

Studienordnung des
Masterstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungs- management

Zur Erlangung des akademischen Grads

Master of Arts in Business,
abgekürzt MA

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

Organisationsform: vollzeit & berufsbegleitend

Dauer: 4 Semester

Umfang: 120 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 30 vollzeit
32 berufsbegleitend

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

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsprofil</i>	3
2	Curriculum	7
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	7
2.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	8
2.2.1	Curriculumsmatrix vollzeit	8
2.2.2	Curriculumsmatrix berufsbegleitend	11
2.3	<i>Modularisierung</i>	14
2.3.1	Modulbeschreibungen vollzeit	14
2.3.2	Modulbeschreibungen berufsbegleitend	53
3	Zugangsvoraussetzungen	94

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

Durch die vielfältigen Spezialisierungsmöglichkeiten im Masterstudiengang 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 **Veranstaltungsmanagement 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 Masterstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement bereitet die Absolvent:innen darauf vor, verschiedene Positionen wahrnehmen zu können. Der Studiengang mit einem auf **Führungsaufgaben** 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 Masterstudiengangs 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 den vorherigen Kapiteln genannten breit gefassten 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 (Sustainability, Event Design & Experience, Sport- und Kulturtourismus, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM, Non Profit Management & Fundraising in Sports and Culture) sowie der Vermittlung von digitalen Trends in den Fachbereichen. Allgemeine Management- und Wirtschaftskompetenzen werden im Grundlagenkurs zu Budgetierung & Controlling (berufsbegleitend) bzw. International

Financial Management (Vollzeit), Leadership Skills, Digital Marketing, Strategic & Innovation Management und Projektmanagement vermittelt. Hinzu kommen Komplementärkompetenzen im Bereich Social Skills mit Lehrveranstaltungen zu Teambuilding, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM (berufsbegleitend) bzw. PR in SCEM (Vollzeit) und Leadership Skills. Beide Organisationsformen bieten studiengangsübergreifende Wahlpflichtmodule zu den Schwerpunkten Sport, Kultur und Veranstaltung. Die Anwendung des Fachwissens sowie die Rückkopplung aus aktueller Praxis und Forschung erfolgt mit Praxisprojekten. Der Integration und Transfer aus dem Bereich der Forschung erfolgt im Rahmen wissenschaftlicher Seminare und einer Lehrveranstaltung zu qualitativer sowie quantitativer Forschungsmethodik.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenz-beschreibung	Kompetenz-zuordnung	Module
Eventmanager:in	Konzepterstellung	Können eigenständig Events digital und analog planen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Implementierung	Können verantwortlich Events umsetzen und innovative Erlebnisse vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Praxistransfer SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Projektleitung	Können internationale Projekte als Leiter:in organisieren und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Events verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Vertiefung SKVM
Sportmanager:in	Sportentwicklung	Können aktuelle Entwicklungen im Sport strategisch umsetzen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Sportsponsoring	Können strategische Finanzierungsmodelle verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen Markenauftritt von Sportprodukten als auch Sport als Medium von nicht-sportbezogenen	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM

		Produkten innovativ einsetzen		
	Marken-entwicklung	Können Organisationen und Athlet:innen im Sport zu einer Marke aufbauen	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Kulturmanager:in	Kulturvermittlung	Können Kulturangebote im Hinblick auf internationale Zielgruppen und Erlebnismilieus vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxis-transfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Organisation	Können in unterschiedlichen kulturbetrieblichen Kontexten Angebote innovativ gestalten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Strategie-entwicklung	Können strategische Maßnahmen des Kulturmanagements und der internationalen Kulturpolitik verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Kulturfinanzierung im Spagat zwischen Sponsoring, öffentlichen Förderungen und Eigenmitteln verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Tourismusmanager:in	Marketing	Können innovative markenstrategische Ausrichtungen von Destinationen entwickeln und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
	Strategie-entwicklung	Können strategische Kooperationen mit internationalen Sport- und Kultureinrichtungen entwickeln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können Finanzpläne verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Praxistransfer SKVM

PR- und Pressemana- ger:in	Schnittstellen- management	Können proaktives und prozessuales Stakeholder-manage- ment in Projekten verantworten	Fachlich-wis- senschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Füh- rung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Medienarbeit	Können strategische Presse- und Öffent- lichkeitsarbeit planen und verantworten	Fachlich-wis- senschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Praxis- transfer SKVM

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2027/28	2027/28	
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	4	4	
SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	54	54	
ASWS (Gesamtsumme aller Sem.)	60	60	
ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	120	120	
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)	Nein	Nein	
Unterrichtssprache (Angabe)	Englisch	Deutsch	Der Anteil der englischsprachigen Fachlehrveranstaltungen beträgt: vz: 100 % der SWS bb: 51,85 % der SWS
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein	Nein	

2.2 Curriculumsmatrix

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Masterarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,6 SWS eingeplant, d.h. bei 30 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 18 ASWS (Vollzeit) bzw. bei 32 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 19,2 ASWS (berufsbegleitend), die im 4. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 37,2 ASWS über alle 4 Semester für die Masterarbeitsbetreuung erreicht.

Die 22 ECTS für die Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

2.2.1 Curriculumsmatrix vollzeit

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.BA.1	International Sports Management	ILV		X	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.BA.2	International Cultural Management	ILV		X	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.BA.3	International Event Management	ILV		X	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.BA.4	International Financial Management	ILV		X	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.MS.1	Team Building	ILV		X	2	2	4	60	MS SCEM	3
vz.SC.1	Sustainability	ILV		X	2	1	2	30	SC SCEM	4
vz.SC.2	Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture	ILV		X	2	1	2	30	SC SCEM	3
vz.SC.3	Risk Management	SE		X	2	1	2	30	SC SCEM	4
Summenzeile:					16		18	270		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					240					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.MS.2	Study Trip	ILV		X	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.MS.3	Leadership Concepts & Practice	ILV		X	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.MS.4	Digital Marketing	ILV		X	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.MS.7	Project Management	SE		X	2	1	2	30	MS SCEM	4
vz.OMC.1	Audience Development & Outreach (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OMC	4
vz.OME.1	Venue Management (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OME	4
vz.OMS.1	Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OMS	4
vz.PT.2	Business Project	PT		X	2	4	8	120	PT SCEM	4
vz.PT.4	Thesis Preparation Seminar	ILV		X	2	1	2	30	PT SCEM	3
vz.SC.4	Sports Governance	SE		X	1	1	1	15	SC SCEM	2
Summenzeile:					17		21.0	315.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					255					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.MS.5	Strategic & Change Management	SE		X	2	1	2	30	MS SCEM	4
vz.MS.6	Cultural Awareness & Intercultural Competence	ILV		X	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.OMC.2	Digital Spaces in Culture (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OMC	4
vz.OME.2	Managing the Event Workforce (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OME	4
vz.OMS.2	Sports & Social Development (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	OMS	4
vz.PT.1	Research Methods & Evidence-based Management	ILV		X	2	1	2	30	PT SCEM	3
vz.PT.3	Elective	ILV		X	1	2	2	30	PT SCEM	2
vz.PT.5	Colloquium on Master's Thesis	SE		X	1	0.5	0.5	7.5	PT SCEM	2
vz.SC.5	Event Design & Experience	ILV		X	2	1	2	30	SC SCEM	3
vz.SC.6	Critical Sports & Cultural Theory	ILV		X	2	2	4	60	SC SCEM	3
vz.SC.7	Cultural Governance	SE		X	1	1	1	15	SC SCEM	2
Summenzeile:					17		17.5	262.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					255					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.PT.6	Colloquium on Master's Thesis	SE		X	1	0.5	0.5	7.5	PT SCEM	2
vz.PT.7	Master's Thesis	SE		X	0	1	0	0	PT SCEM	22*
vz.PT.8	Generative AI in SCEM	SE		X	1	1	1	15	PT SCEM	2
vz.SC.8	Public Relations in SCEM	ILV		X	2	1	2	30	SC SCEM	4
Summenzeile:					4		3.5	52.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					60					

