ECTS	

2.2 Curriculumsmatrix

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Bachelorarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,2 SWS eingeplant, d.h., bei 75 Studierenden (50 vz/25 bb) ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 10 ASWS (vz) und 5 ASWS (bb), die im 6. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 134,5 ASWS (vz) und 110,5 ASWS (bb) über alle 6 Semester erreicht.

2.2.1 Curriculumsmatrix vollzeit

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.DIG.1	Digital Trends in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	2	1	2	30	DIG	3
vz.KUM1.1	Einführung in das Kulturmanagement	ILV			2	1	2	30	KUM1	3
vz.KUW1.1	Einführung in die Kulturwissenschaften	ILV			2	1	2	30	KUW1	3
vz.MED.1	Medienkommunikation	ILV			2	2	4	60	MED	3
vz.SPM1.1	Einführung in das Sportmanagement	ILV			2	1	2	30	SPM1	3
vz.SPW1.1	Grundlagen der Sportwissenschaft	ILV			2	1	2	30	SPW1	3
vz.TKO.1	Teamwork & Kommunikation	ILV			1	3	3	45	TKO	1.5
vz.VAM1.1	Einführung in das Veranstaltungsmanagement	ILV			2	1	2	30	VAM1	3
vz.WIR.1	Einführung BWL	ILV			2	1	2	30	WIR	3
vz.WIR.2	Einführung Rechnungswesen	ILV			2	1	2	30	WIR	3
vz.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	ILV			1	1	1	15	WIS	1.5
Summenzeile:					20		24	360		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					300					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.ELE1.1	Elective in SKVM I	ILV			1	4	4	60	ELE1	2
vz.KUM2.1	Kulturfinanzierung	ILV			2	1	2	30	KUM2	3
vz.KUW2.1	Kultur, Medien & internationale Beziehungen	ILV			2	1	2	30	KUW2	3
vz.MAK.1	Marketing	ILV			2	1	2	30	MAK	3
vz.RIM.1	Risikomanagement	SE			2	2	4	60	RIM	4
vz.SPM2.1	Sportmarketing	ILV			2	1	2	30	SPM2	3
vz.SPW2.1	Sport & Gesundheit	ILV			2	1	2	30	SPW2	3
vz.VAM2.1	Strategisches Veranstaltungsmanagement	ILV			2	1	2	30	VAM2	3
vz.VAR.1	Veranstaltungsrecht	ILV			2	1	2	30	VAR	3
vz.WIR.3	Einführung VWL	ILV			2	1	2	30	WIR	3
Summenzeile:					19		24	360		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					285					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.MET.1	Qualitative Research Methods (E)	ILV		X	1.5	2	3.0	45.0	MET	2
vz.AMP.1	Angewandte Marketingplanung	UE			1	2	2	30	AMP	2
vz.ARS.1	Area Studies (E)	ILV		X	1	1	1	15	ARS	1.5
vz.EVI.1	Eventinszenierung	ILV			1	1	1	15	EVI	1.5
vz.EVS.1	Event Sciences (E)	SE		X	2	1	2	30	EVS	4
vz.FRS.1	Fremdsprache I	ILV			4	2	8	120	FRS	6
vz.KUM3.1	Kulturvermittlung & Wertschöpfung	ILV			2	1	2	30	KUM3	3
vz.PRA1.1	Praxisprojekt I	PT			2	6	12	180	PRA1	4
vz.PRO.1	Project Management (E)	ILV		X	2	1	2	30	PRO	3
vz.SPM3.1	Sports Development & Governance (E)	ILV		X	2	1	2	30	SPM3	3
Summenzeile:					18.5		35.0	525.0		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					277.5					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.ELE2.1	Elective in SKVM II	ILV			1	4	4	60	ELE2	2
vz.GAI.1	Generative AI in SCEM (E)	SE		X	1	1	1	15	GAI	2
vz.GSB.1	Global Sports Business (E)	ILV		X	2	1	2	30	GSB	3
vz.MET.2	Quantitative Forschungsmethodik	ILV			1.5	2	3.0	45.0	MET	2
vz.PRA2.1	Praxisprojekt II	PT			2	6	12	180	PRA2	4
vz.PVT.1	Präsentations- & Verhandlungstechniken	UE			1.5	3	4.5	67.5	PVT	3
vz.SOC.1	Sports & Cultural Sociology (E)	ILV		X	2	1	2	30	SOC	3
vz.STO.1	Storytelling	ILV			1	2	2	30	STO	2
vz.TOU.1	Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus	ILV			2	1	2	30	TOU	3
zv.FRS.2	Fremdsprache II	ILV			4	2	8	120	FRS	6
Summenzeile:					18.0		40.5	607.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					270.0					

5. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.AUS.1	Current Issues in Sports, Culture & Event Management	VO			0	1	0	0	AUS	2
vz.AUS.2	Business Studies	ILV			0	1	0	0	AUS	6
vz.AUS.3	Elective: Sports, Culture & Event Management	ILV			0	1	0	0	AUS	16
vz.AUS.4	Language & Area Studies	ILV			0	1	0	0	AUS	6
Summenzeile:					0		0	0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					0					

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.BER.1	Berufspraktikum	BPR			0	1	0	0	BER	20
vz.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar	SE			0.5	2	1.0	15.0	WIS	4
vz.WIS.3	Bachelorarbeit	SE			0	1	0	0	WIS	6
Summenzeile:					0.5		1.0	15.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					7.5					

Abkürzungen

E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund
WP	Wahlpflichtfach

Zusammenfassung der Curriculumsdaten vollzeit

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	76	124.5	1867.5	180
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	39	48	720	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	36.5	75.5	1132.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr	0.5	1	15	60
Summe technische Veranstaltungen über alle				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Fachlehrveranstaltungen über alle Semester	15.5			24.5
Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen über alle Semester (Berechnung ohne Sprachlehrveranstaltungen)	20.39 %			13.61 %

2.2.2 Curriculumsmatrix berufsbegleitend

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.GAI.1	Generative AI in SCEM (E)	SE		X	1	1	1	15	GAI	2
bb.KUW1.1	Einführung in die Kulturwissenschaften	ILV			2	1	2	30	KUW1	4
bb.SPW1.1	Grundlagen der Sportwissenschaft	ILV			2	1	2	30	SPW1	4
bb.TKO.1	Teamwork & Kommunikation	ILV			1	2	2	30	TKO	2
bb.VAR.1	Veranstaltungsrecht	ILV			2	1	2	30	VAR	4
bb.WIR.1	Einführung BWL	ILV			2	1	2	30	WIR	4
bb.WIR.2	Einführung VWL	ILV			2	1	2	30	WIR	4
bb.WIR.3	Einführung Rechnungswesen	ILV			2	1	2	30	WIR	4
bb.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	ILV			1	1	1	15	WIS	2
Summenzeile:					15		16	240		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					225					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.DIG.1	Digital Trends in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	2	1	2	30	DIG	3
bb.KUM1.1	Einführung in das Kulturmanagement	ILV			2	1	2	30	KUM1	4
bb.KUW.2	Kultur, Medien & internationale Beziehungen	ILV			2	1	2	30	KUW2	4
bb.MAK.1	Marketing	ILV			2	1	2	30	MAK	3
bb.MET.1	Qualitative Research Methods (E)	ILV		X	1.5	1	1.5	22.5	MET	3
bb.SPM1.1	Einführung in das Sportmanagement	ILV			2	1	2	30	SPM1	4
bb.SPW2.1	Sport & Gesundheit	ILV			2	1	2	30	SPW2	4
bb.STO.1	Storytelling	ILV			1	1	1	15	STO	2
bb.VAM1.1	Einführung in das Veranstaltungsmanagement	ILV			2	1	2	30	VAM1	3
Summenzeile:					16.5		16.5	247.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					247.5					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.ELE1.1	Elective in SKVM I	ILV			1	3	3	45	ELE1	2
bb.FRS.1	Business English I	ILV			4	2	8	120	FRS	6
bb.GSB.1	Global Sports Business (E)	ILV		X	2	1	2	30	GSB	4
bb.KUM2.1	Kulturfinanzierung	ILV			2	1	2	30	KUM2	4
bb.MED.1	Medienkommunikation	ILV			2	2	4	60	MED	3
bb.SPM2.1	Sportmarketing	ILV			2	1	2	30	SPM2	4
bb.STR.1	Study Trip (E)	ILV		X	2	1	2	30	STR	3
bb.VAM2.1	Strategisches Veranstaltungsmanagement	ILV			2	1	2	30	VAM2	4
Summenzeile:					17		25	375		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					255					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.AMP.1	Angewandte Marketingplanung	UE			1	1	1	15	AMP	2
bb.EVS.1	Event Sciences (E)	SE		X	2	1	2	30	EVS	5
bb.FRS.2	Business English II	ILV			4	2	8	120	FRS	6
bb.KUM3.1	Kulturvermittlung & Wertschöpfung	ILV			2	1	2	30	KUM3	4
bb.PRA1.1	Praxisprojekt I	PT			2	3.5	7.0	105.0	PRA1	4
bb.PRO.1	Project Management (E)	PT		X	2	1	2	30	PRO	5
bb.RIM.1	Risikomanagement	SE			2	1	2	30	RIM	4
Summenzeile:					15		24.0	360.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					225					

5. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.ELE2.1	Elective in SKVM II	ILV			1	3	3	45	ELE2	2
bb.EVI.1	Eventinszenierung	ILV			1	1	1	15	EVI	2
bb.MET.2	Quantitative Forschungsmethodik	ILV			1.5	1	1.5	22.5	MET	3
bb.PRA2.1	Praxisprojekt II	PT			2	3.5	7.0	105.0	PRA2	4
bb.PVT.1	Präsentations- & Verhandlungstechniken	UE			1.5	2	3.0	45.0	PVT	3
bb.SOC.1	Sports & Cultural Sociology (E)	ILV		X	2	1	2	30	SOC	4
bb.SPM3.1	Sports Development & Governance (E)	ILV		X	2	1	2	30	SPM3	4
bb.TOU.1	Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus	ILV			2	1	2	30	TOU	4
bb.VEN.1	Sports, Culture & Business Venues (E)	SE		X	2	1	2	30	VEN	4
Summenzeile:					15.0		23.5	352.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					225.0					

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.BER.1	Berufspraktikum	BPR			0	1	0	0	BER	20
bb.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar	SE			0.5	1	0.5	7.5	WIS	4
bb.WIS.3	Bachelorarbeit	SE			0	1	0	0	WIS	6
Summenzeile:					0.5		0.5	7.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					7.5					

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

Zusammenfassung der Curriculumsdaten berufsbegleitend

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	79	105.5	1582.5	180
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31.5	32.5	487.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	32	49	735	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr	15.5	24	360	60
Summe technische Veranstaltungen über alle				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Fachlehrveranstaltungen über alle Semester	18.5			37
Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen über alle Semester (Berechnung ohne Sprachlehrveranstaltungen)	23.42 %			20.56 %

2.3 Modularisierung

2.3.1 Modulbeschreibungen vollzeit

Modulnummer:	Digital Trends in Sports, Culture & Events	Umfang:	
DIG		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Desbordes, M. (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. New York, NY: Routledge. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2017). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Ronchi, A. M. (2009). eCulture: Cultural Content in the Digital Age. Berlin/ Heidelberg: Springer. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika der Digitalisierung des Sports und seines Umfelds sowie der Veranstaltungsbranche. - verstehen aktuelle Entwicklungen, Zusammenhänge, Konzepte und die korrespondierenden empirischen Befunde und können diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport und Veranstaltungsmanagement reflektieren. - erkennen die Chancen digitaler Anwendungen für Audience Development und Kulturvermittlung und hinterfragen Konsequenzen der Digitalisierung für die Rezeption und Verbreitung von Kulturangeboten. - sind damit in der Lage, Entwicklungen in den jeweiligen Praxisfeldern umfassend und kritisch zu beurteilen und entsprechend Veränderungsprozesse einzuleiten. - analysieren komplexe Zusammenhänge, kennen zentrale Methoden und entwickeln theoriegestützte Problemlösungskompetenzen. - kennen die aktuellen digitalen Tools für Veranstaltungen und wissen diese entsprechend einzusetzen. - wissen wie digitale Veranstaltungen emotional berührend umgesetzt werden können.		
Lehrinhalte	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Digitalisierung der Sportindustrie wird behandelt. Insbesondere stehen die digitale Inszenierung des Sports, die digitale Interaktion und somit Pluralisierung von Kommunikationskanälen mit dem Sportkonsumenten und die Produktion neuer digitaler Sportprodukte im Fokus. Darüber hinaus wird thematisiert, wie die digitale Infrastruktur und digitale Plattform das Wettbewerbsumfeld des Sports beeinflusst. Im Kontext des Kulturmanagements werden die Konsequenzen der Digitalisierung für fiktionale Vorstellungswelten in Kunst und Kultur skizziert. Beispiele aus den Bereichen Virtual Reality und Social Media zeigen die Potenziale digitaler Technologien für das Erleben von Kulturangeboten und die Entstehung neuer Publika auf. Diskutiert wird aber auch der Verlust kultureller Diversität durch die Algorithmisierung von Wissen und kulturellem Gedächtnis. Außerdem setzt sich der Kurs mit der Digitalisierung auf den Veranstaltungsbereich auseinander. Besonderer Fokus liegt hierbei auf den Auswirkungen digitaler Technologien auf bestehende und neue Eventformate und auf die Erlebniswelt der Besucher sowie auf die Eventplanungsbereiche Marketing, Sicherheit, Infrastruktur und Eventevaluierung.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement I	Umfang:	
KUM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Crückeberg, J., Heinicke, J., Kalbhenn, J.C., Lohbeck, K., Mohr, H., Landau-Donnelly, F. (2024): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden : Springer Heinrichs, W. (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus (dritte, vollständig überarbeitete Auflage) Dätsch, C. (Hg.) (2018): Kulturelle Übersetzer. Kunst und Kulturmanagement in transkulturellem Kontext. transcript Hoppe, B. / Heinze, T. (2015): Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge Pöhlmann, L., Herrmann, C. (Hg.) (2019). Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements Teissl, V. (2021): Besonderheiten im Theaterarbeitsrecht (Buchrezension), in: Kulturmanagement Network, online https://www.kulturmanagement.net/Themen/Buchrezension-Besonderheiten-im-Theaterarbeitsrecht,4319		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Strukturen des Kunst- und Kultursektors und können die Besonderheiten des professionellen non-profit Management von gewinnorientierten Managementhandlungen einordnen und auf den Kulturbetrieb anwenden. • können die Entwicklungsgeschichte, Rahmenbedingungen, Gemeinwohlorientierung und ihre Rollen in Gesellschaften erläutern und an Beispielen darstellen. • sind in der Lage, die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungstendenzen des Kulturbetriebs zu identifizieren und verstehen den Einfluss von Kulturangeboten auf Gesellschaften. • können ethische Herausforderungen des Kulturmanagements erkennen und kritisch reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> In der Einführung in das Kulturmanagement steht der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Dies umfasst produzierende, vermittelnde, verwertende und bewahrende Institutionen sowie deren Ziele und Zwecke nach dem Drei-Sektoren-Modell. Es werden die kulturbetriebsspezifischen Aufgaben wie Urheberrechtsregelungen, Berufe und Arbeitsbedingungen vorgestellt sowie die Rolle von Interessensvertretungen und das einflussreiche Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik. Schließlich wird in das Handlungsfeld der Digitalisierung im Kulturbetrieb und in ethische Handlungsreferenzen wie die Menschenrechte eingeführt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften I	Umfang:	
KUW1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Assmann, A. (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. 4. Auflage. ESV Schmidt Assmann, A. (2018): Der europäische Traum. Vier Lehren aus der Geschichte. C.H.Beck Bachmann-Medick, D. (2006). Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Rowohlt. Reichardt, Ulfried (2010): Globalisierung. Literaturen und Kulturen des Globalen. Akademie Verlag. Seidler, A. / Böhn, A. (2014): Mediengeschichte. Narr Francke Verlag Stalder, F. (2016): Kultur der Digitalität. Suhrkamp		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen in ihrer Vielgestaltigkeit und Abhängigkeit vom jeweiligen Erkenntnisinteresse sowie der Sprecher:innenposition. • erkennen zentrale Paradigmen kultureller, transkultureller, gesellschaftlicher und medialer Entwicklungen und sind in der Lage, wesentliche Paradigmenwechsel zu identifizieren und zu benennen. • vermögen die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte zu beschreiben, Einflüsse aus der Medienentwicklung zu bestimmen und deren Entwicklungsimpulse zeitlich zu verorten. • erkennen historische Zusammenhänge und können Kulturen in ihrem geschichtlichen Gewordensein einordnen. • sind in der Lage, Mechanismen der Bedeutungsproduktion in unterschiedlichen kulturellen Kontexten und Zeichensystemen nachzuvollziehen und ihren Einfluss auf gesellschaftliche Wirklichkeit kritisch zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Kulturwissenschaft I führt in die Grundlagen kulturwissenschaftlicher Kontexte ein und stellt darin einen Referenzrahmen für Kulturmanagement her. Das Seminar bietet eine grundlegende Einführung in zentrale Konzepte, historische Entwicklungen und methodische Zugänge der Kulturwissenschaften. Im Zentrum steht die Auseinandersetzung mit dem Kulturbegriff in seiner Vielschichtigkeit und Wandelbarkeit: von klassischen Definitionen bis hin zu aktuellen, dekolonialen Perspektiven. Neben einer Einführung in die Kulturgeschichte und die Analyse kultureller Praktiken werden grundlegende Methoden wie die Diskursanalyse und die Semiotik behandelt, die es ermöglichen, kulturelle Bedeutungsproduktion systematisch zu untersuchen. Zudem wird das Feld der Erinnerungskultur als zentrales Aushandlungsfeld für kulturelle Identitätsfragen vorgestellt und mit all seinen gesellschaftlichen und politischen Implikationen diskutiert. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Fragen der Medialität: Wie prägen Medien unsere kulturellen Vorstellungen und wie verändern sie die Art und Weise, wie Kultur vermittelt und erinnert wird – insbesondere im Zeitalter der künstlichen Intelligenz? Das Seminar kombiniert in jedem Teilbereich theoretische Lektüre mit der Analyse konkreter Fallbeispiele aus Literatur, Film, Kunst, Popkultur und Alltagspraktiken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Medienkommunikation	Umfang:	
MED		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Baecker, D. (2008): Kommunikation. Reclam. Burkart, R. & Hömberg, W. (2015): Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press. Merten, K. (2010): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Lit-Verlag. Schmidt, A. (2018): Medien und Medienkommunikation. Nomos. Sutter, T. (2012): Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien. Campus Verlag. Kokoschka, V. (2025) Nachhaltigkeit in der Medienkommunikation: Ethische Anforderungen und Praktische Lösungsansätze. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft		
Kompetenzerwerb	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut. • sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich der analogen und digitalen PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten. • können sich kritisch und selbstkritisch ausdrücken.		
Lehrinhalte	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseausendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet. Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen. Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen. Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Sportmanagement I	Umfang:	
SPM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Güllich, A., & M. Krüger, M. (2021), Sport in Kultur und Gesellschaft. Springer. Bruhn, M., & Rohlmann, P. (2022). Sportmarketing. Grundlagen–Strategien–Instrumente. Springer. Daumann, F. (2019). Grundlagen der Sportökonomie. UVK. Horch, H. D., Schubert, M., & Walzel, S. (2024). Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Wiesbaden: Springer Kennedy, H., Gonzales, J., & Pegoraro, A. (2022). Routledge Handbook of Sport Fans and Fandom. Routledge. Schütte, N. (2021). Grundwissen Sportmanagement. UTB.		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über fundiertes Wissen zu den Besonderheiten des Sportmarkts sowie zu seinen zentralen Akteur:innen und Gütern. • verstehen grundlegende Sektoren, Konzepte und Theorien des Sportmanagements und können diese unter Rückgriff auf einschlägige empirische Befunde erläutern und kritisch reflektieren. • sind in der Lage, die verschiedenen Bereiche und Sektoren des Sportmanagements miteinander in Beziehung zu setzen und übergreifende Fragestellungen im Handlungsfeld Sport zu bearbeiten. • entwickeln zentrale kognitive Kompetenzen sowie ihre Entscheidungs- und Problemlösungsfähigkeiten weiter.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Grundlegende Konzepte und Theorien des Sportmanagements werden behandelt. Dies umfasst eine Einführung in das Umfeld des Sportmanagements, der Vergleich verschiedener Sportsysteme, Grundlagen der Organisationskultur, des strategischen Managements und Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen. Auch zentrale Aspekte des Sportmarketings, des Sportevent-Managements sowie des Sporttourismus werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Sportwissenschaften I	Umfang:	
SPW1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Beinert, K., Brauner, T. & Müller, J. (2021). Sportwissenschaft. München: Urban & Fischer. Krüger, M. & Emrich, E. (2022). Die Wissenschaft vom Sport. In: Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium (Hrsg. Güllich, A. & Krüger, M.) . 2. Aufl. Berlin: Springer. Behringer, W. (2012). Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert. München: C.H. Beck. Weiß, O. & Norden, G. (2013). Einführung in die Sportsoziologie. Münster: Waxmann. Amelung, V., Busse, R., Dierks, M., Kolip, P. & Leidl, R. (2022). Public Health. 4. Aufl. München: Urban & Fischer. Jansen, P. & Roth, R. (2025). Nachhaltigkeit im Sport. Berlin: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über Kenntnisse als auch über relevante Fertigkeiten und Kompetenzen, um Lösungen für fachspezifische Fragen der Sportwissenschaft zu erarbeiten und umzusetzen. • wissen um die historische Entwicklung von Bewegungskultur sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung. • kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft. • können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportgeschichte, Sportsoziologie, Sportökologie und Sportbiologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. • entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.		
Lehrinhalte	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Soziologie, Ökologie und des Gesundheitssports (Public Health) werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel von Individuum und Gesellschaft im Sport und dessen Bedeutung für sportliches Handeln und sportliche Strukturen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Teamwork & Kommunikation	Umfang:	
TKO		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Dick, Rolf van & West, Michael A. (2013): Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung (mit Arbeitsmaterialien und Fallbeispielen); Göttingen Wien (u.a.), Hogrefe Kriz, W. C. & Nöbauer, B. (2008): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm Mandal, M. (2022). Team Building and Appreciative Inquiry in Research and Development Teams. Vision, 29(3), 304-325. https://doi.org/10.1177/09722629211063528 (Original work published 2025)		
Kompetenzerwerb	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Teilnehmer:innen: • können zwischen verschiedenen Teamphasen unterscheiden. • sind in der Lage, vorherrschende Problemstrukturen zu erkennen und können anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen analysieren. • berücksichtigen dabei spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab, insbesondere unter dem Aspekt des Work-Life-Managements. • bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentationen darstellen und gruppenweise umsetzen. • können konstruktiv mit Feedback und Kritik umgehen und sind in der Lage, Stärken und Schwächen zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indooranteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgsparemetern. Outdooranteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement I	Umfang:	
VAM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Bowdin, G. A.J., Allen, J., O 'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2023). Events Management. Butterworth-Heinemann, Oxford. Jäger, D. (2018). Grundwissen Eventmanagement (3., überarbeitete und erweiterte Auflage). UVK Verlag, München.		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation. • kennen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzpte erstellen. • kennen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. • werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. • können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden. • reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie in der Lage sind, eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vorzunehmen. • gewinnen dabei ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet. Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt. Die Phasen der Eventorganisation und -konzeption werden gezeigt. Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt. Konzepte für Businesssevents werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	Umfang:	
WIR		9	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Blanchard, O. (2021): Makroökonomie. 8. Auflage. Pearson. Mankiw, N.G. (2021): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 8. Auflage. Schäffer-Poeschel. Münter, M.T. (2025), Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten. UTB GmbH Natrop, J. (2016). Grundzüge der angewandten Mikroökonomie. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. Deutschland GmbH. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Mikroökonomie. Pearson Deutschland GmbH Varian, H. R. (2016). Grundzüge der Mikroökonomik. 9. Auflage. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. Deutschland GmbH. Erweiterte Literatur: Kahneman, D. (2012). Schnelles Denken, langsames Denken. Siedler Verlag. Rifkin, J. (2016). Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus. Campus Verlag. Thiel, P., & Masters, B. (2015). Zero to one: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet. Campus Verlag. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J. (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 8. Aufl. Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K./ et. Al. (2023): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10. Aufl. Schauer, R. (2024): Betriebswirtschaftslehre, 8. Auflage. Linde Verlag, Wien. Schweitzer, M./ Baumeister, A. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl. Hutzschenreuter, T. (2022): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl. Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 286. Aufl. Weber, W./ Kabst, R./ Baum, M. (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u>		