*Die 22 ECTS für die Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

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	54	60	900	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	33	39	585	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	21	21	315	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Fachlehrveranstaltungen über alle Semester	54			120
Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen über alle Semester (Berechnung ohne Sprachlehrveranstaltungen)	100 %			100 %

2.2.2 Curriculumsmatrix berufsbegleitend

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.1	Team Building	ILV			2	2	4	60	FS SKVM	3
bb.FS.2	Leadership Concepts & Practice (E)	SE		X	2	1	2	30	FS SKVM	4
bb.GL.1	Sportmanagement	ILV			2	1	2	30	GL SKVM	4
bb.GL.2	Kulturmanagement	ILV			2	1	2	30	GL SKVM	4
bb.GL.3	Veranstaltungsmanagement	ILV			2	1	2	30	GL SKVM	4
bb.GL.4	Budgetierung & Controlling	ILV			2	1	2	30	GL SKVM	4
bb.VT.1	Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E)	ILV		X	2	1	2	30	VT SKVM	3
bb.VT.2	Risikomanagement	SE			2	1	2	30	VT SKVM	4
Summenzeile:					16		18	270		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					240					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.3	Study Trip (E)	ILV		X	2	1	2	30	FS SKVM	3
bb.FS.4	Project Management (E)	SE		X	2	1	2	30	FS SKVM	4
bb.FS.5	Cultural Awareness & Intercultural Competence (E)	ILV		X	2	1	2	30	FS SKVM	3
bb.PT.1	Praxisprojekt	PT			2	4	8	120	PT SKVM	4
bb.PT.3	Wissenschaftliches Arbeiten	ILV			2	1	2	30	PT SKVM	3
bb.VT.3	Event Design & Experience	ILV			2	1	2	30	VT SKVM	3
bb.VT.4	Sports Governance (E)	SE		X	1	1	1	15	VT SKVM	2
bb.WPK.1	Audience Development & Outreach (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPK	4
bb.WPS.1	Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPS	4
bb.WPV.1	Venue Management (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPV	4
Summenzeile:					17		21.0	315.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					255					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	SWS	Anzahl Gruppe	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.6	Digital Marketing (E)	ILV		X	2	1	2	30	FS SKVM	3
bb.FS.7	Strategic & Change Management (E)	SE		X	2	1	2	30	FS SKVM	4
bb.PT.2	Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management	ILV			2	1	2	30	PT SKVM	3
bb.PT.4	Elective (E)	ILV		X	1	2	2	30	PT SKVM	2
bb.PT.5	Kolloquium zur Masterarbeit	SE			1	0.5	0.5	7.5	PT SKVM	2
bb.VT.5	Critical Sports & Cultural Theory	ILV			2	2	4	60	VT SKVM	3
bb.VT.6	Cultural Governance (E)	SE		X	1	1	1	15	VT SKVM	2
bb.VT.7	Sustainability (E)	ILV		X	2	1	2	30	VT SKVM	3
bb.WPM.2	Digital Spaces in Culture (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPK	4
bb.WPS.2	Sports & Social Development (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPS	4
bb.WPV.2	Managing the Event Workforce (E) (WP)*	SE		X	2	0.5	1.0	15.0	WPV	4
Summenzeile:					17		17.5	262.5		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.PT.6	Kolloquium zur Masterarbeit	SE			1	0.5	0.5	7.5	PT SKVM	2
bb.PT.7	Masterarbeit	SE			0	1	0	0	PT SKVM	22*
bb.PT.8	Generative AI in SCEM (E)	SE		X	1	1	1	15	PT SKVM	2
bb.VT.8	Öffentlichkeitsarbeit in SKVM	ILV			2	1	2	30	VT SKVM	4
Summenzeile:					4		3.5	52.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen					60					

*Die 22 ECTS für die Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

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	54	60	900	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	33	39	585	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	21	21	315	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Fachlehrveranstaltungen über alle Semester	28			51
Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen über alle Semester (Berechnung ohne Sprachlehrveranstaltungen)	51.85 %			42.5 %

2.3 Modularisierung

2.3.1 Modulbeschreibungen vollzeit

Modulnummer:	Grundlagen SKVM	Umfang:	
BA SCEM		16	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 1. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Bollo, A., Da Milano, C., Gariboldi, A., & Torch, C. (2017). Study on Audience Development. How to place audiences at the center of cultural organizations, Brussels: European Union. Byrnes, W.J., & Brkić, A. (2020). The Routledge Companion to Arts Management. New York: Routledge. Küpers, W.; Sonnenburg, S.; Zierold, M. (eds.) (2017). Rethinking Management. Perspectives and Impacts of Cultural Turns and Beyond, Wiesbaden: Springer. Mandel, B. (2017). Arts/Cultural Management in International Contexts. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms. Carnwarth, J. D.; Brown, A. S., (2014). Understanding the Values and Impacts of Cultural Experiences. London: Arts Council of England. International Journal of Arts Management Tröndle, M. (2022). Non-Visitor Research. Audience Development for Arts Organisations, Wiesbaden: Springer Fachmedien.		
	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. and Wilde, N. (2017). Eventsmanagement: An introduction. 2nd ed. London, Routledge Bowdin, G.A.J., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'Toole, W., & McDonnell, I. (2023). Events Management (4th ed.). Routledge. Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge. Raj, R., Walters, P. and Rashid, T. (2017). Events management: principles and practice. 3rd ed. London, SAGE Publications Ltd. Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical handbook. 5th ed. USA, Cengage Learning.		
	<u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Eun, C. S., Resnick, B. G., & Chuluun, T. (2023). International financial management (10th ed., International Student Edition). McGraw-Hill Education. Berman, K., & Knight, J. (2008). Financial intelligence for entrepreneurs: What you really need to know about the numbers. Harvard Business Press.		
	<u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Downward, P., Frick, B., Humphreys, B. R., Pawlowski, T., Ruseski, J. E., & Soebbing, B. P. (Eds.). (2019). The SAGE handbook of sports economics. SAGE. Hoyer, R., Misener, K., Naraine, M. L., & Ordway, C. (2022). Sport management: Principles and applications (6th ed.). Routledge. McCullough, B. P., Kellison, T., & Melton, E. N. (2022). The Routledge handbook of sport and sustainable development. Routledge. Naraine, M. L., Hayduk III, T., & Doyle, J. P. (2022). The Routledge handbook of digital sport management. Routledge. Nauright, J., & Zipp, S. (2020). Routledge handbook of global sport. Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, verschiedene kulturelle Konzepte zu unterscheiden und die damit verbundenen Wertvorstellungen kritisch zu bewerten. • sind in der Lage, das Innovationspotenzial künstlerischer Produktion für die Gesellschaft zu beurteilen. • sind in der Lage, Entscheidungsprozesse im Kulturmanagement und deren Zusammenhang mit Wirtschaft, Politik und Bildung zu analysieren. • sind in der Lage, zwischen öffentlichen Einrichtungen und der Kreativwirtschaft zu unterscheiden. • sind in der Lage, rechtliche Rahmenbedingungen, Finanzierungsstrukturen und Organisationsformen von Kulturorganisationen zu unterscheiden. • können die Beziehung zwischen Publikum und Kulturorganisationen beschreiben und analysieren. • können zielgruppenspezifische Konzepte der Kulturvermittlung entwickeln. • können verschiedene Strategien des Veränderungsmanagements auf Kulturinstitutionen anwenden. • können Publikumsentwicklung in Kulturorganisationen umsetzen.
	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u>
	Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, zwischen verschiedenen Arten von Veranstaltungen zu unterscheiden und deren Umfang zu analysieren.

Kompetenzerwerb	• sind in der Lage, Instrumente und Prozesse der Veranstaltungsplanung und des Veranstaltungsmanagements zu verstehen und anzuwenden. • sind in der Lage, die Komplexität der Planung und des Managements von Veranstaltungen einschätzen zu können. • sind in der Lage, verschiedene Arten von Informationen und Daten zu analysieren. • sind in der Lage, Argumente und Ideen zu formulieren und zu präsentieren. • sind in der Lage, in Gruppen zusammenzuarbeiten, gemeinsam Informationen zu beschaffen und Lösungen für praktische Programme zu finden. <u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben Kenntnisse über Kostenmanagement- und Controlling-Ansätze als Managementfunktionen und wenden grundlegendes betriebswirtschaftliches Wissen und Können, insbesondere im Kontext von KMU, Sport, Kultur und Events, an. • erlernen und demonstrieren Projektmanagementfähigkeiten sowie die Fähigkeit zur Analyse von Kosten- und Erfolgsrechnungen. • erlernen und demonstrieren die Anwendung von Planungs- und Steuerungssystemen sowie von Direct Costing und Break-even-Analysen. • erlernen und demonstrieren die Fähigkeit zur Berechnung von Deckungsbeiträgen sowie zur Analyse von Gemeinkosten. • erlernen und demonstrieren die Fähigkeit, geeignete Key Performance Indicators (Kennzahlen) zu identifizieren und zu analysieren. • sind in der Lage, die Planung und Budgetierung für spezifische Eventkonzepte durchzuführen und Ansatzpunkte für ein wertorientiertes Controlling zu erkennen. • sind in der Lage, die daraus resultierenden Wettbewerbsvorteile durch effiziente Kostenstrukturen zu beurteilen. <u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen die spezifischen Merkmale des internationalen Sportmarktes. • sind in der Lage, die grundlegenden Konzepte und Theorien im Bereich des internationalen Sports und des Sportmanagements zu reflektieren. • entwickeln ein grundlegendes Verständnis der internationalen Strukturen des Sports (insbesondere des Olympischen Systems), der Globalisierung des Sports und der Sportsstrukturen in vergleichender Perspektive. • wissen über die Strukturen der Global Governance im Sport Bescheid.
Lehrinhalte	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden erwerben grundlegende Einblicke in verschiedene Bereiche des Kulturmanagements und setzen sich intensiv mit den zentralen Aufgaben des Kulturmanagements auseinander. Dazu gehören: Grundlagen der Kulturpolitik, wirtschaftliche Merkmale des Kultursektors (profit und non-profit), verschiedene Finanzierungs- und Förderkonzepte, aktuelle Praktiken der Kulturvermittlung und Kulturpädagogik, Publikumsentwicklung und Change Management sowie verschiedene Modelle der Kulturführung. Diese Aspekte werden nicht nur im internationalen Vergleich, sondern auch in ihrer gegenseitigen Abhängigkeit betrachtet und anhand von Fallstudien intensiv untersucht. All dies geschieht unter Verwendung eines diskriminierungskritischen und diversitätssensiblen Ansatzes. <u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Veranstaltungstypologien und Klassifizierungen - Modelle der Veranstaltungsplanung und Planungsphasen - Lebenszyklus von Veranstaltungen - Stakeholder-Analyse - Ideenfindung für Veranstaltungen - Veranstaltungslogistik und -durchführung - Bewertung der Veranstaltung <u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Der Kurs baut auf den Ansätzen des wertorientierten Controllings auf und nutzt diese: - Zero-Based-Budgeting - Leistungsmessung - Deckungsbeitragsrechnung Zu den untersuchten Konzepten gehören: - Grundlagen der Budgetplanung - Klassifizierung im Planungsprozess - Bewertung von Organisation und Projekterfolg - Ist-Soll-Vergleiche - Leistungsindikatoren <u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u>

	- Spezifische Merkmale des internationalen Sportmarktes - Grundlegende Konzepte und Theorien des internationalen Sports und des Sportmanagements - Struktur des Sportsystems in internationaler und vergleichender Perspektive - Globalisierung und Global Governance im Sport - Wertewandel, Diversität, Inklusion und Genderfragen im Sportmanagement
--	---

Lehr- und Lernmethoden	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Präsentation Klausur
	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