	Auer, K. (2020): Buchhaltung + Jahresabschluss: erstellen – verstehen - analysieren, Wien, Verlag Auer & Partner Consulting KG Breidenbach, K., & Währisch, M. (2021): Buchhaltung und Jahresabschluss, 5. Aufl. Buchholz, L./ Gerhards, R. (2016): Internes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Betriebsstatistik und Planungsrechnung Coenenberg, A.G./ Haller, A./ Et. Al. (2024): Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, 9. Aufl. Deimel, K./ Erdmann, G./ Isemann, R./ Müller, S. (2019): Kostenrechnung, Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker Exler, M. (2015): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Geirhofer, S./ Hebrank, C. (2016): Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement, 4. Aufl. Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2022): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 22. Auflage, Band I + Band II, Wien, facultas Verlag Olfert, K. (2017): Finanzierung, 17. Auflage, Herne, NWB Verlag Schauer, R (2024): Betriebswirtschaftslehre, 8. Auflage, Wien, Linde Verlag Schmidt, M., Auer, B., & Schmidt, P. (2012): Buchführung und Bilanzierung: Eine anwendungsorientierte Einführung Wedell, H./ Dilling, A.A. (2018): Grundlagen des Rechnungswesens, 16. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation
--	--

Literaturempfehlung	(ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)
Kompetenzerwerb	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • benennen die wesentlichen Komponenten eines Marktmodells und diskutieren das Marktgleichgewicht als Interaktion von Angebot und Nachfrage. • sind in der Lage, die Determinanten der Konsumentennachfrage zu erläutern und deren Reaktionen auf externe Faktoren, etwa Einkommensänderungen, zu erklären. • analysieren Potenziale und Grenzen von Marktmodellen anhand realer Märkte (z. B. Wohnungs- oder Arbeitsmarkt) und erweitern abstrakte Modelle um realitätsnähere Annahmen. • sind in der Lage, Produktionsentscheidungen von Unternehmen nachzuvollziehen und den Einfluss unterschiedlicher Marktformen auf die Preissetzung zu interpretieren. • untersuchen aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen mithilfe ökonomischer Modelle und bewerten diese kritisch. • beschreiben die zentralen Komponenten und Institutionen einer Volkswirtschaft und erläutern deren Funktionsweise. • sind in der Lage, makroökonomische Kennzahlen wie Bruttoinlandsprodukt oder Konsumentenpreisindex zu definieren und inhaltlich einzuordnen. • recherchieren eigenständig Indikatoren für Wirtschaftswachstum und Inflation und stellen aktuelle Entwicklungen strukturiert dar.
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche. • kennen die Grundlagen des Marketings. • kennen die Grundlagen des Personalmanagements. • kennen den Aufbau eines Betriebs und typische betriebliche Prozesse und sind mit den grundsätzlichen konstitutiven Faktoren eines Betriebs vertraut. • erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen. • können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe klar voneinander abgrenzen. • kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen. • sind in der Lage, ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden. • können Lösungsansätze professionell zu präsentieren. • sind in der Lage, diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden.
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Grundlagen einer Abbildung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im System des Rechnungswesens. • kennen und verstehen die Grundbegriffe und Teilgebiete des Rechnungswesens. • verstehen die Technik und den inneren Aufbau der doppelten Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems. • können den Aufbau einer Buchhaltung und die Merkmale unterschiedlicher Kontentypen beurteilen. • können einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen. • erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und GuV. • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung). • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand voneinander abgrenzen. • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären. • kennen die Systeme der Kostenrechnung (Teil- und Vollkostenrechnung). • sind in der Lage, die Grundlagen der Finanzierung zu kennen. • sind in der Lage, einfache Finanzplanungen durchzuführen sowie Finanzierungsangebote kritisch zu prüfen. • sind in der Lage, alternative Formen der Finanzierung zu kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.
Lehrinhalte	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u>

	Kernthemen: • Ökonomisches Denken und Marginalanalyse • Effiziente Allokation von knappen Ressourcen • Marktmodell und Marktgleichgewicht • Makroökonomische Größen (BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit) und die Zusammenhänge Ausgewählte volkswirtschaftliche Themenstellungen: • Elastizität und Wohlfahrt • Kostenfunktionen und optimale Unternehmensproduktion • Preissetzung und Marktformen • Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen: Konjunktur • Geld, die EZB und Inflation • Langfristiges Wirtschaftswachstum • Internationale Beziehungen und Handel
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL

Lehrinhalte	Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften: • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Betriebliche Funktionsbereiche • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Grundlagen Management und Ethik • Grundlagen Personal und Organisation • Grundlagen Marketing Grundlagen: • der Konstitutiven Unternehmensentscheidungen wie Rechtsformen, Standortentscheidung, Arten von Unternehmenszusammenschlüssen/ Fusionen und Wahl des Geschäftsfeldes • der Funktionalen Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing • der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Funktionen (Wertschöpfungsarchitektur und -struktur) • des markt-, prozess-, und strategienorientierten Managements • Analyse und Auswertung von Fallstudien • Betriebswirtschaftliche Spezifika im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Externes Rechnungswesen: • Gliederung des Rechnungswesens • Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens: Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe • System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz • System der doppelten Buchführung: Buchung von Geschäftsfällen in Bestands- und Erfolgskonten • Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen, Umsatzsteuer etc.) • Prinzip der Periodenreinheit und Rechnungsabgrenzungsposten Internes Rechnungswesen: • Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung • Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung: Aufgaben, Komponenten und Teilbereiche • Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger) • Deckungsbeitragsrechnung Bezug zu Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement: • Grundlagen Finanzwesen (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung) • Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung • Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und Finanzwesens • Fallbeispiele
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen <u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen <u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur <u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur <u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur

Modulnummer:	Wissenschaftliches Arbeiten	Umfang:	
WIS		11.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	6. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Berger-Grabner, D. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele (4., überarb. und erw. Aufl.). Springer Gabler Betsch, T. (2022). Science matters - wissenschaftlich statt querdenken. Springer. Burk, V., & Fahrner, M. (2020). Sportwissenschaft: Themenfelder, Theorien und Methoden (3. Auflage). UTB. Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. UTB. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. 5. Auflage. UTB.		
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social Research Methods, 4th Edition. Oxford: Oxford University Press Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB).		
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: vz.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social Research Methods, 4th Edition. Oxford: Oxford University Press Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB).		
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben ein grundlegendes Verständnis wissenschaftlichen Arbeitens. • kennen zentrale Konzepte, Theorien und empirische Befunde der Wissenschaftstheorie sowie Verfahren der Wissensgenerierung und -darstellung. • sind in der Lage, diese theoretischen Grundlagen auf wissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden und in Bezug auf ihre spätere berufliche Praxis kritisch zu reflektieren. • können fachwissenschaftliche Texte analysieren, in ihren eigenen Wissensbestand integrieren und zur Entwicklung adressatengerechter Handlungskonzepte nutzen. • entwickeln die Fähigkeit, interdisziplinäre Fragestellungen zu erkennen, zu bearbeiten und deren Lösungen strukturiert und zielgerichtet zu präsentieren.		
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung. • vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. • erweitern ihre Selbstorganisation, stärken ihr Zeitmanagement, vertiefen ihre Recherchefähigkeiten und verbessern ihre Ausdrucksfähigkeit.		
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: vz.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig zu bearbeiten. • können das ausgewählte Thema mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, überprüfen und kritisch reflektieren. • wenden eigenständig relevante Forschungstechniken an, um fundierte Ergebnisse zu erzielen.
Lehrinhalte	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Veranstaltung führt in das wissenschaftliche Arbeiten ein und vermittelt Hintergrund- und Praxiswissen zur Erstellung von Seminararbeiten. Die Studierenden erwerben ein Verständnis und

Lehrinhalte	praktische Kompetenzen für die Recherche, Beschaffung und Beurteilung wissenschaftlicher Literatur sowie die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte. Darüber hinaus entwickeln Sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: vz.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Die Bachelorarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit, die sich auf die Themenbereiche und Spezialisierungen des Bachelorstudiums bezieht. Die Studierenden bearbeiten eine eigenständig entwickelte Fragestellung auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden und unter Verwendung korrekt zitierter Quellen. Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Arbeit betreut. Die Auswahl des Themas, die Strukturierung der Arbeit und die Zeitplanung sollen eigenständig erfolgen, insbesondere durch kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Die Betreuung gibt Hilfestellung, unterstützt bei methodischen Fragen und diskutiert Aspekte der wissenschaftlichen Vorgehensweise, der formalen Gestaltung sowie des Zeitmanagements.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: vz.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Teilnahme
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: vz.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Bachelorarbeit

Modulnummer:	Elective I	Umfang:	
ELE1		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: vz.ELE1.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page, S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge Kruyen, P., André, S., Heijden, B. van der, & Edward Elgar Publishing. (2024). Maintaining a Sustainable Work-Life Balance: An Interdisciplinary Path to a Better Future (First edition). Northampton: Edward Elgar Publishing.		
Kompetenzerwerb	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: vz.ELE1.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. • können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. • kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. • können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: vz.ELE1.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Work-Life-Management • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: vz.ELE1.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: vz.ELE1.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement II	Umfang:	
KUM2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bartelt, D., Kreßner, T., Sterblich, U., & Theil, A. (2015). Das Crowdfunding-Handbuch. Ideen gemeinsam finanzieren. Orange Press. Birnkraut, G. (2024). Evaluation im Kulturbetrieb. Werteorientierung, Wirkungsmessung, Impact. VS Verlag. Frohne, J., Nowidat-Altman, B., & Scheytt, O. (2015). Kultursponsoring. Leitfaden für kreative Allianzen. Springer VS. Gerlach-March, R., & Pöhlmann, L. (2019). Kulturfinanzierung. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. VS Verlag. Hausmann, A., & Liegel, A. (Hg.). (2018). Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur. Rahmenbedingungen, Akteure und Management. Transcript. Heinze, T. (2009). Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. 4. Auflage. VS Verlag. Höhne, S., Teissl, V., & Tröndle, M. (2015). Zeitschrift für Kulturmanagement: Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Transcript. Hoppe, B.M., & Heinze, T. (2016). Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. VS Verlag. Jansen, Isabel (2020). Crowdfunding ist Networking. In C. Holst (Hg.), Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor (S. 159-168). Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erhalten fundierten Einblick in Zusammenhänge und Strategien der Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung, Sponsoring und Crowdfunding. • sind in der Lage, die verschiedenen Finanzierungsmodelle in ihren Grundsätzen zu unterscheiden, sie in sektoren- und spartenspezifische Kontexte einzuordnen und in ihrem jeweiligen Gesamtzusammenhang darzustellen. • verfügen über die Fähigkeit, die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen differenziert zu erläutern und in der Praxis anzuwenden. • sind darüber hinaus mit den Grundzügen von Evaluationsinstrumenten wie Methoden der Impactmessung vertraut und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen im Hinblick auf die Evaluation von Förderungen zu diskutieren und argumentieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Kulturfinanzierung ist ein zentrales Aufgabenfeld, da sie kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts signifikanter Budgetkürzungen öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit, einer wachsenden Angebotsdichte im analogen wie im digitalen Raum sowie sich wandelnder Publika mit der einhergehenden Notwendigkeit der Konzeption neuer Programmformate zählt die Kenntnis unterschiedlicher Modelle und Strategien der Kulturfinanzierung zu den Kernkompetenzen von Kulturmanager:innen. Um dem komplexen Gegenstandsbereich der Kulturfinanzierung gerecht zu werden, wird er im Seminar auf zwei Ebenen betrachtet: Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und der Erwerb praktischer Fähigkeiten im Hinblick auf Finanzierungsakquise und deren Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen und Verfahrensstandards der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring, Crowdfunding und anderer alternativer Finanzierungsformen als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Auf der ideellen und ideologischen Metaebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend und werden konstitutiv in die Semindiskussion einbezogen, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft erfordert sowohl eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme als auch die Vermittlung eines Verständnisses für die Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften II	Umfang:	
KUW2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Breidenbach, J. / Zukriegel, I. (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo Hall, S. (2021): Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Argument Verlag Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB Yousefi, Hamid Reza (2014): Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation. UTB Föhl, P. & Wolfram, G. (2021): Transkultur. Eine kurze Einführung. Goethe Institut		
Kompetenzerwerb	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben vertiefte Kenntnisse aktueller kulturwissenschaftlicher Theorien und lernen, diese kritisch auf gesellschaftliche Praxisfelder wie Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden. • entwickeln ein differenziertes Verständnis dafür, wie kulturelle Bedeutungen in medialen, sozialen und institutionellen Kontexten entstehen, verhandelt und transformiert werden. • erweitern durch die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Theoriekonzepten auch aus dem Globalen Süden ihr analytisches Instrumentarium und schärfen ihre Fähigkeit, komplexe kulturelle Phänomene theoretisch fundiert zu reflektieren. • lernen, kulturwissenschaftliche Konzepte auf konkrete Fallbeispiele zu übertragen, kritisch zu hinterfragen und in interdisziplinären Zusammenhängen zu denken. • verstehen und reflektieren neben der Bedeutung von Sprache und Text auch die Rolle von Bildern, Memes und Deep Fakes in einem kulturwissenschaftlichen Kontext.		
Lehrinhalte	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Das Seminar Kulturwissenschaften II vertieft zentrale kulturwissenschaftliche Fragestellungen und Theorien mit einem besonderen Fokus auf ihre Relevanz für gegenwärtige gesellschaftliche Praktiken. Aufbauend auf den Grundlagen aus Kulturwissenschaft I widmet sich das Seminar aktuellen Theoriebildungen, die Kultur als multiperspektivisches und dynamisches Feld sozialer, medialer und ökonomischer Aushandlungsprozesse begreifen. Im Zentrum stehen dabei kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Praktiken des Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagements. Des Weiteren werden transkulturelle und globale Perspektiven berücksichtigt, besonders hinsichtlich ihrer medialen Vermittlung. Durch immer wieder erfolgende Brückenschläge zwischen theoretischen Überlegungen und konkreten Arbeitsfeldern werden kulturwissenschaftliche Konzepte auf ihre Tragfähigkeit in der Praxis hin gelesen und überprüft.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Projekt		