Modulnummer:	Spezialisierung SKVM	Umfang:	
SC SCEM		25	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 1. Semester: keine / 2. Semester: keine / 3. Semester: keine / 3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS:</u> Ahmed, S. (2022): Effective Nonprofit Management: Context, Concepts, and Competencies. Garcia-Rodriguez, Inigo, and M. Elena Romero-Merino. Financing Nonprofit Organizations. 2020. Hallmann, K., Heikkinen, S., & Vehmas, H. (2024). Management of sport organizations at the crossroad of responsibility and sustainability: Perceptions, Practices, and prospects around the World (Vol. 25). Springer Nature. Hums, M.A., Kluch, Y., Schmidt, S.H. & MacLean, J.C. (2023). Governance and Policy in Sport Organizations (5th ed.). Routledge. Thornton, P., Ocasio, W., Lounsbury, M. (212): The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure and Process (Oxford Academic, https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199601936.001.0001 . Worth, M.J. (2020). Nonprofit Management: Principles and Practice (6th ed.). Sage.		
	<u>Sports Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Belcastro, F. (2023). A Game of Politics? International Sport Organisations and the Role of Sport in International Politics. The International Spectator. Freeburn, L. (2018). Regulating International Sport. Brill. Garcia, B. & Smokvina, V. (2026). (eds.). The European Model of Sport Hallmann, K. & Petry, K. (2013). Comparative Sport Development. Springer Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). (eds.). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Sport, Law, Policy and Diplomacy Journal International Journal of Sport Policy and Politics		
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Berridge, G. (2006). Events Design and Experience. London, Routledge. Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.		
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Duerr, V., Miller, T., O'Brien, D. (2018). The Routledge Handbook of Global Cultural Policy. London: Routledge. Finkel, R., Sharp, B. and Sweeney, M. (2018). Accessibility, inclusion, and diversity in Critical Event Studies. London, Routledge. Edwards, Erica B., & Esposito J. (2020). Intersectional Analysis as a Model to Analyze Popular Culture. Clarity in the Matrix, Milton: Routledge. Haber, J. (2020). Critical Thinking. Boston: MIT Press. Journals: Cultural Sociology, International Journal of Intercultural Relations, International Review for the Sociology of Sport, Journal of Sport Management, European Sport Management Quarterly, Journal of Sport and Social Issues, Sport in Society, Sport Management Review		
	<u>Cultural Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.7 / 3.Semester / ECTS: 2</u>		

	Alasuutari, P., Qadir, A. 2019. Epistemic Governance. Social Change in the Modern World Ansell, C.K., Torfing, J. 2022. Handbook on theories of governance Rentschler, R. 2015. Arts Governance. People, Passion, Performance. Routledge Rentschler, R. et al. (ed). 2025. The Routledge Companion to Governance in the Arts World. 2025. Toledo Silvia, G. 2015. "UNESCO and the coining of cultural policy", 10th International Conference in Interpretive Policy Analysis, 8–10 July 2015, Lille, France. Turbide, J., C. Laurin, L. Lapierre and R. Morissette. 2008. "Financial crisis in the arts sector: Is governance the illness or the cure?" in: International Journal of Arts Management 10(2), 4–13
--	--

Literaturempfehlung	<u>Public Relations in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Gunning, E. (2019): Public Relations: a practical approach, Red Globe Press Silverman, D.A., & Smith, R.D. (2024). Strategic Planning for Public Relations (7th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003348467 Luttrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2025). Public relations campaigns: An integrated approach. Sage Publications.
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Silvers, J. (2007). Risk Management for Meetings and Events. London: Routledge. Wynn-Moylan, P. (2017). Risk and Hazard Management for Festivals and Events. London: Routledge. Sports Grounds Safety Authority (ed.) (2018). Guide to Safety at Sports Grounds (6th ed.). London: Sports Grounds Safety Authority. Toft, B. and Reynolds, S. (2005). Learning from Disasters: A Management Approach (3rd ed.). Leicester, UK: Perpetuity Press Limited. Event Safety Alliance of USA, Inc. (ed.) (2013). The Event Safety Guide: A Guide to Health, Safety and Welfare at Live Entertainment Events in the United States (1st ed.). Scottsdale, AZ: Event Safety Alliance.
	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Luthe, T. & Kutzschenbach, M., 2016. Building common ground in mental models of sustainability. Sustainability: the Journal of Record, Issue 9(5), pp. 247-254. Rockström, J. et al., 2009. Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity. Ecology & Society, Issue 14(2), p. online. Jones, M., 2018. Sustainable Event Management : A Practical Guide. London: Routledge. Holmes, Kirsten, et al. Events and Sustainability, Taylor & Francis Group, 2015. Mair, J., 2019. Rethinking Event Sustainability. In: J. Ambrecht, E. Lundber & T. D. Andersson, eds. A research Agenda for Event Management. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 7 - 22. Laloux, F, 2017. Reinventing Organisations, Vahlen. Hutchins, G. & Storm L., 2019, Regenerative Leadership, WordzWorth.
Kompetenzerwerb	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS:</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die spezifischen Herausforderungen von gemeinnützigen Organisationen der Zivilgesellschaft im Bereich Sport und Kultur. • verstehen ihre Dynamik, können externe Einflüsse kritisch reflektieren und beherrschen die Komplexität der Non-Profit-Logik zugunsten gemeinnütziger Zwecke. • sind mit Finanzierungsstrategien und effizienten Bewertungsmethoden wie Wirkungsanalysen vertraut. • sind in der Lage, die Governance- und Organisationsstrukturen von Non-Profit-Organisationen im Sport- und Kulturbereich systematisch zu analysieren, wichtige Prinzipien des strategischen Managements auf Non-Profit-Kontexte anzuwenden und die Auswirkungen der öffentlichen Politik auf Finanzierungsmöglichkeiten zu bewerten.
	<u>Sports Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können die Kernkonzepte der Governance des modernen globalen Sports erklären und kritisch diskutieren, einschließlich Ideen zu Autonomie, Neutralität und der Gesamtstruktur des Sports. • können Good-Governance-Praktiken kritisch bewerten und die Umsetzung von Sport-Governance-Prinzipien in der Praxis planen. • können Institutionen und Regelmäßigkeiten sowie soziopolitische Kontexte der europäischen und internationalen Sport- und Kulturpolitik kritisch reflektieren.
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • setzen sich mit der Kreation von Events auseinander. • verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und kennen die technischen Möglichkeiten zur Umsetzung der kreativen Ziele. • entwickeln ein markt- bzw. kundenorientiertes Denken und kennen den Ablauf von aufgaben- und zeitgetriebenem Arbeiten. • können sich aktiv und problemlösungsorientiert in Gruppenarbeiten einbringen. Sie entwickeln Kreativität und Leistungsbereitschaft. • können kritische Rückfragen aufnehmen, verarbeiten und mit kommunikativer und emotionaler Intelligenz adäquat bearbeiten.
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u>

	Die Teilnehmer:innen: • bekommen grundlegende Fähigkeiten im logischen Denken, in der Argumentationsführung und in der Entscheidungsfindung vermittelt, die ihnen helfen, den ethischen, gesellschaftspolitischen und technologischen Herausforderungen im Sport- und Kulturbereich reflektiert zu begegnen. • erwerben Fähigkeit zum kritischen Denken, um unhinterfragte Annahmen, ethische Dilemmata, Machtstrukturen und ideologische Strukturprinzipien in Theorie und Praxis zu analysieren, und um zu verstehen, wie diese die konventionelle Forschung und Praxis im Sport- und Kulturmanagement geprägt haben. • berücksichtigen im Kontext des Kultursektors postkoloniale Theorien und setzen sich kritisch mit Fragen der Repräsentation sowie der Deutungshoheit auseinander. • können gesellschaftliche Folgen bewerten, z.B. wie systemische Ungleichheit reproduziert wird. • können aktuelle Praktiken bewerten, dominante Ideologien in Frage stellen und alternative sowie
--	--