Modulnummer:	Marketing	Umfang:	
MAK		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2023): Marketing-Management, 16. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2024): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2024): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 16. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erkennen eine marktorientierte Unternehmensführung. • identifizieren Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing-Managements für Konsumgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes. • sind in der Lage, ausgewählte Instrumente des Marketing-Mix anzuwenden. • wenden das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie (in einer Kleingruppe) an und präsentieren die Ergebnisse professionell.		
Lehrinhalte	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Marketingstrategien, Marketingmix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Risikomanagement	Umfang:	
RIM		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Bardy, M. (2019). Crowd Management. In Veranstaltungssicherheit - Von der Praxis für die Praxis: Band 4: Kommunikation - Rettungstechnik und Sanitätsdienst - Crowdmanagement und Terrorismusvorbeugung (S. 25-61). Wien: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich. Event Safety Alliance. (2014). The Event Safety Guide. New York: Skyhorse Publishing. Festag, S. (2014). Umgang mit Risiken. Qualifizierung und Quantifizierung. Wien: Beuth Verlag. Helbing, D., & Mukerji, P. (25. 06 2012). Crowd disasters as systemic failures: analysis of the Love Parade disaster. Abrufbar von https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds7 Sports Grounds Safety Authority (2018). Guide to Safety at Sports Grounds		
Kompetenzerwerb	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die methodischen Grundlagen für die Erstellung eines Sicherheitskonzepts. • kennen die maßgeblichen Gefahrenquellen, die Einfluss auf die Besucher:innensicherheit bei Veranstaltungen nehmen. • können erläutern, wie Risikomanagement die Besucher:innensicherheit beeinflusst. • kennen das Verhalten von Menschen in Notfällen. • können Veranstaltungsbezogene Gefahrenquellen analysieren. • können Risikomanagement für Veranstaltungen anwenden. • können Risikobeurteilungen durchführen. • können präventive und reaktive Sicherheitsmaßnahmen entwickeln.		
Lehrinhalte	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> • Risikomanagement-System • Risikomanagement-Prozess: Schutzzieldefinition, Risikoidentifikation, Risikoanalyse, Risikobewertung, Möglichkeiten der Risikobewältigung • Risikokommunikation • Das menschliche Verhalten im Notfall (Herdenverhalten, Bewegungsmuster, Paniksituationen) • Methodische Grundlagen und Inhalte Sicherheitskonzeptes • Szenariobasierte und szenariounabhängige Maßnahmenplanung (Notfallplanung) einschließlich des zugehörigen Kommunikationskonzeptes • Fassungsvermögen von Veranstaltungsflächen: Berechnung von Flächenkapazitäten, Berechnung der benötigten Fluchtwegsbreiten, Einlassmanagement, Zirkulations- und Abstromplanung, Barrieren- und Barrikadenplanung • Informationsaufbereitung und -darstellung für Besucher:innen Eventspezifische Problematiken, einschließlich maßgeblicher Einflussfaktoren, werden mittels zahlreichen Fallbeispielen und Videos identifiziert, analysiert und Lösungsvorschläge zur zukünftigen Prävention erarbeitet. Den Abschluss der Lehrveranstaltung bildet ein Planspiel, in dem Situationen mit Notfall- und Krisenpotenzial simuliert werden. Durch das Erleben und Abarbeiten dieser Szenarien entwickeln Studierende die notwendigen Handlungs- und Lösungskompetenzen, um Notfälle während Veranstaltungen zu managen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportmanagement II	Umfang:	
		3	ECTS
SPM2			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bruhn, M., & Rohlmann, P. (2022). Sportmarketing: Grundlagen–Strategien–Instrumente. Springer Desbordes, M. & A. Richelieu (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. Routledge. Kennedy, H., Gonzales, J., & Pegoraro, A. (2022). Digital Sport Fandom. Routledge handbook of sport fans and fandom. Routledge. Horch, H. D., Schubert, M., & Walzel, S. (2024). Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Wiesbaden: Springer Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2022). Grundlagen des Marketing. Pearson. Uhrich, S. (2019). Teamsport Management: eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung. Springer. ork: Routledge. Grimmer, C. G. (Ed.). (2016). Der Einsatz Sozialer Medien im Sport: Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung. Springer-Verlag. Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2018). Strategic sport communication. Human Kinetics. Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). Sports marketing: A strategic perspective. London: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über grundlegendes Fachwissen zu den Spezifika des Marketings verschiedener Typen von Sportanbietern. • kennen zentrale Konzepte, Theorien und empirische Befunde des Sportmarketings, des Sportsponsorings sowie der Kommunikation im Sport und können diese kritisch reflektieren. • können Zusammenhänge zwischen dem Marketing im Sport und dem Marketing durch Sport erkennen und in Aufgabenstellungen anwenden. • entwickeln Lösungsansätze für praxisnahe Fragestellungen und können diese präsentieren. • vertiefen ihre Fähigkeiten, kritisch zu denken und sich entsprechend auszudrücken. • vertiefen außerdem ihre Teamwork-Fähigkeiten durch die Gruppenarbeit.		
Lehrinhalte	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Konzepte, Theorien und Befunde der Vermarktung von und durch Sport werden behandelt und reflektiert. Dies beinhaltet die Vermarktung an den Sportkonsumenten (Zuschauenden und Teilnehmende), die Positionierung, Marketingstrategie und den Marketingmix im/durch Sport sowie das Thema Sport und Marke. Auch die Möglichkeiten, Grenzen, Aktivierung im Sportsponsoring, Social Media Marketing, und Kommunikation sowie die neuen digitalen Entwicklungen im Sportmarketing werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportwissenschaften II	Umfang:	
SPW2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Mooren, F. (2022). Sportmedizin. München. Urban & Fischer. Hohmann, A., Lames, M. Letzelter, M. & Pfeifer, M. (2020). Einführung in die Trainingswissenschaft. 7. Aufl. Wiebelsheim: Limpert. Blasius, H. (2017). Doping im Sport. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft. Tomasits, J. & Haber, P. (2016). Leistungsphysiologie. Berlin: Springer. Weineck, J. (2019). Optimales Training. 17. Aufl. Balingen: Spitta.		
Kompetenzerwerb	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problemstellungen aus der Perspektive von Teildisziplinen der Sportwissenschaft analysieren und bearbeiten, wie auch Lösungen aus einer integrativen Sichtweise durch Vernetzung mit anderen Wissensgebieten erarbeiten. • entwickeln ein grundlegendes Verständnis in ausgewählten Teildisziplinen der Sportwissenschaft. • kennen die physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind und kennen die gesundheitlichen und sportlichen Konsequenzen von Doping sowie deren tiefgreifende Einwirkung auf die Gesellschaft. • können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. • entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.		
Lehrinhalte	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel trainingswissenschaftlicher Prozesse und physiologischer Strukturen und ihre Bedeutung für sportliche Bewegungen und das sportliche Training.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement II	Umfang:	
VAM2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Reic, I. (2016). Events Marketing Management: A consumer perspective. London: Routledge. Bowdin, G. A.J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2023). Events Management. Butterworth-Heinemann, Oxford. Ziakas, V. (2021). Crisis Management and recovery for events: impacts and strategies. Oxford: Goodfellwo Publisher Limited		
Kompetenzerwerb	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erfahren Kenntnisse über die Nachlaufphase der Eventorganisation sowie die theoretischen Grundlagen von Finanzrechnung und Budgetierung, Vermarktung von Events, Eventevaluierung, sowie Nachhaltigkeit von Events. • beherrschen somit das Wissen über die Prozesse und Inhalt aller drei Phasen der Eventorganisation und können umfassende Eventkonzepte erstellen und integrierte Eventmanagementtechniken und -werkzeuge anwenden. • sind dazu befähigt, Events, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. • sind mit den verschiedenen Wissensbereichen und Werkzeugen in Bezug auf Veranstaltungsmanagement und -marketing vertraut. • sind außerdem befähigt, Events zu beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anzuwenden. • haben einen kritischen Umgang mit relevanten Konzepten und Werkzeugen und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren und anzuwenden.		
Lehrinhalte	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Finanzrechnung und Budgetierung: Erstellung von Budget und Cash-Flow, Break-Even-Analyse Vermarktung von Events: Segmentierung, Zielgruppenansprache, Wettbewerbsanalyse, Positionierung, Marketing-mix (9Ps), Integrierte Marketingkommunikationsstrategie Nachlaufphase der Eventorganisation: Entwicklung der Nachlauf/Nachbereitungspläne in der Planungsphase Eventevaluierung: Zwecke, Gegenstand, Methoden und Phasen der Eventevaluierung Nachhaltigkeit: Begriffserklärung, Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung, Auswirkungen von Veranstaltungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt inkl. Auswirkungen auf die Infrastruktur in der Destination, die Einflüsse auf und Auswertungsmethoden der umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit von Veranstaltungen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Veranstaltungsrecht	Umfang:	
VAR		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Vögl, Klaus Christian (2019): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht Vertragsfragen, Jugendschutz& Steuern, Landes-gesetze, Veranstaltungsstätten & Baurecht, Arbeitsrecht, Public Viewing & Urheberrecht. Wien Lexis Nexis Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter die entsprechenden rechtlichen Bestimmungen zu subsumieren. • können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. • kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns. • sind in der Lage, gesellschaftsrechtliche Normen zu interpretieren und anhand von juristischen Beispielfällen zu analysieren und juristisch zu interpretieren.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Der Kurs setzt sich mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken auseinander. Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen. Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung. Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutzes, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Angewandte Marketingplanung	Umfang:	
AMP		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2022): Grundlagen des Marketing, 86. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2023): Marketing-Management, 16. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2024): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 43. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2024): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 16. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente (z.B. Marktsegmentierung, Positionierung, Targeting, Marketingmix) in Realsituationen anwenden. • sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen (d.h. konkrete Vorschläge für Problemstellungen aus der Marketingpraxis) umzusetzen. • können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. • sind in der Lage, selbständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen. • sind in der Lage, im Team Fallstudien aus der Marketingpraxis kritisch zu analysieren und einen gemeinsamen Lösungsweg zu finden. • sind in der Lage, komplexe Sachverhalte klar und verständlich vor Publikum zu präsentieren und das Publikum mit ihren Vorschlägen zu begeistern.		
Lehrinhalte	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Trends im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Produkt- und Dienstleistungsmarketings, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und Marketing- und Projektablaufe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Area Studies	Umfang:	
ARS		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Area Studies (E) /ILV / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Study Abroad, EducationDynamics, LLC, (online) http://www.studyabroad.com (Accessed: May 22, 2025) Thomas, D., Inkson, K., 2017. Cultural Intelligence. Berrett-Koehler Publishers, Inc. Urgun, D., Seidel, J., Vangeli, E., Borges, M., & de Oliveira, R. F. (2025). Exploring the impact of cross-cultural training on cultural competence and cultural intelligence: A narrative systematic literature review. <i>Frontiers in Psychology</i>, 16, Article 1511788. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1511788		
Kompetenzerwerb	<u>Area Studies (E) /ILV / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Teilnehmer:innen: • erhalten die Möglichkeit, eine informierte Entscheidung über ihr Austauschsemester zu treffen. • erhalten einen allgemeinen Überblick über die Partnereinrichtungen und ihre Kursmöglichkeiten, um je nach Präferenz und Eignung eine Auswahl treffen zu können. • erhalten die Möglichkeit, ihre Erwartungen zu berücksichtigen und ihre aktuellen Gedanken über interkulturelles Lernen herauszufordern. • werden mit Werkzeugen ausgestattet, die erforderlich sind, um den maximalen Nutzen aus ihrer interkulturellen Begegnung zu ziehen. • lernen die Herausforderungen im Bereich interkultureller Beziehungen und internationaler Geschäftsbeziehungen kennen. • erlernen den inter- und transkulturellen Diskurs. • kennen Begriffe aus der Kulturanalyse und Cultural Studies und können diese einordnen.		
Lehrinhalte	<u>Area Studies (E) /ILV / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> • Erwartungen und Vorteile eines Austauschsemesters • Intercultural Awareness • Standortanalyse / LESCANT-Model • Reisetipps & Ressourcen, Kulturschocks und Wiedereintrittsschock • Länder, Partneruniversitäten und Auswahlmöglichkeiten für Studiengänge, Gebietsstudien nach Regionen • Cultural Studies • Kulturanalyse • Kulturpolitik		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Area Studies (E) /ILV / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Area Studies (E) /ILV / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Eventinszenierung	Umfang:	
EVI		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Graf, M. & Luppold, S. (2018). Event-Regie: Der spannende Weg vom ersten Konzept zur finalen Show – eine 360-Grad-Betrachtung der Live-Inszenierung. Wiesbaden: Springer Gabler. Gundlach, A. (2013). Wirkungsvolle Live-Kommunikation: Liebe Deine Helden: Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events. Wiesbaden: Springer Gabler. Knoll, T. (2015). Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur. Wiesbaden: Springer Gabler. Altenbeck, D. & Luppold, S. (2023), Inszenierung und Dramaturgie für gelungene Events. Wiesbaden. Springer Gabler Miller, C. (2014). Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd.		
Kompetenzerwerb	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen die Stellung von Events im Marketingmix und das Konzept „Dramaturgie“ und kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie sowie des Storytellings. • erwerben außerdem einen Überblick über klassische als auch neue Formen der Eventinszenierung (Events 2.0) und die damit verbundenen Kreativitätstechniken und Inszenierungsmöglichkeiten. • verstehen Ideen und komplexe Zusammenhänge zwischen Marketing und Inszenierung.		
Lehrinhalte	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden lernen: Marketing: Rolle von Events im Marketing, Kommunikationsziele und Zielgruppe, Checklisten für Marketingevents, Programm-, Zeit- und Kostenplanung Dramaturgie: Der Begriff der Dramaturgie, die innere Bauform (Fokus auf das Storytelling und dessen Erläuterung aus Sicht der Neurowissenschaften) und äußere Bauform (Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) Inszenierung: Transmedia Storytelling, Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung, praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen, Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers, Selbstinszenierung der Eventleitung vor Ort Drehbuch: Neue Formen der Eventinszenierung(z.B. Events 2.0) und deren Entstehung neuer Eventformen, Social		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Event Sciences	Umfang:	
EVS		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: vz.EVS.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Moufakkir, O. & Pernecky, T. (2014). Ideological, Social and Cultural Aspects of Events. Wallingford (UK): CABI Publishing. Merkel, U. (2014): Power, Politics and International Events. Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: vz.EVS.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben einen Überblick über verschiedene sozialwissenschaftliche Theorien und Konzepte, die im engen Verhältnis zu Veranstaltungsmanagement stehen. • haben ein Verständnis dafür, wie diese Theorien und Konzepte im alltäglichen Umgang mit Veranstaltungen verankert sind und sie zur gesellschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen beitragen. • erkennen den kritischen Umgang mit Theorien und Konzepten und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren. • erkennen Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis. • beherrschen die schriftliche und verbale Kommunikation in der englischen Sprache.		
Lehrinhalte	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: vz.EVS.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Folgende sozialwissenschaftliche Themenbereich werden in dieser Lehrveranstaltung angeschnitten und im Kontext von Events behandelt: • Traditionen, Rituale und Riten • Erlebnis und Performance • Motivation • Gemeinschaft und Gesellschaft		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: vz.EVS.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: vz.EVS.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement III	Umfang:	
KUM3		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Benington, J., & Moore, M. (Hg.) (2011). Public Value. Theory and Practice. Palgrave Macmillan. Bryson, J.M., Crosby, B.C., & Bloomberg, L. (Hg.) (2019). Creating Public Value in Practice. Advancing the Common Good in a Multi-Sector, Shared-Power, No-One-Wholly-in-Charge-World. Routledge. Holst, C. (Hg.) (2020). Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor. Springer Gabler. Holst, C. (2021). Digitale Kulturkommunikation. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung. Springer Gabler. Kulturstiftung des Bundes (Hg.) (2022). Diversitätskompass. Wie können Kulturinstitutionen diverser werden? Erfahrungen aus dem 360° Programm. Gallery Print. Mandel, B. (2016). Teilhabeorientierte Kulturvermittlung, Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Bielefeld: Transcript. Lang, S. (2015): Partizipatives Kulturmanagement Interdisziplinäre Verhandlungen zwischen Kunst, Kultur und Öffentlichkeit. Transcript. Lauer, T. (2019). Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 3. Auflage. Springer Gabler. Pöhlmann, L., & Herrmann, C. (Hg.) (2019). Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements. Springer Gabler. Renz, T. (2016). Nicht-Besucherforschung: Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript. Sternfeld, N. (2018). Das radikaldemokratische Museum. De Gruyter. Sunderbrink, S. (2023). Crashkurs Community Management. Erfolgreich Communitys aufbauen und pflegen. Haufe. Tokarski, K.O., Endrissat, N., & Kissling-Näf, I. (Hg.) (2024). Transformationen gestalten. Beiträge aus Forschung und Praxis des privaten und öffentlichen Sektors. Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • lernen wesentliche Ansätze und Strategien zeitgenössischer Kulturvermittlung (diversitätssensibel, diskriminierungskritisch und inklusionsorientiert) im analogen wie im digitalen Raum kennen und erhalten vertieften Einblick in kulturelle Wertschöpfungsketten im Resonanzraum gesellschaftlicher Öffentlichkeiten und demokratietheoretischer Maximen. • durchdringen vertieft ein Konzept der Kulturvermittlung, das der zukunftsorientierten Transformation des Kultursektors Rechnung trägt und auf einem demokratischen und dialogorientierten Mediations-Ansatz basiert. • erhalten dementsprechend erstens Einblick in den aktuellen Theoriediskurs sowie in gegenwärtige Tendenzen der (Nicht-)Besucher:innenforschung und entwickeln ein vertieftes Verständnis für die Hintergründe dieses Paradigmenwechsels in der Kulturarbeit. • lernen zweitens eine Reihe von analogen wie digitalen Good Practice-Beispielen kennen, anhand derer sie die praktische Umsetzung und Evaluation vielfältiger Vermittlungsmethoden und -strategien unmittelbar nachvollziehen und beschreiben können. • erlangen drittens die Fähigkeit, die erarbeiteten Praxisbeispiele in Relation zu den Theoriediskussionen zu beschreiben sowie diese auf der Folie aktueller gesellschaftspolitischer und technologischer Entwicklungen zu diskutieren und zu analysieren. • werden mit dem Konzept der Cultural Value Creation vertraut gemacht und setzen sich differenziert mit der Wertschöpfung in und durch kulturelle Bildung und Kulturvermittlung auseinander, nicht zuletzt vor dem Hintergrund sozialer Nachhaltigkeitsdebatten im Kontext der SDGs.		
Lehrinhalte	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u>		

	Der Kulturbetrieb befindet sich derzeit aufgrund tiefgreifender soziodemographischer, technologischer und gesellschaftlicher Veränderungen in einem umfassenden Transformationsprozess. Die Möglichkeit, analoge und digitale kulturelle Teilhabeangebote für alle Teilnehmer:innen der Gesellschaft zu schaffen, ist dabei eine der zentralen Aufgaben von Kulturinstitutionen. Dies liegt zum einen daran, dass seit geraumer Zeit ein Schwund traditioneller Publika zu verzeichnen ist und europäische Gesellschaften diverser und vielfältiger werden, was auch Kulturinstitutionen abbilden müssen, wenn sie diese un(ter)repräsentierten Publika erreichen und einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten wollen. Zum anderen stellen digitale Angebote der Medienindustrie eine zentrale Konkurrenz zu Kulturangeboten vor Ort dar und werfen die Frage auf, welche Rolle hochkulturelle Sparten wie öffentlich finanzierte Theater, Konzerthäuser und Museen in der Erlebnisgesellschaft spielen. Gleichzeitig erweitert die Digitalisierung aber auch den Rezeptionsraum und die Reichweite von Kulturangeboten und verändert Nutzerverhalten und Kulturerleben signifikant, wie nicht zuletzt die Covid19-Pandemie gezeigt hat. Wer auf welche Weise an Kultur teilhat, welche neuen Angebotsformate entstehen und welche Kulturbegriffe empirisch relevant sind, werden damit zur entscheidenden Forschungsfrage für ein zeitgemäßes Kulturmanagement. Der Kurs setzt sich daher intensiv mit diesen Entwicklungen auseinander beleuchtet vielfältige Ansätze zeitgenössischer kultureller Mediationsarbeit und Wertschöpfung, angefangen von Community Management und Demokratieförderung über Partizipation und Co-Kreation bis hin zu Gamification und Edutainment.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
------------------------------	---

Modulnummer:	Praxisprojekt I	Umfang:	
PRA1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Bowdin, G.A.J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). Events Management (4th ed.). Routledge. Cornwell, T. B. (2014). Sponsorship in marketing : effective communication through sports, arts, and events. Routledge, New York. Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München. Smith, A. (2015). Events in the City: Using public spaces as event venues (1st ed.). Routledge. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen zielgerichtet einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • wenden zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen an, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • evaluieren die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch, identifizieren Optimierungspotenziale und sichern dadurch die Qualität zukünftiger Projekte. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsorientiert zu bewältigen. • erkennen die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit und setzen diese Kompetenzen gezielt ein, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Projekt		

Modulnummer:	Projektmanagement	Umfang:	
PRO		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Project Management Institute. (2021). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide) (7th ed.). Project Management Institute. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Grundlagen der Projektplanung und -entwicklung und können diese in ihren praktischen Projekten anwenden. • kennen Projektorganisation und Planung (organisatorische Projektstruktur, operative Projektstruktur). • kennen Projektzuordnung, Situationsanalyse, Aufbau von Projektteams. • kennen Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines:r Projektmanagers:in • kennen Methoden des Projektmanagements. • kennen Kostenplanung. • kennen Projektdurchführung und -controlling. • kennen Projektabschlussprozesse. • können standardisierte Projektmanagement-Software für die Planung von Projekten anwenden. • können den gesamten Planungs-, Ausführungs- und Stilllegungsprozess in einem Projekt anwenden.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung folgt der Logik des Projektmanagementprozesses, beginnend mit den Grundlagen des Projektmanagements, der Definition von Projekten und den in der Realität auftretenden Unterschieden. Eine allgemeine Projektmanagementmethodik wird eingeführt und spezifische Methodiken werden untersucht. Die Studierenden werden in Gruppen Musterprojekte auf der Grundlage von Standard-Projektmanagementpraktiken aufstellen und Fallstudien ausarbeiten, Die Studierenden lernen, Planungstechniken für allgemeine Projekte und spezielle Techniken anzuwenden, die für die Planung von Veranstaltungsprojekten anwendbar sind.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportmanagement III	Umfang:	
SPM3		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Hallmann, K. & Petry, K. (2013). Comparative Sport Development. Springer. Henry, I. & Ko, L. (2015). Routledge Handbook of Sport Policy. London, New York: Routledge. Houlihan, B. (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge. Robson, S. (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge. International Journal of Sport Policy and Politics.		
Kompetenzerwerb	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. • können grundlegende Konzepte und Theorien (und die entsprechenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, des Sportmanagements und der Governance sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern und vor dem Hintergrund einer späteren Karriere im Sport reflektieren. • sind in der Lage, Fachtexte aus den Bereichen Sportentwicklung und Governance im Sport zu verstehen und zu bewerten, um den Herausforderungen der verschiedenen Interessengruppen im Sport im Rahmen ihrer späteren beruflichen Tätigkeit kompetent zu begegnen.		
Lehrinhalte	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Erkenntnisse der Sportentwicklung, Sportentwicklungsplanung und Sportgovernance werden vor dem Hintergrund möglicher Berufsfelder aufgearbeitet und reflektiert. Es werden die zentralen Akteure der staatlichen Sportpolitik und die grundlegenden Maßnahmen der staatlichen Sportförderung analysiert. Auch die Frage, wie spezifische Sportentwicklungsziele durch Spitzensport, Events und Bewegungsförderung erreicht werden, wird betrachtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Fremdsprache	Umfang:	
FRS		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: Je nach Modul: A1-A2, B1-B2, B2-C1, C1-C2 (GER - Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen) / 4. Semester: Je nach Modul: A1-A2, B1-B2, B2-C1, C1-C2 (GER - Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen)		
Vorkenntnisse	3. Semester: Anfängermodule: - Chinesisch, Deutsch, Spanisch auf Niveau A1/A2 mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt Weiterführende Anfängermodule: - Deutsch auf Niveau A2/B1 mit Ziel B1.1: solide Vorkenntnisse auf A1 Niveau Fortgeschrittene Module: - Wirtschaftsdeutsch, Wirtschaftsfranzösisch, Wirtschaftsitalienisch, Wirtschaftspanisch auf Niveau B1/B2 mit Ziel B2.1: solide Vorkenntnisse auf Niveau A2 - Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau B2+/C1 mit Ziel C1: Vorkenntnisse auf Niveau B2 oder Aufbauworkshop Englisch/Vorbereitungskurs Englisch - Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau C1/C2 mit Ziel C2.1: solide Vorkenntnisse auf Niveau B2.2 / 4. Semester: Anfängermodule: - Chinesisch, Deutsch, Spanisch auf Niveau A1/A2 mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt Weiterführende Anfängermodule: - Deutsch auf Niveau A2/B1 mit Ziel B1.1: solide Vorkenntnisse auf A1 Niveau Fortgeschrittene Module: - Wirtschaftsdeutsch, Wirtschaftsfranzösisch, Wirtschaftsitalienisch, Wirtschaftspanisch auf Niveau B1/B2 mit Ziel B2.1: solide Vorkenntnisse auf Niveau A2 - Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau B2+/C1 mit Ziel C1: Vorkenntnisse auf Niveau B2 oder Aufbauworkshop Englisch/Vorbereitungskurs Englisch - Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau C1/C2 mit Ziel C2.1: solide Vorkenntnisse auf Niveau B2.2		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
Kompetenzerwerb	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • (A1 – Anfänger:innen) Können vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. • (A1 – Anfänger:innen) Können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. • (A1 – Anfänger:innen) Können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet und sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. • (B2 – Selbständige Sprachverwendung) Können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und
--	--

	Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen und können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel anwenden. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
Kompetenzerwerb	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Die Teilnehmer:innen: • (A1 – Anfänger:innen) Können vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. • (A1 – Anfänger:innen) Können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. • (A1 – Anfänger:innen) Können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. • (A2 – Grundlegende Kenntnisse) Können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet und sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. • (B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung) Können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. • (B2 – Selbständige Sprachverwendung) Können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen und können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel anwenden. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
Lehrinhalte	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u>

	A1 – Anfänger:innen Vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. A2 – Grundlegende Kenntnisse Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten klare Standardsprache verwenden und sich bezüglich vertrauter Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. verständigen und relevante Gesprächskompetenzen anwenden. Sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume,
--	--

Lehrinhalte	Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten die Sprache wirksam und flexibel anwenden und sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Mühevolle Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> A1 – Anfänger:innen Vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartner:innen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. A2 – Grundlegende Kenntnisse Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten klare Standardsprache verwenden und sich bezüglich vertrauter Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. verständigen und relevante Gesprächskompetenzen anwenden. Sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten die Sprache wirksam und flexibel anwenden und sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Mühevolle Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Integrative Lehrveranstaltung gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Integrative Lehrveranstaltung gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u>

	Portfolioprüfung
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u>
	Portfolioprüfung

Modulnummer:	Wissenschaftliche Methoden	Umfang:	
MET		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Bryman, A. (2012). Social Research Methods. Oxford University Press. Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Gizzi, M., & Rädiker, S. (2021). The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MaxQDA. MaxQDA Press		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Brosius, F. (2018). SPSS: Umfassendes Handbuch zu Statistik und Datenanalyse. 8. Auflage. Bonn: mitp. Bryman, A. (2015). Social Research Methods. 5th edition. Oxford: Oxford University Press. Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Auflage. München: De Gruyter Oldenbourg. Schuster, T., & Liesen, A. (2017). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. Springer Berlin Heidelberg. Eckstein, P. P. (2018). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: Eine realdatenbasierte Einführung in SPSS. 6 Auflage. Springer Gabler		
Kompetenzerwerb	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis für qualitative Forschungsmethoden (insbesondere Datenerhebung, -analyse und -interpretation). • lernen, diese Methoden praktisch anzuwenden und die Ergebnisse empirischer Studien zu präsentieren und zu bewerten. • sind außerdem in der Lage, Fachtexte zu qualitativen Forschungsmethoden zu verstehen, um Erkenntnisse aus qualitativen Studien in ihrer zukünftigen beruflichen Tätigkeit aufzunehmen und kritisch zu reflektieren.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen die grundlegenden Methoden quantitativer Forschung – von der Datenerhebung über die Analyse bis zur Interpretation – und wenden diese praxisnah an. • entwickeln eigenständig valide Umfragesettings, werten die erhobenen Daten mit geeigneten Software-Tools aus und interpretieren die Resultate adressatengerecht. • reflektieren und bewerten kritisch verschiedene statistische Verfahren, wählen das passende Instrumentarium aus und begründen ihre Entscheidungen nachvollziehbar. • sind fähig, empirische Befunde strukturiert darzustellen, sind in der Lage, deren Aussagekraft zu reflektieren, und verstehen es, die Erkenntnisse in Handlungsempfehlungen zu überführen.		
Lehrinhalte	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Konzepte und Methoden der qualitativen Sozialforschung werden anhand interaktiver Aktivitäten vorgestellt und geübt, insbesondere durch die Durchführung von Interviews und thematischen Analysen. Der Wert der qualitativen Forschung, ihre philosophischen Grundlagen und alternative Methoden der Datenerhebung werden ebenfalls diskutiert und reflektiert. Am Ende sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Methoden der qualitativen Sozialforschung zu verstehen und anzuwenden.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 2</u>		

	Die Veranstaltung behandelt die Konzepte und Methoden der uni- und bivariaten quantitativen Sozialforschung. Themenschwerpunkte sind deskriptive und inferenzstatistische Verfahren, parametrische und nicht-parametrische Tests, Entwicklung und Auswertung von Umfragen, Gestaltung und Einsatz verschiedener Skalen- und Rating-Skalen-Formate, softwaregestützte Datensatzanalysen sowie zielgerichtete Segmentierung und Interpretation von Daten.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Elective II	Umfang:	
ELE2		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page. S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge Kruyen, P., André, S., Heijden, B. van der, & Edward Elgar Publishing. (2024). Maintaining a Sustainable Work-Life Balance: An Interdisciplinary Path to a Better Future (First edition). Northampton: Edward Elgar Publishing.		
Kompetenzerwerb	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. • können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. • kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. • können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Work-Life-Management • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
------------------------------	---

Modulnummer:	Generative AI	Umfang:	
GAI		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: vz.GAI.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Epp, A. M., & Humphreys, A. (2025). Collaborating with Generative AI in Consumer Culture Research. Journal of Consumer Research, 52(1), 32-48.		
Kompetenzerwerb	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: vz.GAI.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • werden befähigt, sich in einer Medienlandschaft zurechtzufinden, die aufgrund generativer künstlicher Intelligenz (KI) massiven Umbrüchen unterliegt. • entwickeln Fähigkeiten zur Anwendung generativer KI und ein Verständnis für aktuelle Trends und zugrunde liegende makroökonomische Entwicklungen. • entwickeln die Fähigkeit zur kritischen Reflexion über ethische Fragestellungen im Zusammenhang mit dem Einsatz generativer KI im Marketing.		
Lehrinhalte	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: vz.GAI.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> - Generative KI als Werkzeugkasten für Studierende - Grundlegendes Verständnis generativer KI wie Large Language Models (auch Reasoning Modelle) - Einsatz von KI-Agenten - Wahrnehmung generativer KI-Inhalte aus (pop-) kultureller Perspektive - Ethische Implikationen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: vz.GAI.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: vz.GAI.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Global Sports Business	Umfang:	
GSB		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: vz.GSB.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Desbordes, M., Aymar, P., & Hautbois, C. (2019). The global sport economy. Routledge. Foster, G., O'Reilly, N., & Dávila, A. (2020). Sports business management: Decision making around the globe. Routledge. Nauright, J., & Zipp, S. (2020). Global Markets and Global Impact of Sports. Routledge. Pitts, B. G., & Zhang, J. J. (2020). Global Sport Business - Managing Resources and Opportunities. Routledge. Westerbeek, H., & Karg, A. (2022). International sport business: current issues, future directions. Routledge. Zhang, J. J., Pitts, B. G., & Johnson, L. M. (Eds.). (2021). International Sport Business Management: Issues and New Ideas. Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: vz.GSB.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Strukturen, Trends und Akteur:innen der globalen Sportindustrie. • verfügen über ein grundlegendes Verständnis der internationalen Sportpolitik, des grenzüberschreitenden Marketings, der internationalen Expansionsstrategien und der wichtigsten Aspekte des Managements eines internationalen Sportunternehmens. • werden auch in der Lage sein, bestehende Herausforderungen, denen sich Sportorganisationen auf internationaler Ebene gegenübersehen, kritisch zu analysieren.		
Lehrinhalte	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: vz.GSB.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Der Kurs führt die Studierenden in den Bereich der globalen Sportindustrie ein, einschließlich internationaler Verbände, Sportligen und Sportvereine, die auf internationalen Märkten tätig sind. Die Studierenden erforschen den internationalen Governance-Rahmen, die Rolle transnationaler Sportorganisationen und anderer wichtiger Interessengruppen wie Sponsoren oder Medien. Zu den Themen gehören verschiedene Internationalisierungsstrategien, Sportdiplomatie, Sportmarketing und Branding, Migration von Athlet:innen und Arbeitsfragen sowie Digitalisierungsstrategien in verschiedenen Märkten. Fallstudien aus verschiedenen Märkten veranschaulichen die unterschiedlichen Geschäftspraktiken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: vz.GSB.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: vz.GSB.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Praxisprojekt II	Umfang:	
PRA2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Bowdin, G.A.J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). Events Management (4th ed.). Routledge. Cornwell, T. B. (2014). Sponsorship in marketing : effective communication through sports, arts, and events. Routledge, New York. Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München. Smith, A. (2015). Events in the City: Using public spaces as event venues (1st ed.). Routledge. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen zielgerichtet einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • wenden zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen an, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • evaluieren die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch, identifizieren Optimierungspotenziale und sichern dadurch die Qualität zukünftiger Projekte. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsorientiert zu bewältigen. • erkennen die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit und setzen diese Kompetenzen gezielt ein, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Projekt		

Modulnummer:	Präsentations- & Verhandlungstechniken	Umfang:	
PVT		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Brandl, Peter (2015): Kommunikation. ... und was Sie darüber wissen sollten, um sich das Leben leichter zu machen. 2., Aufl. Offenbach: Gabal. Fritzsche, Thomas (2016): Souverän verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden. 2., erg. Aufl. Bern: Hogrefe. Pöhm, Matthias (2017): Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon? Abschied vom "Betreuten Lesen". Emotionale Rhetorik statt PowerPoint! 4., Aufl. o.A.: Pöhm Seminarfactory. Portner, Jutta (2015): Besser verhandeln. Das Trainingsbuch. 4., Aufl. Offenbach: GABAL Verlag. Oefner, M. (2024). Spouverän Auftreten in der Businesskommunikation: Erfolgsschlüssel für Verhandlungen, Präsentationen, Meetings und Gespräche. Wiesbaden. Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. • beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. • beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. • kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.		
Lehrinhalte	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet. Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt. Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt. Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt. Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation		

Modulnummer:	Sports & Cultural Sociology	Umfang:	
SOC		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: vz.SOC.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Bourdieu, Pierre (1984). Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste. Harvard University Press. Hall, J.R., Neitz, M.J., & Battani, M. (2003). Sociology on Culture. Routledge. Mills, C.W. (1959). The Sociological Imagination. Oxford. Roberts, K. (2016). Sports, Leisure and Social Theory. Routledge. Spillman, L. (2020). What is Cultural Sociology?. Polity. International Review for the Sociology of Sport International Journal of the Sociology of Leisure Cultural Sociology		
Kompetenzerwerb	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: vz.SOC.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein grundlegendes Verständnis der Soziologie und ihrer Beziehung zu Sport, Kultur und Freizeit. - sind in der Lage, grundlegende Konzepte und Theorien der Soziologie wie die kulturelle Produktion von Bedeutung, Differenz und die Struktur hinter Machtsystemen zu verstehen und zu erklären. - können diese auf reale Probleme in Sport, Kultur und Freizeit anwenden – einschließlich ihrer Beziehung zu sozialer Klasse, Status, ethnischer Zugehörigkeit und Geschlecht. - sind in der Lage, wissenschaftliche Texte aus den Bereichen Soziologie zu verstehen und zu bewerten und darüber nachzudenken, wie soziologisches Wissen die berufliche Praxis beeinflussen kann.		
Lehrinhalte	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: vz.SOC.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Erkenntnisse der Soziologie werden vorgestellt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder im Kontext des Sport- und Kulturmanagements verortet. Wichtige soziologische Ideen zur Struktur und Entwicklung von Gesellschaften werden vorgestellt und diskutiert, ebenso wie wichtige soziologische Konzepte im Zusammenhang mit sozialen Spaltungen in Bezug auf Klasse, Status, ethnische Zugehörigkeit und Geschlecht.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: vz.SOC.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: vz.SOC.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Wissenschaftliche Arbeit		

Modulnummer:	Storytelling	Umfang:	
STO		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: vz.STO.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Friedmann, J. (2018). Storytelling. Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, München: UVK. Sammer, P. (2025). Storytelling. Grundlagen, Best Practices und kreative Impulse, Heidelberg: dpunkt (O`Reilly). Schach, A. (Hg.) (2017). Storytelling. Geschichten in Text, Bild und Film, Springer Gabler, Wiesbaden: Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: vz.STO.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • lernen die theoretischen Grundlagen des Storytellings mit besonderem Fokus auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich kennen. • erwerben die Fähigkeit, narrative Strategien und Methoden kreativ auf konkrete Projekte anzuwenden und eigene Geschichten zielgruppenspezifisch zu entwickeln. • erhalten vertiefte Einblicke in verschiedene technische Umsetzungsmöglichkeiten von Storytelling-Formaten und erproben diese auch selbst im analogen und/oder digitalen Raum.		
Lehrinhalte	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: vz.STO.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Storytelling ist eine strategische Erzählmethode, in der zielgerichtete Botschaften in Form einer Geschichte kommuniziert werden. Faktenbasierte Inhalte werden dabei emotionalisiert aufbereitet, sodass die Informationen nachhaltig im Gedächtnis der Empfänger:innen gespeichert werden. Sowohl im Kulturbereich als auch im Sport- und Veranstaltungssektor spielt Storytelling eine immer wichtigere Rolle. Im Kulturbereich geht es in erster Linie darum, Formate zu entwickeln, die kulturelle Gedächtnisinhalte entweder im analogen oder digitalen Raum auf spannende Weise aufbereiten und auf innovative Art zugänglich machen. Im Sportsektor geht es in erster Linie darum, mithilfe von inspirierenden und/oder berührenden Geschichten rund um Athlet:innen, Teams, Wettkämpfe oder Fans Emotionen zu wecken, Identifikation zu schaffen und das Publikum langfristig zu binden. In der Veranstaltungsbranche kommt Storytelling immer häufiger bei Produktpräsentationen und anderen Business Events zum Einsatz und dient in erster Linie dazu, spannende Erlebnisse zu kreieren und Identifikationsmöglichkeiten zu schaffen. Im Kurs entwickeln die Studierenden eigene Storytelling-Formate für den Kultur- und Sportbereich und setzen diese von der theoretischen Konzeption bis zur praktischen Realisierung auch selbst um.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: vz.STO.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: vz.STO.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Projekt		

Modulnummer:	Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus	Umfang:	
TOU		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: vz.TOU.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Gibson, H. J., Lamont, M., Kennelly, M., & Buning, R. J. (2020). Active sport tourism: Global insights and future directions. Routledge. Hausmann, A. (Hg.) (2020): Handbuch Kulturtourismus im ländlichen Raum: Chancen – Akteure – Strategien Higham, J. & Hinch, T. (2018). Sport Tourism Development: Channel View. Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., & Pretenthaler, F. (2021). Tourismus und Klimawandel. Springer Nature. Richards, G. (2021) Rethinking Cultural Tourism. Edward Elgar Robinson, M., Smith, M.K. (2006). Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)Presentation. Channel View Publications. Roth, R., & Schwark, J. (2017). Wirtschaftsfaktor Sporttourismus: Ressourcenmanagement, Produkt- und Destinationsentwicklung (Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 19). Erich Schmidt Verlag. Schumacher, M. & Wiesinger, M. (2021) Finanzmanagement im Tourismus; Grundlagen und Praxis der Tourismusfinanzierung; Linde international. Smith, A. Guy, O.; Quinn, B. (Hg.) (2023): Festivals & the City. Teissl, V.; Seltenheim, K. (2018): Kulturtourismus in Tirol. Chancen und Widerstände in einer Alpenregion. Bielefeld: transcript.		
Kompetenzerwerb	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: vz.TOU.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die zentralen Theorien, Strukturen und Akteure im Feld des Sport-, Kultur- & Eventtourismus. • kennen spezifischen Herausforderungen und Potenziale von Sport-, Kultur- & Eventtourismus in urbanen und ländlichen Räumen. • sind in der Lage, verschiedene Formen des Sport-, Kultur- & Eventtourismus systematisch zu unterscheiden, Angebots- und Nachfrageseiten zu analysieren sowie ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen kritisch zu reflektieren. • kennen die aktuelle Herausforderungen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Eventisierung im internationalen Kontext und können Lösungsvorschläge erarbeiten. • verstehen den Zielkonflikt zwischen Tourismus- und Kulturbetrieben, können ihr Wissen in strategisch produktiver Weise anwenden. • wissen um den Stellenwert von Kooperationen für wertorientierten und nachhaltigen, ethischen und innovativen Kulturtourismus. • sind vertraut mit gängigen Strategien wie Kultur-Erbe-Routen, Themenwegen, Erinnerungskultur und Festivaltourismus auf europäischer und nationaler Ebene. • wissen, wie strategische Planung, Evaluation und Steuerung von sport- und eventtouristischen Angeboten und Destinationen umgesetzt werden können.		
Lehrinhalte	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: vz.TOU.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u>		

	Im Mittelpunkt des Themenfokus „Sporttourismus“ stehen dessen Grundlagen, Erscheinungsformen und Entwicklungen aus interdisziplinärer Perspektive. Es beinhaltet die Segmentierung sporttouristischer Zielgruppen, Motivationstheorien, Destinations- und Eventmanagement, Stakeholder-Analysen sowie politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Darüber hinaus werden zentrale Querschnittsthemen wie die touristischen Effekte von Mega-Sportevents, nachhaltige Tourismusstrategien im Spannungsfeld zwischen Nutzung und Schutz natürlicher Ressourcen sowie Anforderungen an die sporttouristische Infrastrukturentwicklung behandelt. Auch die Herausforderungen durch Digitalisierung, Globalisierung und Klimaerwärmung in der Konzeption und Steuerung sporttouristischer Angebote sind Bestandteil des Kurses. Im Mittelpunkt des Themenfokus „Kulturtourismus“ stehen Herausforderungen und Potenziale: Während Zielkonflikte zwischen Kultur- und Tourismuseinrichtungen insbesondere Formen der Kooperation und der Ambiguitätsstoleranz erfordern, sind die Potenziale von Kulturtourismus mannigfaltig: Mit nachhaltigen, inklusiven und authentischen Angeboten erhöhen kulturtouristische Angebote die Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen, unterstützen Imagewandel und entfalten positive und soziokulturelle und -ökonomische Effekte. Als erinnerungs- und erlebensintensive Form spricht Kulturtourismus unterschiedliche Zielgruppen an und kann so zur Internationalisierung von Herkunftsländern und Ansprache jüngerer Generationen beitragen. In Destinationen ohne touristische Merkmale wie Alpen oder Meer ermöglicht Kulturtourismus die Aufwertung zur Destination. Im Mittelpunkt des Themenfokus „Eventtourismus“ stehen dessen Grundlagen, Erscheinungsformen und Wirkungen. Es behandelt die zunehmend prägende touristische Nachfrage und die Rolle als zentrales Instrument zur Profilbildung von Destinationen. Diskutiert werden die komplexen Zielkonflikte zwischen ökonomischen Interessen, städtischer Infrastruktur, Sicherheitsanforderungen und Nachhaltigkeitsaspekten als auch die Potenziale im Eventtourismus in der Stärkung regionaler Wertschöpfung, der internationalen Sichtbarkeit sowie der sozialen und kulturellen Belebung. Darüber hinaus werden Erlebniskonzepte, Stakeholder-Analysen sowie rechtliche und politische Rahmenbedingungen beleuchtet.
--	--

Lehrinhalte	Mittels Fallstudien und aktuellen empirischen Befunden werden theoretische Ansätze mit praktischen Anwendungen verbunden
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: vz.TOU.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: vz.TOU.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Auslandssemester	Umfang:	
AUS		30	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> keine Angabe		
	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> keine Angabe		
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> keine Angabe		
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> keine Angabe		
Kompetenzerwerb	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben zentrale interkulturelle und fachliche Kompetenzen. • entwickeln ihre Persönlichkeit durch Erfahrungen im internationalen Umfeld. • erlernen, vertiefen und erweitern ihre Fremdsprachenkenntnisse. • stärken ihre Fähigkeit, andere Kulturen zu verstehen und sich anzupassen. • erweitern ihr Wissen durch einschlägige fachliche Lehrveranstaltungen an der Partnerhochschule.		
	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben zentrale interkulturelle und fachliche Kompetenzen. • entwickeln ihre Persönlichkeit durch Erfahrungen im internationalen Umfeld. • erlernen, vertiefen und erweitern ihre Fremdsprachenkenntnisse. • stärken ihre Fähigkeit, andere Kulturen zu verstehen und sich anzupassen. • erweitern ihr Wissen durch einschlägige fachliche Lehrveranstaltungen an der Partnerhochschule.		
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben zentrale interkulturelle und fachliche Kompetenzen. • entwickeln ihre Persönlichkeit durch Erfahrungen im internationalen Umfeld. • erlernen, vertiefen und erweitern ihre Fremdsprachenkenntnisse. • stärken ihre Fähigkeit, andere Kulturen zu verstehen und sich anzupassen. • erweitern ihr Wissen durch einschlägige fachliche Lehrveranstaltungen an der Partnerhochschule.		
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben zentrale interkulturelle und fachliche Kompetenzen. • entwickeln ihre Persönlichkeit durch Erfahrungen im internationalen Umfeld. • erlernen, vertiefen und erweitern ihre Fremdsprachenkenntnisse. • stärken ihre Fähigkeit, andere Kulturen zu verstehen und sich anzupassen. • erweitern ihr Wissen durch einschlägige fachliche Lehrveranstaltungen an der Partnerhochschule.		
Lehrinhalte	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u>		

	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Current Issues in Sports, Culture & Events Management“ absolvieren.
	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Business Studies“ absolvieren.
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule mehrere vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltungen aus dem Bereich „Sports, Culture & Events Management“ absolvieren.
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem

Lehrinhalte	Bereich „Area Studies and Languages“ absolvieren.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> entsprechend den Vorgaben der Institution im Ausland
	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> entsprechend den Vorgaben der Institution im Ausland
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> entsprechend den Vorgaben der Institution im Ausland
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> entsprechend den Vorgaben der Institution im Ausland
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Werden von der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt
	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Werden von der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Werden von der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Werden von der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt

Modulnummer:	Berufspraktikum	Umfang:	
BER		20	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Stackelberg, B. (2013). Karrierestart für Hochschulabsolventen: Selbstbewusst. Erfolgreich. Authentisch. München: Vahlen Verlag		
Kompetenzerwerb	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über die Kompetenz, ihr praxisbezogenes Erfahrungswissen kritisch zu reflektieren und mit theoretisch fundiertem Wissen zu verknüpfen, um ihr berufliches Umfeld neu zu verstehen und einzuordnen. • sind in der Lage, komplexe und sich verändernde Projektumgebungen differenziert zu bewerten und geeignete Lösungsstrategien auf Basis neuer Erkenntnisse und Argumentationen zu entwickeln. • besitzen ausgeprägte soziale Kompetenzen, insbesondere Teamfähigkeit, und können diese in unterschiedlichen beruflichen Kontexten situationsangemessen einsetzen.		
Lehrinhalte	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Das Berufspraktikum ergänzt die theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und die Bearbeitung praxisrelevanter Fragestellungen. Mit einem Umfang von mindestens 500 Stunden stellt es sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in ein möglicherweise thematisch neues Berufsleben zurechtfinden. Dabei erhalten sie die Möglichkeit, berufliche Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen kritisch zu reflektieren und neu zu durchdenken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Praktikum		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Praktikumsbericht		

2.3.2 Modulbeschreibungen berufsbegleitend

Modulnummer:	Generative AI	Umfang:	
GAI		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.GAI.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Epp, A. M., & Humphreys, A. (2025). Collaborating with Generative AI in Consumer Culture Research. Journal of Consumer Research, 52(1), 32-48.		
Kompetenzerwerb	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.GAI.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • werden befähigt, sich in einer Medienlandschaft zurechtzufinden, die aufgrund generativer künstlicher Intelligenz (KI) massiven Umbrüchen unterliegt. • entwickeln Fähigkeiten zur Anwendung generativer KI und ein Verständnis für aktuelle Trends und zugrunde liegende makroökonomische Entwicklungen. • entwickeln die Fähigkeit zur kritischen Reflexion über ethische Fragestellungen im Zusammenhang mit dem Einsatz generativer KI im Marketing.		
Lehrinhalte	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.GAI.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> - Generative KI als Werkzeugkasten für Studierende - Grundlegendes Verständnis generativer KI wie Large Language Models (auch Reasoning Modelle) - Einsatz von KI-Agenten - Wahrnehmung generativer KI-Inhalte aus (pop-) kultureller Perspektive - Ethische Implikationen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.GAI.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.GAI.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften I	Umfang:	
KUW1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Assmann, A. (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. 4. Auflage. ESV Schmidt Assmann, A. (2018): Der europäische Traum. Vier Lehren aus der Geschichte. C.H.Beck Bachmann-Medick, D. (2006). Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Rowohlt. Reichardt, Ulfried (2010): Globalisierung. Literaturen und Kulturen des Globalen. Akademie Verlag. Seidler, A. / Böhn, A. (2014): Mediengeschichte. Narr Francke Verlag Stalder, F. (2016): Kultur der Digitalität. Suhrkamp		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen in ihrer Vielgestaltigkeit und Abhängigkeit vom jeweiligen Erkenntnisinteresse sowie der Sprecher:innenposition. • erkennen zentrale Paradigmen kultureller, transkultureller, gesellschaftlicher und medialer Entwicklungen und sind in der Lage, wesentliche Paradigmenwechsel zu identifizieren und zu benennen. • vermögen die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte zu beschreiben, Einflüsse aus der Medienentwicklung zu bestimmen und deren Entwicklungsimpulse zeitlich zu verorten. • erkennen historische Zusammenhänge und können Kulturen in ihrem geschichtlichen Gewordensein einordnen. • sind in der Lage, Mechanismen der Bedeutungsproduktion in unterschiedlichen kulturellen Kontexten und Zeichensystemen nachzuvollziehen und ihren Einfluss auf gesellschaftliche Wirklichkeit kritisch zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Kulturwissenschaft I führt in die Grundlagen kulturwissenschaftlicher Kontexte ein und stellt darin einen Referenzrahmen für Kulturmanagement her. Das Seminar bietet eine grundlegende Einführung in zentrale Konzepte, historische Entwicklungen und methodische Zugänge der Kulturwissenschaften. Im Zentrum steht die Auseinandersetzung mit dem Kulturbegriff in seiner Vielschichtigkeit und Wandelbarkeit: von klassischen Definitionen bis hin zu aktuellen, dekolonialen Perspektiven. Neben einer Einführung in die Kulturgeschichte und die Analyse kultureller Praktiken werden grundlegende Methoden wie die Diskursanalyse und die Semiotik behandelt, die es ermöglichen, kulturelle Bedeutungsproduktion systematisch zu untersuchen. Zudem wird das Feld der Erinnerungskultur als zentrales Aushandlungsfeld für kulturelle Identitätsfragen vorgestellt und mit all seinen gesellschaftlichen und politischen Implikationen diskutiert. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Fragen der Medialität: Wie prägen Medien unsere kulturellen Vorstellungen und wie verändern sie die Art und Weise, wie Kultur vermittelt und erinnert wird – insbesondere im Zeitalter der künstlichen Intelligenz? Das Seminar kombiniert in jedem Teilbereich theoretische Lektüre mit der Analyse konkreter Fallbeispiele aus Literatur, Film, Kunst, Popkultur und Alltagspraktiken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in die Kulturwissenschaften /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Sportwissenschaften I	Umfang:	
SPW1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Beinert, K., Brauner, T. & Müller, J. (2021). Sportwissenschaft. München: Urban & Fischer. Krüger, M. & Emrich, E. (2022). Die Wissenschaft vom Sport. In: Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium (Hrsg. Güllich, A. & Krüger, M.) . 2. Aufl. Berlin: Springer. Behringer, W. (2012). Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert. München: C.H. Beck. Weiß, O. & Norden, G. (2013). Einführung in die Sportsoziologie. Münster: Waxmann. Amelung, V., Busse, R., Dierks, M., Kolip, P. & Leidl, R. (2022). Public Health. 4. Aufl. München: Urban & Fischer. Jansen, P. & Roth, R. (2025). Nachhaltigkeit im Sport. Berlin: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über Kenntnisse als auch über relevante Fertigkeiten und Kompetenzen, um Lösungen für fachspezifische Fragen der Sportwissenschaft zu erarbeiten und umzusetzen. • wissen um die historische Entwicklung von Bewegungskultur sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung. • kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft. • können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportgeschichte, Sportsoziologie, Sportökologie und Sportbiologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. • entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.		
Lehrinhalte	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Soziologie, Ökologie und des Gesundheitssports (Public Health) werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel von Individuum und Gesellschaft im Sport und dessen Bedeutung für sportliches Handeln und sportliche Strukturen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Grundlagen der Sportwissenschaft /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Teamwork & Kommunikation	Umfang:	
TKO		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Dick, Rolf van & West, Michael A. (2013): Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung (mit Arbeitsmaterialien und Fallbeispielen); Göttingen Wien (u.a.), Hogrefe Kriz, W. C. & Nöbauer, B. (2008): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm Mandal, M. (2022). Team Building and Appreciative Inquiry in Research and Development Teams. Vision, 29(3), 304-325. https://doi.org/10.1177/09722629211063528 (Original work published 2025)		
Kompetenzerwerb	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können zwischen verschiedenen Teamphasen unterscheiden. • sind in der Lage, vorherrschende Problemstrukturen zu erkennen und können anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen analysieren. • berücksichtigen dabei spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab, insbesondere unter dem Aspekt des Work-Life-Managements. • bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentationen darstellen und gruppenweise umsetzen. • können konstruktiv mit Feedback und Kritik umgehen und sind in der Lage, Stärken und Schwächen zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indooranteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgparametern. Outdooranteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Veranstaltungsrecht	Umfang:	
VAR		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Vögl, Klaus Christian (2019): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht Vertragsfragen, Jugendschutz& Steuern, Landes-gesetze, Veranstaltungsstätten & Baurecht, Arbeitsrecht, Public Viewing & Urheberrecht. Wien Lexis Nexis Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter die entsprechenden rechtlichen Bestimmungen zu subsumieren. • können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. • kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns. • sind in der Lage, gesellschaftsrechtliche Normen zu interpretieren und anhand von juristischen Beispielfällen zu analysieren und juristisch zu interpretieren.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Der Kurs setzt sich mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken auseinander. Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen. Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung. Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutzes, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	Umfang:	
WIR		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J. (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 8. Aufl. Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K./ et. Al. (2023): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10. Aufl. Schauer, R. (2024): Betriebswirtschaftslehre, 8. Auflage. Linde Verlag, Wien. Schweitzer, M./ Baumeister, A. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl. Huttschenreuter, T. (2022): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl. Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl. Weber, W./ Kabst, R./ Baum, M. (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Blanchard, O. (2021): Makroökonomie. 8. Auflage. Pearson. Mankiw, N.G. (2021): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 8. Auflage. Schäffer-Poeschel. Münter, M.T. (2025), Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten. UTB GmbH Natrop, J. (2016). Grundzüge der angewandten Mikroökonomie. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. Deutschland GmbH. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Mikroökonomie. Pearson Deutschland GmbH Varian, H. R. (2016). Grundzüge der Mikroökonomik. 9. Auflage. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. Deutschland GmbH. Erweiterte Literatur: Kahneman, D. (2012). Schnelles Denken, langsames Denken. Siedler Verlag. Rifkin, J. (2016). Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus. Campus Verlag. Thiel, P., & Masters, B. (2015). Zero to one: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet. Campus Verlag. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u>		

	Auer, K. (2020): Buchhaltung + Jahresabschluss: erstellen – verstehen - analysieren, Wien, Verlag Auer & Partner Consulting KG Breidenbach, K., & Währisch, M. (2021): Buchhaltung und Jahresabschluss, 5. Aufl. Buchholz, L./ Gerhards, R. (2016): Internes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Betriebsstatistik und Planungsrechnung Coenenberg, A.G./ Haller, A./ Et. Al. (2024): Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, 9. Aufl. Deimel, K./ Erdmann, G./ Isemann, R./ Müller, S. (2019): Kostenrechnung, Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker Exler, M. (2015): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Geirhofer, S./ Hebrank, C. (2016): Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement, 4, Aufl. Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2022): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 22. Auflage, Band I + Band II, Wien, facultas Verlag Olfert, K. (2017): Finanzierung, 17. Auflage, Herne, NWB Verlag Schauer, R (2024): Betriebswirtschaftslehre, 8. Auflage, Wien, Linde Verlag Schmidt, M., Auer, B., & Schmidt, P. (2012): Buchführung und Bilanzierung: Eine anwendungsorientierte Einführung Wedell, H./ Dilling, A.A. (2018): Grundlagen des Rechnungswesens, 16. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation
--	---

Literaturempfehlung	(ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)
Kompetenzerwerb	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche. • kennen die Grundlagen des Marketings. • kennen die Grundlagen des Personalmanagements. • kennen den Aufbau eines Betriebs und typische betriebliche Prozesse und sind mit den grundsätzlichen konstitutiven Faktoren eines Betriebs vertraut. • erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen. • können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe klar voneinander abgrenzen. • kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen. • sind in der Lage, ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden. • können Lösungsansätze professionell zu präsentieren. • sind in der Lage, diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden.
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • benennen die wesentlichen Komponenten eines Marktmodells und diskutieren das Marktgleichgewicht als Interaktion von Angebot und Nachfrage. • sind in der Lage, die Determinanten der Konsumentennachfrage zu erläutern und deren Reaktionen auf externe Faktoren, etwa Einkommensänderungen, zu erklären. • analysieren Potenziale und Grenzen von Marktmodellen anhand realer Märkte (z. B. Wohnungs- oder Arbeitsmarkt) und erweitern abstrakte Modelle um realitätsnähere Annahmen. • sind in der Lage, Produktionsentscheidungen von Unternehmen nachzuvollziehen und den Einfluss unterschiedlicher Marktformen auf die Preissetzung zu interpretieren. • untersuchen aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen mithilfe ökonomischer Modelle und bewerten diese kritisch. • beschreiben die zentralen Komponenten und Institutionen einer Volkswirtschaft und erläutern deren Funktionsweise. • sind in der Lage, makroökonomische Kennzahlen wie Bruttoinlandsprodukt oder Konsumentenpreisindex zu definieren und inhaltlich einzuordnen. • recherchieren eigenständig Indikatoren für Wirtschaftswachstum und Inflation und stellen aktuelle Entwicklungen strukturiert dar.
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Grundlagen einer Abbildung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im System des Rechnungswesens. • kennen und verstehen die Grundbegriffe und Teilgebiete des Rechnungswesens. • verstehen die Technik und den inneren Aufbau der doppelten Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems. • können den Aufbau einer Buchhaltung und die Merkmale unterschiedlicher Kontentypen beurteilen. • können einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen. • erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und GuV. • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung). • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand voneinander abgrenzen. • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären. • kennen die Systeme der Kostenrechnung (Teil- und Vollkostenrechnung). • sind in der Lage, die Grundlagen der Finanzierung zu kennen. • sind in der Lage, einfache Finanzplanungen durchzuführen sowie Finanzierungsangebote kritisch zu prüfen. • sind in der Lage, alternative Formen der Finanzierung zu kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.
Lehrinhalte	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u>

	Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften: • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Betriebliche Funktionsbereiche • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Grundlagen Management und Ethik • Grundlagen Personal und Organisation • Grundlagen Marketing Grundlagen: • der Konstitutiven Unternehmensentscheidungen wie Rechtsformen, Standortentscheidung, Arten von Unternehmenszusammenschlüssen/ Fusionen und Wahl des Geschäftsfeldes • der Funktionalen Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing • der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Funktionen (Wertschöpfungsarchitektur und -struktur. • des markt-, prozess-, und strategieorientierten Managements • Analyse und Auswertung von Fallstudien
--	---

Lehrinhalte	• Betriebswirtschaftliche Spezifika im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Kernthemen: • Ökonomisches Denken und Marginalanalyse • Effiziente Allokation von knappen Ressourcen • Marktmodell und Marktgleichgewicht • Makroökonomische Größen (BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit) und die Zusammenhänge Ausgewählte volkswirtschaftliche Themenstellungen: • Elastizität und Wohlfahrt • Kostenfunktionen und optimale Unternehmensproduktion • Preissetzung und Marktformen • Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen: Konjunktur • Geld, die EZB und Inflation • Langfristiges Wirtschaftswachstum • Internationale Beziehungen und Handel
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Externes Rechnungswesen: • Gliederung des Rechnungswesens • Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens: Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe • System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz • System der doppelten Buchführung: Buchung von Geschäftsfällen in Bestands- und Erfolgskonten • Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen, Umsatzsteuer etc.) • Prinzip der Periodenreinheit und Rechnungsabgrenzungsposten Internes Rechnungswesen: • Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung • Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung: Aufgaben, Komponenten und Teilbereiche • Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger) • Deckungsbeitragsrechnung Bezug zu Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement: • Grundlagen Finanzwesens (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung) • Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung • Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und Finanzwesens • Fallbeispiele
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

Modulnummer:	Wissenschaftliches Arbeiten	Umfang:	
WIS		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	6. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Berger-Grabner, D. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele (4., überarb. und erw. Aufl.). Springer Gabler Betsch, T. (2022). Science matters - wissenschaftlich statt querdenken. Springer. Burk, V., & Fahrner, M. (2020). Sportwissenschaft: Themenfelder, Theorien und Methoden (3. Auflage). UTB. Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. UTB. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. 5. Auflage. UTB.		
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social Research Methods, 4th Edition. Oxford: Oxford University Press Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB).		
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: bb.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social Research Methods, 4th Edition. Oxford: Oxford University Press Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB).		
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben ein grundlegendes Verständnis wissenschaftlichen Arbeitens. • kennen zentrale Konzepte, Theorien und empirische Befunde der Wissenschaftstheorie sowie Verfahren der Wissensgenerierung und -darstellung. • sind in der Lage, diese theoretischen Grundlagen auf wissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden und in Bezug auf ihre spätere berufliche Praxis kritisch zu reflektieren. • können fachwissenschaftliche Texte analysieren, in ihren eigenen Wissensbestand integrieren und zur Entwicklung adressatengerechter Handlungskonzepte nutzen. • entwickeln die Fähigkeit, interdisziplinäre Fragestellungen zu erkennen, zu bearbeiten und deren Lösungen strukturiert und zielgerichtet zu präsentieren.		
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung. • vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. • erweitern ihre Selbstorganisation, stärken ihr Zeitmanagement, vertiefen ihre Recherchefähigkeiten und verbessern ihre Ausdrucksfähigkeit.		
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: bb.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig zu bearbeiten. • können das ausgewählte Thema mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, überprüfen und kritisch reflektieren. • wenden eigenständig relevante Forschungstechniken an, um fundierte Ergebnisse zu erzielen.
Lehrinhalte	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Veranstaltung führt in das wissenschaftliche Arbeiten ein und vermittelt Hintergrund- und Praxiswissen zur Erstellung von Seminararbeiten. Die Studierenden erwerben ein Verständnis und

Lehrinhalte	praktische Kompetenzen für die Recherche, Beschaffung und Beurteilung wissenschaftlicher Literatur sowie die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte. Darüber hinaus entwickeln Sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: bb.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Die Bachelorarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit, die sich auf die Themenbereiche und Spezialisierungen des Bachelorstudiums bezieht. Die Studierenden bearbeiten eine eigenständig entwickelte Fragestellung auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden und unter Verwendung korrekt zitierter Quellen. Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Arbeit betreut. Die Auswahl des Themas, die Strukturierung der Arbeit und die Zeitplanung sollen eigenständig erfolgen, insbesondere durch kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Die Betreuung gibt Hilfestellung, unterstützt bei methodischen Fragen und diskutiert Aspekte der wissenschaftlichen Vorgehensweise, der formalen Gestaltung sowie des Zeitmanagements.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: bb.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Teilnahme
	<u>Bachelorarbeit /SE / LV-Nr: bb.WIS.3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Bachelorarbeit

Modulnummer:	Digital Trends in Sports, Culture & Events	Umfang:	
DIG		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Desbordes, M. (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. New York, NY: Routledge. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2017). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Ronchi, A. M. (2009). eCulture: Cultural Content in the Digital Age. Berlin/ Heidelberg: Springer. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika der Digitalisierung des Sports und seines Umfelds sowie der Veranstaltungsbranche. - verstehen aktuelle Entwicklungen, Zusammenhänge, Konzepte und die korrespondierenden empirischen Befunde und können diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport und Veranstaltungsmanagement reflektieren. - erkennen die Chancen digitaler Anwendungen für Audience Development und Kulturvermittlung und hinterfragen Konsequenzen der Digitalisierung für die Rezeption und Verbreitung von Kulturangeboten. - sind damit in der Lage, Entwicklungen in den jeweiligen Praxisfeldern umfassend und kritisch zu beurteilen und entsprechend Veränderungsprozesse einzuleiten. - analysieren komplexe Zusammenhänge, kennen zentrale Methoden und entwickeln theoriegestützte Problemlösungskompetenzen. - kennen die aktuellen digitalen Tools für Veranstaltungen und wissen diese entsprechend einzusetzen. - wissen wie digitale Veranstaltungen emotional berührend umgesetzt werden können.		
Lehrinhalte	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Digitalisierung der Sportindustrie wird behandelt. Insbesondere stehen die digitale Inszenierung des Sports, die digitale Interaktion und somit Pluralisierung von Kommunikationskanälen mit dem Sportkonsumenten und die Produktion neuer digitaler Sportprodukte im Fokus. Darüber hinaus wird thematisiert, wie die digitale Infrastruktur und digitale Plattform das Wettbewerbsumfeld des Sports beeinflusst. Im Kontext des Kulturmanagements werden die Konsequenzen der Digitalisierung für fiktionale Vorstellungswelten in Kunst und Kultur skizziert. Beispiele aus den Bereichen Virtual Reality und Social Media zeigen die Potenziale digitaler Technologien für das Erleben von Kulturangeboten und die Entstehung neuer Publika auf. Diskutiert wird aber auch der Verlust kultureller Diversität durch die Algorithmisierung von Wissen und kulturellem Gedächtnis. Außerdem setzt sich der Kurs mit der Digitalisierung auf den Veranstaltungsbereich auseinander. Besonderer Fokus liegt hierbei auf den Auswirkungen digitaler Technologien auf bestehende und neue Eventformate und auf die Erlebniswelt der Besucher sowie auf die Eventplanungsbereiche Marketing, Sicherheit, Infrastruktur und Eventevaluierung.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement I	Umfang:	
KUM1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.KUM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Crückeberg, J., Heinicke, J., Kalbhenn, J.C., Lohbeck, K., Mohr, H., Landau-Donnelly, F. (2024): Handbuch Kulturpolitik, Wiesbaden : Springer Heinrichs, W. (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus (dritte, vollständig überarbeitete Auflage) Dätsch, C. (Hg.) (2018): Kulturelle Übersetzer. Kunst und Kulturmanagement in transkulturellem Kontext. transcript Hoppe, B. / Heinze, T. (2015): Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge Pöhlmann, L., Herrmann, C. (Hg.) (2019). Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements Teissl, V. (2021): Besonderheiten im Theaterarbeitsrecht (Buchrezension), in: Kulturmanagement Network, online https://www.kulturmanagement.net/Themen/Buchrezension-Besonderheiten-im-Theaterarbeitsrecht,4319		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.KUM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Strukturen des Kunst- und Kultursektors und können die Besonderheiten des professionellen non-profit Management von gewinnorientierten Managementthandlungen einordnen und auf den Kulturbetrieb anwenden. • können die Entwicklungsgeschichte, Rahmenbedingungen, Gemeinwohlorientierung und ihre Rollen in Gesellschaften erläutern und an Beispielen darstellen. • sind in der Lage, die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungstendenzen des Kulturbetriebs zu identifizieren und verstehen den Einfluss von Kulturangeboten auf Gesellschaften. • können ethische Herausforderungen des Kulturmanagements erkennen und kritisch reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.KUM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> In der Einführung in das Kulturmanagement steht der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Dies umfasst produzierende, vermittelnde, verwertende und bewahrende Institutionen sowie deren Ziele und Zwecke nach dem Drei-Sektoren-Modell. Es werden die kulturbetriebsspezifischen Aufgaben wie Urheberrechtsregelungen, Berufe und Arbeitsbedingungen vorgestellt sowie die Rolle von Interessensvertretungen und das einflussreiche Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik. Schließlich wird in das Handlungsfeld der Digitalisierung im Kulturbetrieb und in ethische Handlungsreferenzen wie die Menschenrechte eingeführt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.KUM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.KUM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften II	Umfang:	
KUW2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: bb.KUW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Breidenbach, J. / Zukriegel, I. (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo Hall, S. (2021): Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Argument Verlag Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB Yousefi, Hamid Reza (2014): Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation. UTB Föhl, P. & Wolfram, G. (2021): Transkultur. Eine kurze Einführung. Goethe Institut		
Kompetenzerwerb	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: bb.KUW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben vertiefte Kenntnisse aktueller kulturwissenschaftlicher Theorien und lernen, diese kritisch auf gesellschaftliche Praxisfelder wie Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden. • entwickeln ein differenziertes Verständnis dafür, wie kulturelle Bedeutungen in medialen, sozialen und institutionellen Kontexten entstehen, verhandelt und transformiert werden. • erweitern durch die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Theoriekonzepten auch aus dem Globalen Süden ihr analytisches Instrumentarium und schärfen ihre Fähigkeit, komplexe kulturelle Phänomene theoretisch fundiert zu reflektieren. • lernen, kulturwissenschaftliche Konzepte auf konkrete Fallbeispiele zu übertragen, kritisch zu hinterfragen und in interdisziplinären Zusammenhängen zu denken. • verstehen und reflektieren neben der Bedeutung von Sprache und Text auch die Rolle von Bildern, Memes und Deep Fakes in einem kulturwissenschaftlichen Kontext.		
Lehrinhalte	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: bb.KUW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Das Seminar Kulturwissenschaften II vertieft zentrale kulturwissenschaftliche Fragestellungen und Theorien mit einem besonderen Fokus auf ihre Relevanz für gegenwärtige gesellschaftliche Praktiken. Aufbauend auf den Grundlagen aus Kulturwissenschaft I widmet sich das Seminar aktuellen Theoriebildungen, die Kultur als multiperspektivisches und dynamisches Feld sozialer, medialer und ökonomischer Aushandlungsprozesse begreifen. Im Zentrum stehen dabei kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Praktiken des Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagements. Des Weiteren werden transkulturelle und globale Perspektiven berücksichtigt, besonders hinsichtlich ihrer medialen Vermittlung. Durch immer wieder erfolgende Brückenschläge zwischen theoretischen Überlegungen und konkreten Arbeitsfeldern werden kulturwissenschaftliche Konzepte auf ihre Tragfähigkeit in der Praxis hin gelesen und überprüft.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: bb.KUW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kultur, Medien & internationale Beziehungen /ILV / LV-Nr: bb.KUW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt		

Modulnummer:	Marketing	Umfang:	
MAK		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2023): Marketing-Management, 16. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2024): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2024): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 14. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erkennen eine marktorientierte Unternehmensführung. • identifizieren Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing-Managements für Konsumgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes. • sind in der Lage, ausgewählte Instrumente des Marketing-Mix anzuwenden. • wenden das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie (in einer Kleingruppe) an und präsentieren die Ergebnisse professionell.		
Lehrinhalte	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Marketingstrategien, Marketingmix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportmanagement I	Umfang:	
SPM1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Güllich, A., & M. Krüger, M. (2021), Sport in Kultur und Gesellschaft. Springer. Bruhn, M., & Rohlmann, P. (2022). Sportmarketing. Grundlagen–Strategien–Instrumente. Springer. Daumann, F. (2019). Grundlagen der Sportökonomie. UVK. Horch, H. D., Schubert, M., & Walzel, S. (2024). Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Wiesbaden: Springer Kennedy, H., Gonzales, J., & Pegoraro, A. (2022). Routledge Handbook of Sport Fans and Fandom. Routledge. Schütte, N. (2021). Grundwissen Sportmanagement. UTB.		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über fundiertes Wissen zu den Besonderheiten des Sportmarkts sowie zu seinen zentralen Akteur:innen und Gütern. • verstehen grundlegende Sektoren, Konzepte und Theorien des Sportmanagements und können diese unter Rückgriff auf einschlägige empirische Befunde erläutern und kritisch reflektieren. • sind in der Lage, die verschiedenen Bereiche und Sektoren des Sportmanagements miteinander in Beziehung zu setzen und übergreifende Fragestellungen im Handlungsfeld Sport zu bearbeiten. • entwickeln zentrale kognitive Kompetenzen sowie ihre Entscheidungs- und Problemlösungsfähigkeiten weiter.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Grundlegende Konzepte und Theorien des Sportmanagements werden behandelt. Dies umfasst eine Einführung in das Umfeld des Sportmanagements, der Vergleich verschiedener Sportsysteme, Grundlagen der Organisationskultur, des strategischen Managements und Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen. Auch zentrale Aspekte des Sportmarketings, des Sportevent-Managements sowie des Sporttourismus werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportwissenschaften II	Umfang:	
SPW2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Mooren, F. (2022). Sportmedizin. München. Urban & Fischer. Hohmann, A., Lames, M. Letzelter, M. & Pfeifer, M. (2020). Einführung in die Trainingswissenschaft. 7. Aufl. Wiebelsheim: Limpert. Blasius, H. (2017). Doping im Sport. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft. Tomasits, J. & Haber, P. (2016). Leistungsphysiologie. Berlin: Springer. Weineck, J. (2019). Optimales Training. 17. Aufl. Balingen: Spitta.		
Kompetenzerwerb	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problemstellungen aus der Perspektive von Teildisziplinen der Sportwissenschaft analysieren und bearbeiten, wie auch Lösungen aus einer integrativen Sichtweise durch Vernetzung mit anderen Wissensgebieten erarbeiten. • entwickeln ein grundlegendes Verständnis in ausgewählten Teildisziplinen der Sportwissenschaft. • kennen die physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind und kennen die gesundheitlichen und sportlichen Konsequenzen von Doping sowie deren tiefgreifende Einwirkung auf die Gesellschaft. • können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. • entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.		
Lehrinhalte	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel trainingswissenschaftlicher Prozesse und physiologischer Strukturen und ihre Bedeutung für sportliche Bewegungen und das sportliche Training.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sport & Gesundheit /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Storytelling	Umfang:	
STO		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: bb.STO.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Friedmann, J. (2018). Storytelling. Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, München: UVK. Sammer, P. (2025). Storytelling. Grundlagen, Best Practices und kreative Impulse, Heidelberg: dpunkt (O`Reilly). Schach, A. (Hg.) (2017). Storytelling. Geschichten in Text, Bild und Film, Springer Gabler, Wiesbaden: Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: bb.STO.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • lernen die theoretischen Grundlagen des Storytellings mit besonderem Fokus auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich kennen. • erwerben die Fähigkeit, narrative Strategien und Methoden kreativ auf konkrete Projekte anzuwenden und eigene Geschichten zielgruppenspezifisch zu entwickeln. • erhalten vertiefte Einblicke in verschiedene technische Umsetzungsmöglichkeiten von Storytelling-Formaten und erproben diese auch selbst im analogen und/oder digitalen Raum.		
Lehrinhalte	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: bb.STO.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Storytelling ist eine strategische Erzählmethode, in der zielgerichtete Botschaften in Form einer Geschichte kommuniziert werden. Faktenbasierte Inhalte werden dabei emotionalisiert aufbereitet, sodass die Informationen nachhaltig im Gedächtnis der Empfänger:innen gespeichert werden. Sowohl im Kulturbereich als auch im Sport- und Veranstaltungssektor spielt Storytelling eine immer wichtigere Rolle. Im Kulturbereich geht es in erster Linie darum, Formate zu entwickeln, die kulturelle Gedächtnisinhalte entweder im analogen oder digitalen Raum auf spannende Weise aufbereiten und auf innovative Art zugänglich machen. Im Sportsektor geht es in erster Linie darum, mithilfe von inspirierenden und/oder berührenden Geschichten rund um Athlet:innen, Teams, Wettkämpfe oder Fans Emotionen zu wecken, Identifikation zu schaffen und das Publikum langfristig zu binden. In der Veranstaltungsbranche kommt Storytelling immer häufiger bei Produktpräsentationen und anderen Business Events zum Einsatz und dient in erster Linie dazu, spannende Erlebnisse zu kreieren und Identifikationsmöglichkeiten zu schaffen. Im Kurs entwickeln die Studierenden eigene Storytelling-Formate für den Kultur- und Sportbereich und setzen diese von der theoretischen Konzeption bis zur praktischen Realisierung auch selbst um.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: bb.STO.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Storytelling /ILV / LV-Nr: bb.STO.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Projekt		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement I	Umfang:	
VAM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bowdin, G. A.J., Allen, J., O´Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2023). Events Management. Butterworth-Heinemann, Oxford. Jäger, D. (2018). Grundwissen Eventmanagement (3., überarbeitete und erweiterte Auflage). UVK Verlag, München.		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation. • kennen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzpte erstellen. • kennen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. • werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. • können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden. • reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie in der Lage sind, eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vorzunehmen. • gewinnen dabei ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events.		
Lehrinhalte	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet. Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt. Die Phasen der Eventorganisation und -konzeption werden gezeigt. Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt. Konzepte für Businesssevents werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung in das Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Wissenschaftliche Methoden	Umfang:	
MET		6	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester 5. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bryman, A. (2012). Social Research Methods. Oxford University Press. Braun, V. & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Thousand Oaks: Sage. Gizzi, M., & Rädiker, S. (2021). The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MaxQDA. MaxQDA Press		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Brosius, F. (2018). SPSS: Umfassendes Handbuch zu Statistik und Datenanalyse. 8. Auflage. Bonn: mitp. Bryman, A. (2015). Social Research Methods. 5th edition. Oxford: Oxford University Press. Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Auflage. München: De Gruyter Oldenbourg. Schuster, T., & Liesen, A. (2017). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. Springer Berlin Heidelberg. Eckstein, P. P. (2018). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: Eine realdatenbasierte Einführung in SPSS. 6 Auflage. Springer Gabler		
Kompetenzerwerb	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis für qualitative Forschungsmethoden (insbesondere Datenerhebung, -analyse und -interpretation). • lernen, diese Methoden praktisch anzuwenden und die Ergebnisse empirischer Studien zu präsentieren und zu bewerten. • sind außerdem in der Lage, Fachtexte zu qualitativen Forschungsmethoden zu verstehen, um Erkenntnisse aus qualitativen Studien in ihrer zukünftigen beruflichen Tätigkeit aufzunehmen und kritisch zu reflektieren.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen die grundlegenden Methoden quantitativer Forschung – von der Datenerhebung über die Analyse bis zur Interpretation – und wenden diese praxisnah an. • entwickeln eigenständig valide Umfragesettings, werten die erhobenen Daten mit geeigneten Software-Tools aus und interpretieren die Resultate adressatengerecht. • reflektieren und bewerten kritisch verschiedene statistische Verfahren, wählen das passende Instrumentarium aus und begründen ihre Entscheidungen nachvollziehbar. • sind fähig, empirische Befunde strukturiert darzustellen, sind in der Lage, deren Aussagekraft zu reflektieren, und verstehen es, die Erkenntnisse in Handlungsempfehlungen zu überführen.		
Lehrinhalte	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte und Methoden der qualitativen Sozialforschung werden anhand interaktiver Aktivitäten vorgestellt und geübt, insbesondere durch die Durchführung von Interviews und thematischen Analysen. Der Wert der qualitativen Forschung, ihre philosophischen Grundlagen und alternative Methoden der Datenerhebung werden ebenfalls diskutiert und reflektiert. Am Ende sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Methoden der qualitativen Sozialforschung zu verstehen und anzuwenden.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Veranstaltung behandelt die Konzepte und Methoden der uni- und bivariaten quantitativen Sozialforschung. Themenschwerpunkte sind deskriptive und inferenzstatistische Verfahren, parametrische und nicht-parametrische Tests, Entwicklung und Auswertung von Umfragen, Gestaltung und Einsatz verschiedener Skalen- und Rating-Skalen-Formate, softwaregestützte Datensatzanalysen sowie zielgerichtete Segmentierung und Interpretation von Daten.		

Lehr- und Lernmethoden	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Qualitative Research Methods (E) /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Elective I	Umfang:	
ELE1		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page. S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge Kruyen, P., André, S., Heijden, B. van der, & Edward Elgar Publishing. (2024). Maintaining a Sustainable Work-Life Balance: An Interdisciplinary Path to a Better Future (First edition). Northampton: Edward Elgar Publishing.		
Kompetenzerwerb	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. • können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. • kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. • können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Work-Life-Management • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective in SKVM I /ILV / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
------------------------------	--

Modulnummer:	Global Sports Business	Umfang:	
GSB		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: bb.GSB.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Desbordes, M., Aymar, P., & Hautbois, C. (2019). The global sport economy. Routledge. Foster, G., O'Reilly, N., & Dávila, A. (2020). Sports business management: Decision making around the globe. Routledge. Nauright, J., & Zipp, S. (2020). Global Markets and Global Impact of Sports. Routledge. Pitts, B. G., & Zhang, J. J. (2020). Global Sport Business - Managing Resources and Opportunities. Routledge. Westerbeek, H., & Karg, A. (2022). International sport business: current issues, future directions. Routledge. Zhang, J. J., Pitts, B. G., & Johnson, L. M. (Eds.). (2021). International Sport Business Management: Issues and New Ideas. Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: bb.GSB.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Strukturen, Trends und Akteur:innen der globalen Sportindustrie. • verfügen über ein grundlegendes Verständnis der internationalen Sportpolitik, des grenzüberschreitenden Marketings, der internationalen Expansionsstrategien und der wichtigsten Aspekte des Managements eines internationalen Sportunternehmens. • werden auch in der Lage sein, bestehende Herausforderungen, denen sich Sportorganisationen auf internationaler Ebene gegenübersehen, kritisch zu analysieren.		
Lehrinhalte	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: bb.GSB.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Der Kurs führt die Studierenden in den Bereich der globalen Sportindustrie ein, einschließlich internationaler Verbände, Sportligen und Sportvereine, die auf internationalen Märkten tätig sind. Die Studierenden erforschen den internationalen Governance-Rahmen, die Rolle transnationaler Sportorganisationen und anderer wichtiger Interessengruppen wie Sponsoren oder Medien. Zu den Themen gehören verschiedene Internationalisierungsstrategien, Sportdiplomatie, Sportmarketing und Branding, Migration von Athlet:innen und Arbeitsfragen sowie Digitalisierungsstrategien in verschiedenen Märkten. Fallstudien aus verschiedenen Märkten veranschaulichen die unterschiedlichen Geschäftspraktiken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: bb.GSB.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Global Sports Business (E) /ILV / LV-Nr: bb.GSB.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement II	Umfang:	
KUM2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Bartelt, D., Kreßner, T., Sterblich, U., & Theil, A. (2015). Das Crowdfunding-Handbuch. Ideen gemeinsam finanzieren. Orange Press. Birnkraut, G. (2024). Evaluation im Kulturbetrieb. Werteorientierung, Wirkungsmessung, Impact. VS Verlag. Frohne, J., Nowidat-Altmann, B., & Scheytt, O. (2015). Kultursponsoring. Leitfaden für kreative Allianzen. Springer VS. Gerlach-March, R., & Pöllmann, L. (2019). Kulturfinanzierung. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. VS Verlag. Hausmann, A., & Liegel, A. (Hg.). (2018). Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur. Rahmenbedingungen, Akteure und Management. Transcript. Heinze, T. (2009). Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. 4. Auflage. VS Verlag. Höhne, S., Teissl, V., & Tröndle, M. (2015). Zeitschrift für Kulturmanagement: Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Transcript. Hoppe, B.M., & Heinze, T. (2016). Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. VS Verlag. Jansen, Isabel (2020). Crowdfunding ist Networking. In C. Holst (Hg.), Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor (S. 159-168). Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erhalten fundierten Einblick in Zusammenhänge und Strategien der Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung, Sponsoring und Crowdfunding. • sind in der Lage, die verschiedenen Finanzierungsmodelle in ihren Grundsätzen zu unterscheiden, sie in sektoren- und spartenspezifische Kontexte einzuordnen und in ihrem jeweiligen Gesamtzusammenhang darzustellen. • verfügen über die Fähigkeit, die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen differenziert zu erläutern und in der Praxis anzuwenden. • sind darüber hinaus mit den Grundzügen von Evaluationsinstrumenten wie Methoden der Impactmessung vertraut und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen im Hinblick auf die Evaluation von Förderungen zu diskutieren und argumentieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Kulturfinanzierung ist ein zentrales Aufgabenfeld, da sie kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts signifikanter Budgetkürzungen öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit, einer wachsenden Angebotsdichte im analogen wie im digitalen Raum sowie sich wandelnder Publika mit der einhergehenden Notwendigkeit der Konzeption neuer Programmformate zählt die Kenntnis unterschiedlicher Modelle und Strategien der Kulturfinanzierung zu den Kernkompetenzen von Kulturmanager:innen. Um dem komplexen Gegenstandsbereich der Kulturfinanzierung gerecht zu werden, wird er im Seminar auf zwei Ebenen betrachtet: Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und der Erwerb praktischer Fähigkeiten im Hinblick auf Finanzierungsakquise und deren Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen und Verfahrensstandards der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring, Crowdfunding und anderer alternativer Finanzierungsformen als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Auf der ideellen und ideologischen Metaebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend und werden konstitutiv in die Seminardiskussion einbezogen, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft erfordert sowohl eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme als auch die Vermittlung eines Verständnisses für die Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturfinanzierung /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Medienkommunikation	Umfang:	
MED		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Baecker, D. (2008): Kommunikation. Reclam. Burkart, R. & Hömberg, W. (2015): Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press. Merten, K. (2010): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Lit-Verlag. Schmidt, A. (2018): Medien und Medienkommunikation. Nomos. Sutter, T. (2012): Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien. Campus Verlag. Kokoschka, V. (2025) Nachhaltigkeit in der Medienkommunikation: Ethische Anforderungen und Praktische Lösungsansätze. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft		
Kompetenzerwerb	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut. • sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich der analogen und digitalen PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten. • können sich kritisch und selbstkritisch ausdrücken.		
Lehrinhalte	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseausendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet. Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen. Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen. Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Sportmanagement II	Umfang:	
SPM2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Bruhn, M., & Rohlmann, P. (2022). Sportmarketing: Grundlagen–Strategien–Instrumente. Springer Desbordes, M. & A. Richelieu (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. Routledge. Kennedy, H., Gonzales, J., & Pegoraro, A. (2022). Digital Sport Fandom. Routledge handbook of sport fans and fandom. Routledge. Horch, H. D., Schubert, M., & Walzel, S. (2024). Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Wiesbaden: Springer Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2022). Grundlagen des Marketing. Pearson. Uhrich, S. (2019). Teamsport Management: eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung. Springer. ork: Routledge. Grimmer, C. G. (Ed.). (2016). Der Einsatz Sozialer Medien im Sport: Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung. Springer-Verlag. Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2018). Strategic sport communication. Human Kinetics. Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). Sports marketing: A strategic perspective. London: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über grundlegendes Fachwissen zu den Spezifika des Marketings verschiedener Typen von Sportanbietern. • kennen zentrale Konzepte, Theorien und empirische Befunde des Sportmarketings, des Sportsponsorings sowie der Kommunikation im Sport und können diese kritisch reflektieren. • können Zusammenhänge zwischen dem Marketing im Sport und dem Marketing durch Sport erkennen und in Aufgabenstellungen anwenden. • entwickeln Lösungsansätze für praxisnahe Fragestellungen und können diese präsentieren. • vertiefen ihre Fähigkeiten, kritisch zu denken und sich entsprechend auszudrücken. • vertiefen außerdem ihre Teamwork-Fähigkeiten durch die Gruppenarbeit.		
Lehrinhalte	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Konzepte, Theorien und Befunde der Vermarktung von und durch Sport werden behandelt und reflektiert. Dies beinhaltet die Vermarktung an den Sportkonsumenten (Zuschauenden und Teilnehmende), die Positionierung, Marketingstrategie und den Marketingmix im/durch Sport sowie das Thema Sport und Marke. Auch die Möglichkeiten, Grenzen, Aktivierung im Sportsponsoring, Social Media Marketing, und Kommunikation sowie die neuen digitalen Entwicklungen im Sportmarketing werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmarketing /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Study Trip	Umfang:	
STR		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Browaey, M Marie-Joëlle & Price, Roger (2019). Chapter 2: Dimensions of Culture: Hofstede and GLOBE. In Understanding Cross Cultural Management (4th ed). Harlow, United Kingdom: Pearson. Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media. Richards, G., Palmer, R. (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam.		
Kompetenzerwerb	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben im Rahmen einer Studienreise in komprimierter Form interkulturelle Erfahrungen. • erwerben die Fähigkeit sich kritisch auszudrücken. • synthetisieren Fachwissen und theoretisches Wissen aus Projektmanagement und Teambuilding zur Fähigkeit, eigenständig komplexe Projekte aufzusetzen, zu organisieren, umzusetzen und zu evaluieren.		
Lehrinhalte	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Durch die Studienreise wird den berufsbegleitend Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, interkulturelle Kompetenz zu erwerben. Unter Anleitung der Lehrveranstaltungsleitung informieren sich die Studierenden über potenzielle Studienreiseziele, recherchieren relevante Daten und Fakten des Ziellandes und organisieren das Programm: Die Woche in internationalem Umfeld ist geprägt von Unternehmens- und Institutionsbesuchen, Lehrveranstaltungsbesuchen an Partnerhochschulen sowie Vorträgen und Veranstaltungen im Kompetenzbereich Social Skills. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die Studierenden ein Verständnis für die kulturellen und gesellschaftlichen Hauptströmungen des betreffenden Landes erwerben. Diskussionen mit Fach- und Führungskräften, Besuche bei Außenwirtschaftszentren, Wirtschafts- und Sozialverbänden runden die internationalen und persönlichkeitsbildenden Erfahrungen der Studienreise ab.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Teilnahme		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement II	Umfang:	
VAM2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Reic, I. (2016). Events Marketing Management: A consumer perspective. London: Routledge. Bowdin, G. A.J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2023). Events Management. Butterworth-Heinemann, Oxford. Ziakas, V. (2021). Crisis Management and recovery for events: impacts and strategies. Oxford: Goodfellwo Publisher Limited		
Kompetenzerwerb	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erfahren Kenntnisse über die Nachlaufphase der Eventorganisation sowie die theoretischen Grundlagen von Finanzrechnung und Budgetierung, Vermarktung von Events, Eventevaluierung, sowie Nachhaltigkeit von Events. • beherrschen somit das Wissen über die Prozesse und Inhalt aller drei Phasen der Eventorganisation und können umfassende Eventkonzepte erstellen und integrierte Eventmanagementtechniken und -werkzeuge anwenden. • sind dazu befähigt, Events, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. • sind mit den verschiedenen Wissensbereichen und Werkzeugen in Bezug auf Veranstaltungsmanagement und -marketing vertraut. • sind außerdem befähigt, Events zu beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anzuwenden. • haben einen kritischen Umgang mit relevanten Konzepten und Werkzeugen und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren und anzuwenden.		
Lehrinhalte	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Finanzrechnung und Budgetierung: Erstellung von Budget und Cash-Flow, Break-Even-Analyse Vermarktung von Events: Segmentierung, Zielgruppenansprache, Wettbewerbsanalyse, Positionierung, Marketing-mix (9Ps), Integrierte Marketingkommunikationsstrategie Nachlaufphase der Eventorganisation: Entwicklung der Nachlauf/Nachbereitungspläne in der Planungsphase Eventevaluierung: Zwecke, Gegenstand, Methoden und Phasen der Eventevaluierung Nachhaltigkeit: Begriffserklärung, Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung, Auswirkungen von Veranstaltungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt inkl. Auswirkungen auf die Infrastruktur in der Destination, die Einflüsse auf und Auswertungsmethoden der umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit von Veranstaltungen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Strategisches Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Fremdsprache	Umfang:	
FRS		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: B2-C1+ (GER - Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen) / 4. Semester: B2-C1+ (GER - Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen)		
Vorkenntnisse	3. Semester: Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau B2+/C1 mit Ziel C1: Niveau B2 oder Englisch Aufbaukurs/Vorbereitungskurs Englisch / 4. Semester: Wirtschaftsenglisch für akademische und professionelle Zwecke auf Niveau B2+/C1 mit Ziel C1: Niveau B2 oder Englisch Aufbaukurs/Vorbereitungskurs Englisch		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Business English I /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
	<u>Business English II /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
Kompetenzerwerb	<u>Business English I /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Die Teilnehmer:innen: • (B2 – Selbständige Sprachverwendung) Können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen und können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel anwenden. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.		
	<u>Business English II /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • (B2 – Selbständige Sprachverwendung) Können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen und können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel anwenden. • (C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse) Können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. • (C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) Können sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
Lehrinhalte	<u>Business English I /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.