Kompetenzerwerb	transformative, sozial gerechte Managementansätze analysieren, die Inklusion, Good Governance und Gerechtigkeit fördern und sich für eine verantwortungsvolle Entscheidungsfindung einsetzen, die auf ethischer Verantwortung und Reflexivität beruht. • sind in der Lage, interdisziplinäre Erkenntnisse aus der Sportsoziologie, dem Management und der kritischen Theorie, Politik und Politik zu integrieren.
	<u>Cultural Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.7 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • unterscheiden zwischen globalen Systemen der kulturellen Governance auf organisatorischer und fachlicher Ebene. • bewerten kritisch die Vor- und Nachteile, Herausforderungen und Vorteile der Systeme. • entwickeln positive Governance-Mechanismen und wenden die Systeme im Hinblick auf ethische und soziale Verantwortung an.
	<u>Public Relations in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. • beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren. • kennen die unterschiedlichen Medienformate und Texte und können diese entsprechend zuordnen. • entwickeln durch Präsentationen ein souveränes, vertrauenswürdiges und überzeugendes Auftreten. • beherrschen eine klare, deutliche Sprache und können mit Begriffen präzise umgehen. • erwerben Diskussionsfähigkeit und lernen, sich kritisch mit verschiedenen Medieninhalten auseinanderzusetzen.
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die komplexen Herausforderungen im Veranstaltungsmanagement zu verstehen und daraus resultierende Risiken zu erkennen und zu bewältigen. • sind in der Lage, potenzielle Gefahrenquellen bei Veranstaltungen systematisch zu identifizieren, zu analysieren, zu bewerten und geeignete Maßnahmen zur Bewältigung abzuleiten. • sind in der Lage, die rechtlichen Dimensionen des Risikomanagements einzuschätzen. • sind in der Lage, die Bedeutung von Notfallmanagement und Crowd-Management im Sicherheitskontext zu verstehen. • sind in der Lage, den Fassungsraum von Veranstaltungsstätten zu ermitteln, unter Berücksichtigung der nutzbaren Fläche und den Kapazitäten der vorhandenen Fluchtwege. • sind in der Lage, Informationen, Daten und Beweise kritisch zu diskutieren und fundierte Entscheidungen abzuleiten. • sind in der Lage, das theoretische Wissen praxisorientiert auf konkrete Veranstaltungsszenarien anzuwenden.
	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • analysieren Fragen der Nachhaltigkeit aus der Perspektive eines/r Systemdenkers:in. • bewerten die Auswirkungen von Aktivitäten im SKVM auf die planetarischen Grenzen. • berücksichtigen bei ihren Entscheidungen als Führungskräfte die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit (soziale Gerechtigkeit, ökologische Tragfähigkeit, wirtschaftliche Gleichheit, Technologieeinsatz, Partizipation). • wenden Methoden des zirkulären Designs bei der Entwicklung ihrer Produkte und Dienstleistungen an. • wenden Instrumente an, um ihre eigene mentale Widerstandsfähigkeit und die ihrer Stakeholder im Zusammenhang mit Klima- oder Kollapsangst zu stärken. • gestalten Veranstaltungen, Sport- oder Kultureinrichtungen so, dass sie umweltfreundlicher oder sogar regenerativ sind. • berücksichtigen die Psychologie und Soziologie der Nachhaltigkeit in ihren Managementpraktiken. • identifizieren und nutzen regenerative Formen der Führung und Organisationsgestaltung.
Lehrinhalte	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS:</u> Ein großer Teil des kulturellen Angebots ist Teil des sogenannten dritten Sektors. Es handelt sich dabei um zivilgesellschaftliche Organisationen, die gemeinnützige Ziele verfolgen, zum sozialen Wandel beitragen und in einigen Fällen Merkmale alternativer Organisationsformen aufweisen. Es werden Governance-Strukturen untersucht, darunter die Rollen und Verantwortlichkeiten von Vorständen sowie die Herausforderungen beim Management von Freiwilligen und den Erwartungen anderer Interessengruppen. Das Seminar befasst sich auch mit den Finanzstrukturen von Non-Profit-Organisationen und verschiedenen Einnahmequellen und behandelt Herausforderungen der Finanzierung, auch im Hinblick auf das Zusammenspiel von intrinsischen und extrinsischen Werten. Das Seminar analysiert Finanzierungsstrategien von öffentlichen Mitteln bis hin zu Crowdfunding. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf Wirkungsanalysen und ihrem Potenzial für die Organisationsentwicklung sowie der Suche nach Kooperations- und Finanzierungspartnern. Die Studierenden analysieren reale Beispiele von Non-Profit-Organisationen, um die praktische Anwendung von Governance-Prinzipien und Fundraising-Strategien zu verstehen. Zukünftige Entwicklungen im Non-Profit-Management im Sport- und Kulturbereich befassen sich mit Innovationen im Fundraising und der digitalen Transformation.
	<u>Sports Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u>

Die wichtigsten Konzepte der globalen Sportpolitik – darunter Autonomie, Neutralität und strukturelle Fragen – werden vorgestellt und kritisch diskutiert. Es werden Grundsätze und Konzepte guter Regierungsführung erörtert, und die Studierenden reflektieren über die praktische Umsetzung solcher Standards. Die Gesamtstruktur des globalen Sports wird ebenfalls vorgestellt und analysiert.