Lehrinhalte	C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten die Sprache wirksam und flexibel anwenden und sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Müheleise Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
	<u>Business English II /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. In akademischen und wirtschaftlichen Kontexten die Sprache wirksam und flexibel anwenden und sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Müheleise Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Business English I /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Integrative Lehrveranstaltung gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
	<u>Business English II /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Integrative Lehrveranstaltung gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Business English I /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Portfolioprüfung
	<u>Business English II /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Angewandte Marketingplanung	Umfang:	
AMP		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2022): Grundlagen des Marketing, 86. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2023): Marketing-Management, 16. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2024): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 43. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2024): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 16. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente (z.B. Marktsegmentierung, Positionierung, Targeting, Marketingmix) in Realsituationen anwenden. • sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen (d.h. konkrete Vorschläge für Problemstellungen aus der Marketingpraxis) umzusetzen. • können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. • sind in der Lage, selbständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen. • sind in der Lage, im Team Fallstudien aus der Marketingpraxis kritisch zu analysieren und einen gemeinsamen Lösungsweg zu finden. • sind in der Lage, komplexe Sachverhalte klar und verständlich vor Publikum zu präsentieren und das Publikum mit ihren Vorschlägen zu begeistern.		
Lehrinhalte	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Trends im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Produkt- und Dienstleistungsmarketings, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und Marketing- und Projektablaufe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Event Sciences	Umfang:	
EVS		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: bb.EVS.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Moufakkir, O. & Pernecky, T. (2014). Ideological, Social and Cultural Aspects of Events. Wallingford (UK): CABI Publishing. Merkel, U. (2014): Power, Politics and International Events. Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: bb.EVS.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben einen Überblick über verschiedene sozialwissenschaftliche Theorien und Konzepte, die im engen Verhältnis zu Veranstaltungsmanagement stehen. • haben ein Verständnis dafür, wie diese Theorien und Konzepte im alltäglichen Umgang mit Veranstaltungen verankert sind und sie zur gesellschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen beitragen. • erkennen den kritischen Umgang mit Theorien und Konzepten und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren. • erkennen Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis. • beherrschen die schriftliche und verbale Kommunikation in der englischen Sprache.		
Lehrinhalte	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: bb.EVS.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Folgende sozialwissenschaftliche Themenbereich werden in dieser Lehrveranstaltung angeschnitten und im Kontext von Events behandelt: • Traditionen, Rituale und Riten • Erlebnis und Performance • Motivation • Gemeinschaft und Gesellschaft		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: bb.EVS.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Event Sciences (E) /SE / LV-Nr: bb.EVS.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement III	Umfang:	
KUM3		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Benington, J., & Moore, M. (Hg.) (2011). Public Value. Theory and Practice. Palgrave Macmillan. Bryson, J.M., Crosby, B.C., & Bloomberg, L. (Hg.) (2019). Creating Public Value in Practice. Advancing the Common Good in a Multi-Sector, Shared-Power, No-One-Wholly-in-Charge-World. Routledge. Holst, C. (Hg.) (2020). Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor. Springer Gabler. Holst, C. (2021). Digitale Kulturkommunikation. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung. Springer Gabler. Kulturstiftung des Bundes (Hg.) (2022). Diversitätskompass. Wie können Kulturinstitutionen diverser werden? Erfahrungen aus dem 360° Programm. Gallery Print. Mandel, B. (2016). Teilhabeorientierte Kulturvermittlung, Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Bielefeld: Transcript. Lang, S. (2015): Partizipatives Kulturmanagement Interdisziplinäre Verhandlungen zwischen Kunst, Kultur und Öffentlichkeit. Transcript. Lauer, T. (2019). Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 3. Auflage. Springer Gabler. Pöhlmann, L., & Herrmann, C. (Hg.) (2019). Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements. Springer Gabler. Renz, T. (2016). Nicht-Besucherforschung: Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript. Sternfeld, N. (2018). Das radikaldemokratische Museum. De Gruyter. Sunderbrink, S. (2023). Crashkurs Community Management. Erfolgreich Communitys aufbauen und pflegen. Haufe. Tokarski, K.O., Endrissat, N., & Kissling-Näf, I. (Hg.) (2024). Transformationen gestalten. Beiträge aus Forschung und Praxis des privaten und öffentlichen Sektors. Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • lernen wesentliche Ansätze und Strategien zeitgenössischer Kulturvermittlung (diversitätssensibel, diskriminierungskritisch und inklusionsorientiert) im analogen wie im digitalen Raum kennen und erhalten vertieften Einblick in kulturelle Wertschöpfungsketten im Resonanzraum gesellschaftlicher Öffentlichkeiten und demokratietheoretischer Maximen. • durchdringen vertieft ein Konzept der Kulturvermittlung, das der zukunftsorientierten Transformation des Kultursektors Rechnung trägt und auf einem demokratischen und dialogorientierten Mediations-Ansatz basiert. • erhalten dementsprechend erstens Einblick in den aktuellen Theoriediskurs sowie in gegenwärtige Tendenzen der (Nicht-)Besucher:innenforschung und entwickeln ein vertieftes Verständnis für die Hintergründe dieses Paradigmenwechsels in der Kulturarbeit. • lernen zweitens eine Reihe von analogen wie digitalen Good Practice-Beispielen kennen, anhand derer sie die praktische Umsetzung und Evaluation vielfältiger Vermittlungsmethoden und -strategien unmittelbar nachvollziehen und beschreiben können. • erlangen drittens die Fähigkeit, die erarbeiteten Praxisbeispiele in Relation zu den Theoriediskussionen zu beschreiben sowie diese auf der Folie aktueller gesellschaftspolitischer und technologischer Entwicklungen zu diskutieren und zu analysieren. • werden mit dem Konzept der Cultural Value Creation vertraut gemacht und setzen sich differenziert mit der Wertschöpfung in und durch kulturelle Bildung und Kulturvermittlung auseinander, nicht zuletzt vor dem Hintergrund sozialer Nachhaltigkeitsdebatten im Kontext der SDGs.		
Lehrinhalte	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u>		

	Der Kulturbetrieb befindet sich derzeit aufgrund tiefgreifender soziodemographischer, technologischer und gesellschaftlicher Veränderungen in einem umfassenden Transformationsprozess. Die Möglichkeit, analoge und digitale kulturelle Teilhabeangebote für alle Teilnehmer:innen der Gesellschaft zu schaffen, ist dabei eine der zentralen Aufgaben von Kulturinstitutionen. Dies liegt zum einen daran, dass seit geraumer Zeit ein Schwund traditioneller Publika zu verzeichnen ist und europäische Gesellschaften diverser und vielfältiger werden, was auch Kulturinstitutionen abbilden müssen, wenn sie diese un(ter)repräsentierten Publika erreichen und einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten wollen. Zum anderen stellen digitale Angebote der Medienindustrie eine zentrale Konkurrenz zu Kulturangeboten vor Ort dar und werfen die Frage auf, welche Rolle hochkulturelle Sparten wie öffentlich finanzierte Theater, Konzerthäuser und Museen in der Erlebnisgesellschaft spielen. Gleichzeitig erweitert die Digitalisierung aber auch den Rezeptionsraum und die Reichweite von Kulturangeboten und verändert Nutzerverhalten und Kulturerleben signifikant, wie nicht zuletzt die Covid19-Pandemie gezeigt hat. Wer auf welche Weise an Kultur teilhat, welche neuen Angebotsformate entstehen und welche Kulturbegriffe empirisch relevant sind, werden damit zur entscheidenden Forschungsfrage für ein zeitgemäßes Kulturmanagement. Der Kurs setzt sich daher intensiv mit diesen Entwicklungen auseinander beleuchtet vielfältige Ansätze zeitgenössischer kultureller Mediationsarbeit und Wertschöpfung, angefangen von Community Management und Demokratieförderung über Partizipation und Co-Kreation bis hin zu Gamification und Edutainment.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturvermittlung & Wertschöpfung /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
------------------------------	---

Modulnummer:	Praxisprojekt I	Umfang:	
PRA1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Bowdin, G.A.J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). Events Management (4th ed.). Routledge. Cornwell, T. B. (2014). Sponsorship in marketing : effective communication through sports, arts, and events. Routledge, New York. Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München. Smith, A. (2015). Events in the City: Using public spaces as event venues (1st ed.). Routledge. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen zielgerichtet einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • wenden zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen an, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • evaluieren die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch, identifizieren Optimierungspotenziale und sichern dadurch die Qualität zukünftiger Projekte. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsorientiert zu bewältigen. • erkennen die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit und setzen diese Kompetenzen gezielt ein, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Projekt		

Modulnummer:	Projektmanagement	Umfang:	
PRO		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) /PT / LV-Nr: bb.PRO.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute. (2021). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide) (7th ed.). Project Management Institute. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) /PT / LV-Nr: bb.PRO.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die Grundlagen der Projektplanung und -entwicklung und können diese in ihren praktischen Projekten anwenden. • kennen Projektorganisation und Planung (organisatorische Projektstruktur, operative Projektstruktur). • kennen Projektzuordnung, Situationsanalyse, Aufbau von Projektteams. • kennen Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines:r Projektmanagers:in. • kennen Methoden des Projektmanagements. • kennen Kostenplanung. • kennen Projektdurchführung und -controlling. • kennen Projektabschlussprozesse. • können standardisierte Projektmanagement-Software für die Planung von Projekten anwenden. • können den gesamten Planungs-, Ausführungs- und Stilllegungsprozess in einem Projekt anwenden.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (E) /PT / LV-Nr: bb.PRO.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Die Lehrveranstaltung folgt der Logik des Projektmanagementprozesses, beginnend mit den Grundlagen des Projektmanagements, der Definition von Projekten und den in der Realität auftretenden Unterschieden. Eine allgemeine Projektmanagementmethodik wird eingeführt und spezifische Methodiken werden untersucht. Die Studierenden werden in Gruppen Musterprojekte auf der Grundlage von Standard-Projektmanagementpraktiken aufstellen und Fallstudien ausarbeiten, Die Studierenden lernen, Planungstechniken für allgemeine Projekte und spezielle Techniken anzuwenden, die für die Planung von Veranstaltungsprojekten anwendbar sind.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (E) /PT / LV-Nr: bb.PRO.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (E) /PT / LV-Nr: bb.PRO.1 / 4.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Risikomanagement	Umfang:	
RIM		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Bardy, M. (2019). Crowd Management. In Veranstaltungssicherheit - Von der Praxis für die Praxis: Band 4: Kommunikation - Rettungstechnik und Sanitätsdienst - Crowdmanagement und Terrorismusvorbeugung (S. 25-61). Wien: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich. Event Safety Alliance. (2014). The Event Safety Guide. New York: Skyhorse Publishing. Festag, S. (2014). Umgang mit Risiken. Qualifizierung und Quantifizierung. Wien: Beuth Verlag. Helbing, D., & Mukerji, P. (25. 06 2012). Crowd disasters as systemic failures: analysis of the Love Parade disaster. Abrufbar von https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds7 Sports Grounds Safety Authority (2018). Guide to Safety at Sports Grounds		
Kompetenzerwerb	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die methodischen Grundlagen für die Erstellung eines Sicherheitskonzepts. • kennen die maßgeblichen Gefahrenquellen, die Einfluss auf die Besucher:innensicherheit bei Veranstaltungen nehmen. • können erläutern, wie Risikomanagement die Besucher:innensicherheit beeinflusst. • kennen das Verhalten von Menschen in Notfällen. • können Veranstaltungsbezogene Gefahrenquellen analysieren. • können Risikomanagement für Veranstaltungen anwenden. • können Risikobeurteilungen durchführen. • können präventive und reaktive Sicherheitsmaßnahmen entwickeln.		
Lehrinhalte	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> • Risikomanagement-System • Risikomanagement-Prozess: Schutzzieldefinition, Risikoidentifikation, Risikoanalyse, Risikobewertung, Möglichkeiten der Risikobewältigung • Risikokommunikation • Das menschliche Verhalten im Notfall (Herdenverhalten, Bewegungsmuster, Paniksituationen) • Methodische Grundlagen und Inhalte Sicherheitskonzeptes • Szenariobasierte und szenariounabhängige Maßnahmenplanung (Notfallplanung) einschließlich des zugehörigen Kommunikationskonzeptes • Fassungsvermögen von Veranstaltungsflächen: Berechnung von Flächenkapazitäten, Berechnung der benötigten Fluchtwegsbreiten, Einlassmanagement, Zirkulations- und Abstromplanung, Barrieren- und Barrikadenplanung • Informationsaufbereitung und -darstellung für Besucher:innen Eventspezifische Problematiken, einschließlich maßgeblicher Einflussfaktoren, werden mittels zahlreichen Fallbeispielen und Videos identifiziert, analysiert und Lösungsvorschläge zur zukünftigen Prävention erarbeitet. Den Abschluss der Lehrveranstaltung bildet ein Planspiel, in dem Situationen mit Notfall- und Krisenpotenzial simuliert werden. Durch das Erleben und Abarbeiten dieser Szenarien entwickeln Studierende die notwendigen Handlungs- und Lösungskompetenzen, um Notfälle während Veranstaltungen zu managen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Elective II	Umfang:	
ELE2		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page. S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge Kruyen, P., André, S., Heijden, B. van der, & Edward Elgar Publishing. (2024). Maintaining a Sustainable Work-Life Balance : An Interdisciplinary Path to a Better Future (First edition..). Northampton: Edward Elgar Publishing.		
Kompetenzerwerb	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. • können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. • kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. • können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Work-Life-Management • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective in SKVM II /ILV / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
------------------------------	---

Modulnummer:	Eventinszenierung	Umfang:	
EVI		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Graf, M. & Luppold, S. (2018). Event-Regie: Der spannende Weg vom ersten Konzept zur finalen Show – eine 360-Grad-Betrachtung der Live-Inszenierung. Wiesbaden: Springer Gabler. Gundlach, A. (2013). Wirkungsvolle Live-Kommunikation: Liebe Deine Helden: Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events. Wiesbaden: Springer Gabler. Knoll, T. (2015). Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur. Wiesbaden: Springer Gabler. Altenbeck, D. & Luppold, S. (2023), Inszenierung und Dramaturgie für gelungene Events. Wiesbaden. Springer Gabler Miller, C. (2014). Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd.		
Kompetenzerwerb	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen die Stellung von Events im Marketingmix und das Konzept „Dramaturgie“ und kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie sowie des Storytellings. • erwerben außerdem einen Überblick über klassische als auch neue Formen der Eventinszenierung (Events 2.0) und die damit verbundenen Kreativitätstechniken und Inszenierungsmöglichkeiten. • verstehen Ideen und komplexe Zusammenhänge zwischen Marketing und Inszenierung.		
Lehrinhalte	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Marketing: Rolle von Events im Marketing, Kommunikationsziele und Zielgruppe, Checklisten für Marketingevents, Programm-, Zeit- und Kostenplanung Dramaturgie: Der Begriff der Dramaturgie, die innere Bauform (Fokus auf das Storytelling und dessen Erläuterung aus Sicht der Neurowissenschaften) und äußere Bauform (Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) Inszenierung: Transmedia Storytelling, Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung, praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen, Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers, Selbstinszenierung der Eventleitung vor Ort Drehbuch: Neue Formen der Eventinszenierung(z.B. Events 2.0) und deren Entstehung neuer Eventformen, Social Media Marketing als Event-Tool, weitere interaktive Events 2.0 Tools		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Praxisprojekt II	Umfang:	
PRA2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Bowdin, G.A.J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). Events Management (4th ed.). Routledge. Cornwell, T. B. (2014). Sponsorship in marketing : effective communication through sports, arts, and events. Routledge, New York. Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München. Smith, A. (2015). Events in the City: Using public spaces as event venues (1st ed.). Routledge. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen zielgerichtet einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • wenden zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen an, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • evaluieren die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch, identifizieren Optimierungspotenziale und sichern dadurch die Qualität zukünftiger Projekte. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsorientiert zu bewältigen. • erkennen die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit und setzen diese Kompetenzen gezielt ein, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt II / PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Projekt		

Modulnummer:	Präsentations- & Verhandlungstechnik	Umfang:	
PVT		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Brandl, Peter (2015): Kommunikation. ... und was Sie darüber wissen sollten, um sich das Leben leichter zu machen. 2., Aufl. Offenbach: Gabal. Fritzsche, Thomas (2016): Souverän verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden. 2., erg. Aufl. Bern: Hogrefe. Pöhm, Matthias (2017): Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon? Abschied vom "Betreuten Lesen". Emotionale Rhetorik statt PowerPoint! 4., Aufl. o.A.: Pöhm Seminarfactory. Portner, Jutta (2015): Besser verhandeln. Das Trainingsbuch. 4., Aufl. Offenbach: GABAL Verlag. Oefner, M. (2024). Spouverän Auftreten in der Businesskommunikation: Erfolgsschlüssel für Verhandlungen, Präsentationen, Meetings und Gespräche. Wiesbaden. Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. • beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. • beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. • kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.		
Lehrinhalte	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet. Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt. Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt. Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt. Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation		