Lehrinhalte	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Was ist Dramaturgie? – Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling – Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften – Die äußere Bauform – Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen Die Inszenierung – Transmedia Storytelling – Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung – Praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen – Die Inszenierungsmöglichkeiten des:der Eventmanagers:in Das Drehbuch Neue Formen der Eventinszenierung – digitale und technische Effekte – Die Entstehung neuer Eventformen
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> - Kritisches Denken als transformatives Instrument zur Analyse und Neugestaltung von Sport- und Kulturmanagementpraktiken. - Grundlegende Theorien aus der kritischen Soziologie, dem Kultur- und Sportmanagement, um zu analysieren und zu erklären, wie Macht, Ideologie und Ungleichheit die Entscheidungsfindung und die Beziehungen zu verschiedenen Stakeholdern in der aktuellen Managementpraxis beeinflussen - Ethische Dilemmata und politische Dimensionen von Stakeholder-Beziehungen, um Spannungen zwischen markt-orientierten Faktoren und sozialer Verantwortung zu analysieren - Menschenrechte als kritischer Rahmen für Governance und Integration, um zu analysieren, wie Partizipation, Zugänglichkeit und Gerechtigkeit durch institutionelle Normen und globale Ungleichheiten beeinflusst werden können - Aktuelle Praxisbeispiele aus den Bereichen Sport und Kultur, die einen kritischen Ansatz erfordern
	<u>Cultural Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.7 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Kulturelle Governance hat weltweit unterschiedliche Systeme und Handlungsebenen: In der angelsächsischen Welt spielen Gremien eine Rolle, in europäischen Ländern sowie in einigen ehemaligen Kolonialländern ist es die Kulturpolitik. In Demokratien teilen sie dieselben Anliegen wie Partizipation und Repräsentation, Organisationsentwicklung, sozialer Wandel und demokratische Prinzipien. Governance kann jedoch auch als ideologisches Instrument eingesetzt werden, wie in illiberalen Demokratien zu beobachten ist. Das Seminar befasst sich mit der systematischen Kategorisierung von Formen und Normen der Kulturpolitik auf Feldebene und auf der Ebene einzelner Organisationen. Fragen der Transformation und aktuelle soziale und politische Herausforderungen bilden den Kontext, um die Rolle der Politik in der Welt der Künste zu verstehen.
	<u>Public Relations in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> - Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien - Ikonographie und orale Traditionen - Historisches Schriftverständnis - Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren etc.) - Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen, Präsentation - Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Grundlagen des Risikomanagements im Eventkontext - Rechtsgrundlagen und Normen - Gefährdungsidentifikation und Risikobeurteilung - Bauliche, technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen - Crowd-Management - Notfallmanagement - Anwendung & Reflexion (Analyse realer Fallbeispiele)
	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Systemdenken und Komplexität - Regeneratives Design vs. nachhaltige Entwicklung - Planetarische Grenzen - Auswirkungen von SKVM-Aktivitäten auf planetarische Grenzen - C2C-Design - Prinzipien des regenerativen Managements - Verschiedene Berichtsansätze und ihre Stärken und Schwächen - Psychologie des Klimawandels und des Zusammenbruchs

Lehr- und Lernmethoden	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS:</u> Integrierte Lehrveranstaltung
------------------------	--

Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Cultural Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.7 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Public Relations in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS:</u> Portfolioprüfung
	<u>Sports Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Klausur
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Cultural Governance /SE / LV-Nr: vz.SC.7 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Public Relations in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Management & Social Skills SKVM	Umfang:	
MS SCEM		23	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 2. Semester: keine / 2. Semester: keine / 2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology 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)		
	<u>Leadership Concepts & Practice /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Northouse, P. G. (2025). Leadership: Theory and Practice (10th ed.). SAGE Publications. Harvard Business Review Press. (2011) HBR's 10 Must Reads on Leadership. Boston, Massachusetts. Har Journals: Leadership The Leadership Quarterly		
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2022): Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 8th Edition. Pearson Education Limited. Hemachandran, K., Choudhury, D., Rodriguez, R.V., Wise, J.A., & T, R. (2024): Predictive Analytics and Generative AI for Data-Driven Marketing Strategies. 1st Edition. Chapman and Hall/CRC. Kingsnorth, S. (2022): Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 3rd Edition. Kogan Page. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. Pearson Education Limited. Krug, Steve (2013): Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd Edition. New Riders. Pulizzi, J. (2013): Epic Content Marketing. McGraw-Hill. Provost, F. & Fawcett, T. (2013): Data Science for Business. O'Reilly Media. Roetzer, P. (2022): Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business. BenBella Books. Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead. Tasora Books. Venkatesan, R. & Lecinski, J. (2021): The AI Marketing Canvas: A Five-Stage Road Map to Implementing AI in Marketing. Wiley.		
	<u>Strategic & Change Management /SE / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Sauerwald, S. (2023). Strategic management: Creating competitive advantages (11th ed.). McGraw Hill Education. Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161. Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review, (October 2004), 76-84. Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, (November-December 1996), 61-78. Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, (January 2008), 78-93. Porter, Michael E. (1980). Generic Competitive Strategies. In Competitive Strategy - Techniques for Analyzing Industries and Competitors (pp. 34-46). New York, NY: Free Press.		
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u>		

	Bennett, Milton & Ida Castiglioni (2004): "Embodied ethnocentrism and the feeling of culture: a key to training for intercultural competence". In Dan Landis, Janet M. Bennett & Milton J. Bennett (Eds.): Handbook of Intercultural Training (3 ed.), SAGE Publications, pp. 249-265. Esteve, Gustavo (2011): "Intercultural Inspiration: The Life and Work of Raimon Panikkar". In Wolfgang Dietrich and Others (Eds.): The Palgrave International Handbook of Peace Studies: A Cultural Perspective, New York, Palgrave Macmillan, pp. 570-585. Rogers, Carl R. & Richard E. Farson (1987): "Active Listening". In R.G. Newman, M.A. Danzinger, M.
--	--

Literaturempfehlung	Cohen (Eds): Communicating in Business Today, D.C. Heath & Company. Satir, Virginia (1988): The new peoplemaking, Palo Alto, CA: Science and Behavior Books. Trompenaars, Fons & Charles Hampden-Turner (2012): Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business, London: Nicholas Brealey Publishing.
	<u>Project Management /SE / LV-Nr: vz.MS.7 / 2.Semester / ECTS: 4</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.
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Browaays, 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>Team Building /ILV / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • unterscheiden systematisch zwischen den verschiedenen Phasen des Teambuildings. • erkennen vorherrschende Problemstrukturen und leiten anhand konkreter Beispielsituationen geeignete Handlungsstrategien ab. • kennen spezifische Teamrollen, deren Implikationen sowie deren Entwicklungen in den unterschiedlichen Teambuildingphasen und können entsprechende Handlungsalternativen ableiten. • wenden Methoden des Erfahrungslernens, der Reflexion und des diskursiven Austauschs gezielt an. • entwickeln Einfühlungsvermögen, Konfliktfähigkeit und -bewältigung sowie Fähigkeiten zur Diskussion, Argumentation und Überzeugung. • stärken ihr Verantwortungsbewusstsein gegenüber Teammitgliedern und sich selbst, einschließlich Aspekten des Work-Life-Managements, und üben Selbstbehauptung.
	<u>Leadership Concepts & Practice /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • erhalten ein Verständnis für die Entwicklung des allgemeinen Konzepts der Führung, verschiedene grundlegende Ansätze zur Führung und verschiedene Schwelle-Ansätze zur Führung. • können sich kritisch mit ihren individuellen Ansichten und Herangehensweisen an Führung auseinandersetzen. • entwickeln die Fähigkeit, ihre emotionale Intelligenz in Führungssituationen anzuwenden. • kennen die wichtigsten Besonderheiten in der Führung von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen.
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen, was Customer Experience bedeutet und warum sie im digitalen Marketing zentral ist. • erkennen, dass das Kundenerlebnis alle Berührungspunkte (Touchpoints) entlang der Customer Journey umfasst – vom ersten Kontakt bis zum Kauf und darüber hinaus. • können die wichtigsten digitalen Touchpoints (z.B. Social Media, Website, E-Mail, Suchmaschinen) identifizieren und deren Bedeutung für ein positives Kundenerlebnis erklären. • kennen die zentralen Instrumente des Online-Marketing-Mix (u.a. SEO, SEA, Social Media, E-Mail-Marketing, Content Marketing, Performance Marketing). • verstehen die jeweiligen Vorteile, Chancen und Einsatzmöglichkeiten dieser Tools und können deren Wirkung im Marketingkontext einschätzen. • lernen, wie die Auswahl und Kombination der Tools an Unternehmensziele, Zielgruppen und Budgets angepasst wird. • erfassen, wie eine Marketingstrategie als langfristiger, zielorientierter Plan funktioniert und welche Rolle Marktanalyse, Zielgruppenverständnis, Positionierung und Value Proposition spielen. • können die Unterscheidung zwischen Strategie, Plan und Taktik erklären und wissen, wie einzelne Maßnahmen in eine ganzheitliche Strategie eingebettet werden. • erhalten Einblick in die Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien, insbesondere im digitalen Umfeld. • verstehen die Grundlagen von Künstlicher Intelligenz und deren Anwendungsmöglichkeiten im Marketing, z.B. in der Datenanalyse, Personalisierung, Automatisierung und Trendprognose. • erkennen die Chancen, die AI für effizientere Marketingprozesse, bessere Kundenzentrierung und optimierte Budgets bietet. • erhalten einen Überblick über aktuelle Beispiele und Trends im Bereich AI-gestütztes Marketing.
	<u>Strategic & Change Management /SE / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u>

	Die Teilnehmer:innen: • verfügen über Grundkenntnisse des Konzepts der Strategie und des strategischen Managements im allgemeinen Geschäftsleben. • sind in der Lage, zwischen den Schlüsselkonzepten in der Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu unterscheiden. • sind in der Lage, die Kenntnisse und Anwendungen mehrerer bekannter entwicklungspolitischer, analytischer und strategischer Rahmenwerke zu demonstrieren und ihre Anwendung zur Analyse, Beurteilung und Bewertung verschiedener Situationen zu demonstrieren. • besitzen die Fähigkeit, die bei der Lösung von Problemen gelernten Lektionen auszuwählen und anzuwenden und Lösungen für Szenarien im Zusammenhang mit dem Management von Sport, Kultur und Veranstaltungen zu synthetisieren.
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u>

Kompetenzerwerb	Die Teilnehmer:innen: • kennen das Konzept der Kultur und der kulturellen Dimensionen. • haben einen Einblick, was interkulturelle Kompetenz beinhaltet und lernen unterschiedliche Wahrnehmungen von kulturellen Unterschieden und deren Wahrnehmung kennen. • stellen Verbindungen zwischen dem kulturellen Eisberg und ihrem persönlichen Eisberg her. • verstehen, wie sich ihr Kommunikationsverhalten in Abhängigkeit von ihrem kulturellen Hintergrund entwickelt. • erkennen Mechanismen, die dysfunktionale Kommunikation auslösen und zu Missverständnissen oder Konflikten führen. • entwickeln eine Sensibilität für kulturelle Unterschiede, indem sie ihre Fähigkeiten zum Zuhören und zur Empathie verbessern. • sehen durch eine neue Brille und treten von ihrer eigenen kulturellen Weltsicht zurück, um mit unerwarteten oder "seltsamen" Situationen besser umgehen zu können. • werden kontinuierlich zur Selbstreflexion und zum Lernen durch Erfahrung ermutigt.
	<u>Project Management /SE / LV-Nr: vz.MS.7 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. • kennen allgemein anerkannte Best Practices im Bereich des Projektmanagements und können diese auch anwenden. • besitzen die Fähigkeit, Projekte und Projektteams auszuwählen, zu entwickeln und zu leiten.
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, selbständig eine zum Studienprogramm passende Destination auszuwählen und die Auswahlentscheidungen fachlich zu begründen. • analysieren soziokulturelle sowie wirtschaftliche Daten und Fakten der Zielregion. • können eigenständig ein zielgerichtetes Programm konzipieren und planen, das Schwerpunkte im Kontext von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, Unternehmensbesuchen sowie Treffen mit Kooperationspartnern, NGOs, Botschaften und Außenwirtschaftszentren berücksichtigt. • identifizieren soziale und kulturelle Hauptströmungen, wirtschaftliche Entwicklungen sowie politische Herausforderungen der betreffenden Region. • erwerben interkulturelle Kompetenzen, Diskussionsfähigkeiten und Organisationsfähigkeiten.
Lehrinhalte	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor-Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Dabei werden abgedeckt: - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen - Zielperspektiven und Risiken (Work-Life-Management) - Führung im Team - Organisation von Zusammenarbeit - soziale Kohärenzen - die Zuordnung und Einschätzung von Rollen - Konfliktpotenziale inkl. Ursachen und Lösungen
	<u>Leadership Concepts & Practice /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> - Grundlegende Konzepte und Elemente der Führung in einem modernen Geschäftsumfeld - Grundlegende Herangehensweisen an Führung (Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten und situative Führung) - Neue Ansätze zur Führung (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Die eigenen Ansichten und Ansichten zur Führung verstehen und benennen - Entwicklung und Anwendung von Führungsqualitäten - Besonderheiten der Mitarbeiter:innenführung in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen - Verschiedene Ansätze und Verständnisse von Leadership
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung zeigt auf: - Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings - Die Rahmenbedingungen beim Einsatz von digitalem Marketing - Die besonderen Herausforderungen bezüglich Interaktion und Schnelligkeit im digitalen Marketing. Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Best Practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.
	<u>Strategic & Change Management /SE / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u>

	- Grundlegende Konzepte von Strategie und strategischer Innovation (allgemeine Strategie) - Schlüsselkonzepte der strategischen Positionierung und allgemeine wettbewerbsstrategische Rahmenbedingungen für die Industrieanalyse. (Michael Porter) - Innovationsstrategie zur Schaffung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Marktpositionen (Blue Ocean Strategy) - Werkzeuge zur Umsetzung der strategischen Vision in organisatorisches Handeln (u.a. Balanced Scorecard)
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> • Die Bedeutung von Kultur • Standpunkte und Wahrnehmungen • Der kulturelle Filter und das Konzept des Fensters