Modulnummer:	Sports & Cultural Sociology	Umfang:	
SOC		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: bb.SOC.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Bourdieu, Pierre (1984). Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste. Harvard University Press. Hall, J.R., Neitz, M.J., & Battani, M. (2003). Sociology on Culture. Routledge. Mills, C.W. (1959). The Sociological Imagination. Oxford. Roberts, K. (2016). Sports, Leisure and Social Theory. Routledge. Spillman, L. (2020). What is Cultural Sociology?. Polity. International Review for the Sociology of Sport International Journal of the Sociology of Leisure Cultural Sociology		
Kompetenzerwerb	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: bb.SOC.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein grundlegendes Verständnis der Soziologie und ihrer Beziehung zu Sport, Kultur und Freizeit. - sind in der Lage, grundlegende Konzepte und Theorien der Soziologie wie die kulturelle Produktion von Bedeutung, Differenz und die Struktur hinter Machtsystemen zu verstehen und zu erklären. - können diese auf reale Probleme in Sport, Kultur und Freizeit anwenden – einschließlich ihrer Beziehung zu sozialer Klasse, Status, ethnischer Zugehörigkeit und Geschlecht. - sind in der Lage, wissenschaftliche Texte aus den Bereichen Soziologie zu verstehen und zu bewerten und darüber nachzudenken, wie soziologisches Wissen die berufliche Praxis beeinflussen kann.		
Lehrinhalte	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: bb.SOC.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Erkenntnisse der Soziologie werden vorgestellt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder im Kontext des Sport- und Kulturmanagements verortet. Wichtige soziologische Ideen zur Struktur und Entwicklung von Gesellschaften werden vorgestellt und diskutiert, ebenso wie wichtige soziologische Konzepte im Zusammenhang mit sozialen Spaltungen in Bezug auf Klasse, Status, ethnische Zugehörigkeit und Geschlecht.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: bb.SOC.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports & Cultural Sociology (E) /ILV / LV-Nr: bb.SOC.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Wissenschaftliche Arbeit		

Modulnummer:	Sportmanagement III	Umfang:	
SPM3		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Hallmann, K. & Petry, K. (2013). Comparative Sport Development. Springer. Henry, I. & Ko, L. (2015). Routledge Handbook of Sport Policy. London, New York: Routledge. Houlihan, B. (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge. Robson, S. (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge. International Journal of Sport Policy and Politics.		
Kompetenzerwerb	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. • können grundlegende Konzepte und Theorien (und die entsprechenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, des Sportmanagements und der Sportgovernance sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern und vor dem Hintergrund einer späteren Karriere im Sport reflektieren. • sind in der Lage, Fachtexte aus den Bereichen Sportentwicklung und Governance im Sport zu verstehen und zu bewerten, um den Herausforderungen der verschiedenen Interessengruppen im Sport im Rahmen ihrer späteren beruflichen Tätigkeit kompetent zu begegnen.		
Lehrinhalte	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Erkenntnisse der Sportentwicklung, Sportentwicklungsplanung und Sportgovernance werden vor dem Hintergrund möglicher Berufsfelder aufgearbeitet und reflektiert. Es werden die zentralen Akteure der staatlichen Sportpolitik und die grundlegenden Maßnahmen der staatlichen Sportförderung analysiert. Auch die Frage, wie spezifische Sportentwicklungsziele durch Spitzensport, Events und Bewegungsförderung erreicht werden, wird betrachtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports Development & Governance (E) /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus	Umfang:	
TOU		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: bb.TOU.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Gibson, H. J., Lamont, M., Kennelly, M., & Buning, R. J. (2020). Active sport tourism: Global insights and future directions. Routledge. Hausmann, A. (Hg.) (2020): Handbuch Kulturtourismus im ländlichen Raum: Chancen – Akteure – Strategien Higham, J. & Hinch, T. (2018). Sport Tourism Development: Channel View. Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., & Pretenthaler, F. (2021). Tourismus und Klimawandel. Springer Nature. Richards, G. (2021) Rethinking Cultural Tourism. Edward Elgar Robinson, M., Smith, M.K. (2006). Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)Presentation. Channel View Publications. Roth, R., & Schwark, J. (2017). Wirtschaftsfaktor Sporttourismus: Ressourcenmanagement, Produkt- und Destinationsentwicklung (Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 19). Erich Schmidt Verlag. Schumacher, M. & Wiesinger, M. (2021) Finanzmanagement im Tourismus; Grundlagen und Praxis der Tourismusfinanzierung; Linde international. Smith, A. Guy, O.; Quinn, B. (Hg.) (2023): Festivals & the City. Teissl, V.; Seltenheim, K. (2018): Kulturtourismus in Tirol. Chancen und Widerstände in einer Alpenregion. Bielefeld: transcript.		
Kompetenzerwerb	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: bb.TOU.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die zentralen Theorien, Strukturen und Akteure im Feld des Sport-, Kultur- & Eventtourismus. • kennen spezifischen Herausforderungen und Potenziale von Sport-, Kultur- & Eventtourismus in urbanen und ländlichen Räumen. • sind in der Lage, verschiedene Formen des Sport-, Kultur- & Eventtourismus systematisch zu unterscheiden, Angebots- und Nachfrageseiten zu analysieren sowie ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen kritisch zu reflektieren. • kennen die aktuelle Herausforderungen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Eventisierung im internationalen Kontext und können Lösungsvorschläge erarbeiten. • verstehen den Zielkonflikt zwischen Tourismus- und Kulturbetrieben, können ihr Wissen in strategisch produktiver Weise anwenden. • wissen um den Stellenwert von Kooperationen für wertorientierten und nachhaltigen, ethischen und innovativen Kulturtourismus. • sind vertraut mit gängigen Strategien wie Kultur-Erbe-Routen, Themenwegen, Erinnerungskultur und Festivaltourismus auf europäischer und nationaler Ebene. • wissen, wie strategische Planung, Evaluation und Steuerung von sport- und eventtouristischen Angeboten und Destinationen umgesetzt werden können.		
Lehrinhalte	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: bb.TOU.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u>		

	Im Mittelpunkt des Themenfokus „Sporttourismus“ stehen dessen Grundlagen, Erscheinungsformen und Entwicklungen aus interdisziplinärer Perspektive. Es beinhaltet die Segmentierung sporttouristischer Zielgruppen, Motivationstheorien, Destinations- und Eventmanagement, Stakeholder-Analysen sowie politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Darüber hinaus werden zentrale Querschnittsthemen wie die touristischen Effekte von Mega-Sportevents, nachhaltige Tourismusstrategien im Spannungsfeld zwischen Nutzung und Schutz natürlicher Ressourcen sowie Anforderungen an die sporttouristische Infrastrukturentwicklung behandelt. Auch die Herausforderungen durch Digitalisierung, Globalisierung und Klimaerwärmung in der Konzeption und Steuerung sporttouristischer Angebote sind Bestandteil des Kurses. Im Mittelpunkt des Themenfokus „Kulturtourismus“ stehen Herausforderungen und Potenziale: Während Zielkonflikte zwischen Kultur- und Tourismuseinrichtungen insbesondere Formen der Kooperation und der Ambiguitätstoleranz erfordern, sind die Potenziale von Kulturtourismus mannigfaltig: Mit nachhaltigen, inklusiven und authentischen Angeboten erhöhen kulturtouristische Angebote die Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen, unterstützen Imagewandel und entfalten positive und soziokulturelle und -ökonomische Effekte. Als erinnerungs- und erlebensintensive Form spricht Kulturtourismus unterschiedliche Zielgruppen an und kann so zur Internationalisierung von Herkunftsländern und Ansprache jüngerer Generationen beitragen. In Destinationen ohne touristische Merkmale wie Alpen oder Meer ermöglicht Kulturtourismus die Aufwertung zur Destination. Im Mittelpunkt des Themenfokus „Eventtourismus“ stehen dessen Grundlagen, Erscheinungsformen und Wirkungen. Es behandelt die zunehmend prägende touristische Nachfrage und die Rolle als zentrales Instrument zur Profilbildung von Destinationen. Diskutiert werden die komplexen Zielkonflikte zwischen ökonomischen Interessen, städtischer Infrastruktur, Sicherheitsanforderungen und Nachhaltigkeitsaspekten als auch die Potenziale im Eventtourismus in der Stärkung regionaler Wertschöpfung, der internationalen Sichtbarkeit sowie der sozialen und kulturellen Belebung. Darüber hinaus werden Erlebniskonzepte, Stakeholder-Analysen sowie rechtliche und politische Rahmenbedingungen beleuchtet.
--	---

Lehrinhalte	Mittels Fallstudien und aktuellen empirischen Befunden werden theoretische Ansätze mit praktischen Anwendungen verbunden.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: bb.TOU.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sport-, Kultur- & Veranstaltungstourismus /ILV / LV-Nr: bb.TOU.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Sports, Culture & Business Venues	Umfang:	
VEN		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Rogers, T., Davidson, R. (2006) Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events (Events Management) Berners, P. (2019) The practical guide to managing event venues. Routledge, New York		
Kompetenzerwerb	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • besitzen die Fähigkeit, den Bedarf für die Errichtung von neuen Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen zu analysieren und zu bewerten. • sind vertraut mit den Stakeholdern bei der Konzeption von Infrastruktur (Behörden, Auftraggebern, Investoren, zukünftigen Betreibern) und verfügen über die Kompetenz, mit allen zu verhandeln. • verfügen über das notwendige Know-how für die effiziente Vermarktung und das ökonomische Management der Immobilien. • kennen die besonderen Anforderungen an die Entwicklung bzw. das Vermarkten und den Betrieb von Infrastruktur in den Bereichen Sport (Indoor Hallen, Outdoor Sportstätten), Kultur (Theater, Museen, Outdoor Bühnen), und Business (Konferenzzentren, Kongresshäuser). • verstehen den Unterschied in der Nutzung von permanenter und temporärer Infrastruktur und verstehen den Lebenszyklus der Infrastruktur.		
Lehrinhalte	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Sports Venues I. Allgemeine Einführung in das Sportimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private Eigentümer:innen II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Sportinfrastruktur Indoor Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor Monofunktionale vs. Multifunktionale Sportstätten III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private Betreiber:innen Nutzungskonflikte Leistungs- vs. Breitensport Akquisition von Nutzer:innen – Vermarktungsstrategien Cultural Venues I. Allgemeine Einführung in das Kulturimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private Eigentümer:innen II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Kulturinfrastruktur Indoor (Museen, Theater, Opernhäuser) Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor (Festivals, Konzerte, Festspiele) Monofunktionale vs. Multifunktionale Kulturstätten Temporäre vs. Permanente Kulturinfrastruktur III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private Betreiber:innen Akquisition von Nutzer:innen – Vermarktungsstrategien Business Venues I. Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilenmanagement Öffentliche vs. Private Eigentümer II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (Gartenschauen, Waterfront Development) III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private Betreiber Nutzungskonflikte Akquisition von Nutzern – Vermarktungsstrategien		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Berufspraktikum	Umfang:	
BER		20	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Maturant:innen und/oder entsprechende Vorbildung, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: bb.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Stackelberg, B. (2013). Karrierestart für Hochschulabsolventen: Selbstbewusst. Erfolgreich. Authentisch. München: Vahlen Verlag		
Kompetenzerwerb	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: bb.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über die Kompetenz, ihr praxisbezogenes Erfahrungswissen kritisch zu reflektieren und mit theoretisch fundiertem Wissen zu verknüpfen, um ihr berufliches Umfeld neu zu verstehen und einzuordnen. • sind in der Lage, komplexe und sich verändernde Projektumgebungen differenziert zu bewerten und geeignete Lösungsstrategien auf Basis neuer Erkenntnisse und Argumentationen zu entwickeln. • besitzen ausgeprägte soziale Kompetenzen, insbesondere Teamfähigkeit, und können diese in unterschiedlichen beruflichen Kontexten situationsangemessen einsetzen.		
Lehrinhalte	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: bb.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Das Berufspraktikum ergänzt die theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und die Bearbeitung praxisrelevanter Fragestellungen. Mit einem Umfang von mindestens 500 Stunden stellt es sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in ein möglicherweise thematisch neues Berufsleben zurechtfinden. Dabei erhalten sie die Möglichkeit, berufliche Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen kritisch zu reflektieren und neu zu durchdenken.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: bb.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Praktikum		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Berufspraktikum /BPR / LV-Nr: bb.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Praktikumsbericht		

2.4 Berufspraktikum

Die Studierenden wählen selbständig eine Praktikumsstelle. Dabei können sie auf das umfangreiche Angebot an Praktikumsanzeigen der Hochschule Kufstein Tirol zurückgreifen. Die Studiengangsleitung prüft die fachliche Übereinstimmung der Praktikumsstätigkeiten zu den Studieninhalten und den Qualifikationsprofilen des Studiengangs. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studiengangs entspricht und ob der:die Studierende seinem:ihrer Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Ein ausführlicher Praktikumsleitfaden unterstützt die Studierenden bei der Organisation in ihrem Praxissemester; bei Fragen und Unterstützungsbedarf stehen den Studierenden zudem IRO und Studiengangsleitung zur Verfügung.

Das Berufspraktikum ist von den Studierenden mittels Formblatts (= Arbeitsplatzbeschreibung) zu beantragen. Das Formblatt enthält die zentralen Daten des:der 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.

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 und eine Präsentation 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 von dem: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:der Studierenden nicht gewährleistet sind, wird die entsprechende Praktikumsstelle für die Zukunft ausgeschlossen. Eine Liste und die Berichte zu den Praktikumsplätzen stehen den jeweils nachfolgenden Studierenden über die Lehrplattform Moodle zur Verfügung.

2.5 Auslandssemester

Der Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement sieht seit seinem Start im 5. Semester im Vollzeitstudiengang ein verpflichtendes Auslandssemester an einer Partnerhochschule der Hochschule vor. Insgesamt muss ein Workload von 30 ECTS an der betreffenden Partnerhochschule nachgewiesen werden.

Für den Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement werden den Studierenden im Rahmen der Vorbereitung auf das Auslandsstudium ausgewählte Institutionen genannt, welche sich besonders für den Studiengang eignen. Die Listung der Institutionen beruht auf langjährigen historischen Erfahrungen kombiniert mit passenden Neuzugängen. Dabei wird darauf geachtet, dass die im Ausland absolvierten Lehrveranstaltungen einen Bezug zu den Themen des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement haben (insbesondere in den Bereichen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmarketing, International Culture Studies und Business Studies). Damit wird gewährleistet, dass die Studierenden eine Vertiefung in den relevanten Fächern erhalten, damit die angestrebten Kompetenzen entwickelt werden können. Mit dem Auslandsstudium werden auch interkulturelle und sprachliche Kompetenzen entwickelt, welche in der Praxis eine hohe Relevanz besitzen. Zudem sind die Studierenden angehalten, ihren Auslandsaufenthalt zum größten Teil selbständig zu organisieren (bspw. Suche nach Unterkunft, Anmeldung bei der Partnerhochschule, Beschaffung von erforderlichen Dokumenten für die Anmeldung und die Anreise in das betreffende Land etc.).

Das International Relations Office (IRO) der FH Kufstein veranstaltet in Zusammenarbeit mit den Studiengängen im Wintersemester eines jeden Jahres eine Informationsveranstaltung zu den Themenbereichen Auslandssemester und Praktika, ebenso gibt es jährlich die Messe „Exchange Fair“. Zudem steht das IRO laufend für Beratung zur Verfügung. Die Hochschule Kufstein Tirol verfügt über 250 Kooperationshochschulen. Die Studierenden benennen ihre bevorzugten Partnerhochschulen und erhalten dann, basierend auf einem Notenranking, die Zuteilung. Des Weiteren wählen die Studierenden Kurse im

Umfang von 30 ECTS. Die Kursauswahl der Studierenden wird von der Studiengangsleitung auf Äquivalenz geprüft und im Learning Agreement festgehalten. Nach Freigabe durch die Studiengangsleitung wird das Learning Agreement vom IRO unterzeichnet. An der Partnerhochschule muss das Learning Agreement von dem dortigen IRO gegengezeichnet werden. Bei Änderung der Kursauswahl muss das Beiblatt Changes to the Learning Agreement ausgefüllt und umgehend an das IRO in Kufstein bzw. an die zuständige Studiengangsleitung zur Genehmigung vorgelegt werden.

Die Anerkennung des geleisteten Studienprogrammes im Ausland wird anhand des Transcript of Records der Gasthochschule bestätigt und dem Anerkennungsbescheid beigelegt.

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Die Zugangsvoraussetzungen an der Hochschule Kufstein Tirol sind entsprechend den nachfolgenden Bestimmungen geregelt:

1. Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG idgF; er gilt für **Personen mit allgemeiner Universitätsreife**.

2. **Personen ohne Reifeprüfung** müssen eine **Studienberechtigungsprüfung** entsprechend § 64 a UG 2002 idgF ablegen. Diese Personen erlangen nach Maßgabe einer Verordnung des Rektorats einer Universität durch Ablegung der Studienberechtigungsprüfung die allgemeine Universitätsreife für Bachelorstudien einer Studienrichtungsgruppe. Der erfolgreiche Abschluss der Studienberechtigungsprüfung berechtigt somit zur Zulassung zu allen Studien jener Studienrichtungsgruppe, für welche die Studienberechtigung erworben wurde.

Die Studienberechtigungsprüfung kann entsprechend einer Verordnung des Rektorats einer Universität für bestimmte Studienrichtungsgruppen erworben werden, wobei für die Hochschule Kufstein Tirol folgende Studienrichtungsgruppe einschlägig ist: Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Studien (z.B. Betriebswirtschaft, Wirtschaftspädagogik, Statistik, Soziologie).

Bewerber:innen, die eine 3-jährige **berufsbildende, mittlere Schule** abgeschlossen, eine **Ausbildung im dualen System** absolviert, oder eine **facheinschlägige deutsche Fachhochschulreife** erlangt haben, erlangen durch Zusatzprüfungen in den Fächern Deutsch, Englisch und Mathematik die Berechtigung zum Studium an der Hochschule Kufstein Tirol. Im Fall der deutschen Fachhochschulreife muss die Zusatzprüfung nur in jenen der drei Fächer absolviert werden, in denen die Zeugnisnote „Mangelhaft“ oder schlechter lautet. Alle Zusatzprüfungen müssen vor Antritt des dritten Semesters erfolgreich absolviert werden.

3. Für **Personen mit einschlägiger dualer Ausbildung** gilt der **Lehrabschluss** in einer der folgenden **Fachbereiche** nach der jeweils gültigen Bekanntgabe des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend als Zugangsvoraussetzung:

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

4. **Personen mit Abschluss** einer der folgend genannten, mindestens dreijährigen, einschlägigen **berufsbildenden mittleren Schulen** können ebenfalls zugelassen werden:

- Hotelfachschule, Tourismusfachschule, Gastgewerbefachschule
- Kaufmännische Schulen
- Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Fachschulen
- Fachschulen für wirtschaftliche Berufe
- Wirtschaftsfachschule
- Fachschulen für land- und forstwirtschaftliche Berufe
- Handelsschulen

5. Ist die Gleichwertigkeit ausländischer Zeugnisse im Hinblick auf die Inhalte und die Anforderungen einer österreichischen Reifeprüfung nicht gegeben, so sind in den Fächern Englisch und Mathematik bis

zum Studienstart Ergänzungsprüfungen abzulegen. Entsprechende Prüfungen können entweder bei externen Anbietern oder an der Hochschule Kufstein Tirol International Business School gegen Gebühr abgelegt werden.

Neu entstehende Lehrberufe in ähnlichen Fachrichtungen sind entsprechend anzuerkennen.

Der **Personenkreis unter Ziffer 3. und 4.** muss als Eingangsvoraussetzung bis zu Beginn des dritten Semesters **Zusatzprüfungen** absolvieren und falls erforderlich entsprechende Vorbereitungslehrgänge belegen. Dies ist an der International Business School der Hochschule Kufstein Tirol möglich.

Folgende Zusatzprüfungen sind für diesen Personenkreis erforderlich:

- Deutsch
- Englisch
- Mathematik

Nachfolgend eine Übersicht, welche Fachrichtung der deutschen FOS/BOS als facheinschlägige Zugangsvoraussetzung gilt. Hier sind Zusatzprüfungen innerhalb der ersten Semester in den Fächern Mathematik, Deutsch und Englisch (sofern in diesen Fächern ein „Mangelhaft“ oder eine schlechtere Note erzielt wurde) abzulegen.

	SKVM Bvz/Bbb
FOS	
- Technik	x
- Wirtschaft & Verwaltung	x
- Sozialwesen	x
- Agrarwirtschaft, Bio- und Umwelttechnologie	
- Gestaltung	x
- Gesundheit	x
- Internationale Wirtschaft	x
BOS	
- Technik	x
- Wirtschaft & Verwaltung	x
- Sozialwesen	x
- Agrarwirtschaft, Bio- und Umwelttechnologie	
- Gesundheit	x
- Internationale Wirtschaft	x
Bei facheinschlägigem Praktikum (Marketing, Handel, Verwaltung) können auch andere Fachrichtungen akzeptiert werden (nach Rücksprache mit der Studiengangsleitung).	x