Lehrinhalte	• Angenommene Normalität und unerfüllte Erwartungen • Stereotypen und ihre Auswirkungen • Das Modell des kulturellen Eisbergs • Kulturelle Dimensionen, mit dem Schwerpunkt auf Kollektivismus und Individualismus • Interkulturelle Kompetenz und Dialog, mit Schwerpunkt auf dem Entwicklungsmodell der interkulturellen Sensibilität • Die Verbindung zwischen Kultur und Kommunikation • Die persönliche Eisberg-Metapher • Defensive Kommunikationsstile (Bewältigungshaltungen) versus kongruente Kommunikation • Aktives Zuhören und Empathie • Selbstwahrnehmung und bewusste Kommunikation
	<u>Project Management /SE / LV-Nr: vz.MS.7 / 2.Semester / ECTS: 4</u> - Projekte verstehen und strukturiertes Projektmanagement - Projektlebenszyklus (Auswahl, Initiierung, Planung, Durchführung, Überwachung und Steuerung, Abschluss) - Projektzeitplanung (Terminplanungssoftware, manuelle Terminplanungstechniken) - Methoden des Projektmanagements
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> - Planung, Organisation und Implementierung des Programms - Treffen und Diskussionen mit Expert:innen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement - Besuche internationalen Institutionen wie zum Beispiel: Botschaften, Außenwirtschaftszentren der WKÖ oder Goethe Institut - Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen
Lehr- und Lernmethoden	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Leadership Concepts & Practice /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Strategic & Change Management /SE / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Project Management /SE / LV-Nr: vz.MS.7 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation
	<u>Leadership Concepts & Practice /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Strategic & Change Management /SE / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Project Management /SE / LV-Nr: vz.MS.7 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u>

	Teilnahme
--	-----------

Modulnummer:	Praxistransfer SKVM	Umfang:	
PT SCEM		40	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 2. Semester: keine / 3. Semester: keine / 4. Semester: keine / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Research Methods & Evidence-based Management /ILV / LV-Nr: vz.PT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Bryman, A. (2021). Social Research Methods. Oxford University Press. Clarke, V., & Braun, V. (2021). Thematic analysis: A practical guide. SAGE Publications. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (5th ed.). Sage. Flick, U. (2022). An Introduction to Qualitative Research (7th ed.) Sage. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2023). The Sage handbook of qualitative research (6th ed.). Sage. Getz, D., & Page, S. J. (2024). Event studies: Theory and management for planned events (5th ed.). Routledge. Krieg, E.J. (2014), Statistics and data analysis for social science (1st ed.); Pearson Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research Methods for Business Students (9th ed.). Pearson. Savin-Baden, M., & Major, C. H. (2025). Qualitative research: The essential guide to theory and practice (2nd ed.). Routledge. Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Sage.		
	<u>Business Project /PT / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.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. Smith, A. (2015). Events in the City: Using public spaces as event venues (1st ed.). Routledge. Timinger, H. (2025). Modern project management. Wiley-VCH.		
	<u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited. 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 (1st edition). Northampton: Edward Elgar Publishing. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge. Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.		
	<u>Thesis Preparation Seminar /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford University Press. Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd. Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient. Ritchie, J., Lewis, J., Mcnaughton Nicholls, C. and Ormston, R. (2013). Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers. London, Sage Publications Ltd. Turabian, K. L. (2013). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers. Chicago, IL: University of Chicago Press. Wallace, M. and Wray, A. (2016). Critical Reading and writing for postgraduates. London, Sage Publications Ltd.		
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u>		

	Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research Methods for Business Students (9th ed.). Pearson.
--	--

Literaturempfehlung	Sternad, D., & Power, H. (2023). The thesis writing survival guide: research and write an academic thesis or dissertation with less stress. Econcise. Swales, J. M., & Feak, C. B. (2021). Academic writing for graduate students: Essential tasks and skills (4th ed.). University of Michigan Press. Turabian, K. L. (2018). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers (9th ed.). University of Chicago Press.
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research Methods for Business Students (9th ed.). Pearson. Sternad, D., & Power, H. (2023). The thesis writing survival guide: research and write an academic thesis or dissertation with less stress. Econcise. Swales, J. M., & Feak, C. B. (2021). Academic writing for graduate students: Essential tasks and skills (4th ed.). University of Michigan Press. Turabian, K. L. (2018). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers (9th ed.). University of Chicago Press.
	<u>Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research Methods for Business Students (9th ed.). Pearson. Sternad, D., & Power, H. (2023). The thesis writing survival guide: research and write an academic thesis or dissertation with less stress. Econcise. Swales, J. M., & Feak, C. B. (2021). Academic writing for graduate students: Essential tasks and skills (4th ed.). University of Michigan Press. Turabian, K. L. (2018). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers (9th ed.). University of Chicago Press.
	<u>Generative AI in SCEM /SE / LV-Nr: vz.PT.8 / 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>Research Methods & Evidence-based Management /ILV / LV-Nr: vz.PT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen Forschung und evidenzbasierter Entscheidungsfindung zu verstehen und die grundlegenden Prinzipien wissenschaftlicher Forschung in den Bereichen Sport, Kultur und Event zu erläutern. • sind in der Lage, die Logik wissenschaftlicher Erkenntnisgewinnung einschließlich der Ziele, Stärken und Grenzen empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung nachzuvollziehen. • sind in der Lage, die Bedeutung grundlegender theoretischer Annahmen innerhalb des Forschungsprozesses im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement zu erkennen. • sind in der Lage, die Rolle von Theorie, Konzeptualisierung und theoretischen Rahmenwerken für die Ausrichtung von Forschung zu verstehen. • sind in der Lage, eine Vielzahl quantitativer und qualitativer Methoden zu bewerten und anzuwenden, um soziale Phänomene in den drei Disziplinen zu untersuchen, zu beschreiben und zu erklären. • sind in der Lage, ein Forschungskonzept im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement systematisch zu entwickeln und methodisch auf Master-Niveau darzustellen. • sind in der Lage, Forschungsinstrumente zu entwerfen, die mit den Forschungszielen übereinstimmen.
	<u>Business Project /PT / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • sind in der Lage, zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen anzuwenden, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • sind in der Lage, die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch zu evaluieren, um Optimierungspotenziale zu identifizieren und die Qualität zukünftiger Projekte zu sichern. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsstark zu bewältigen. • sind in der Lage, die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit zu erkennen und diese Kompetenzen gezielt einzusetzen, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).
	<u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 2</u>

	Die Teilnehmer:innen: • bringen bisher erworbene Kenntnisse aktiv in Diskussionen ein. • hinterfragen, bewerten und vergleichen neue Erkenntnisse kritisch. • beurteilen Tätigkeiten von Expert:innen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen. • nehmen Kontakt zu Expert:innen auf und bauen diesen aus, wobei sie sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt verstehen. • stärken ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten, Kreativität, Fähigkeiten im aufgaben- und zeitgetriebenen Arbeiten an Projekten sowie ihre Präsentationsfähigkeiten. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).

Kompetenzerwerb	<u>Thesis Preparation Seminar /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die zentralen Merkmale eines Forschungsexposés zu erkennen. • sind in der Lage, eigenständig empirische Forschungsprojekte auf Masterniveau zu entwickeln und zu planen. • sind in der Lage, vorhandene wissenschaftliche Literatur nach forschungspraktischen Kriterien zu gewichten. • sind in der Lage, ethische und praktische Aspekte ihrer Forschungsfrage zu reflektieren. • sind in der Lage, die Erkenntnispotenziale qualitativer und quantitativer Methoden für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage einzuschätzen. • sind in der Lage, die optimalen Methoden für ihr Forschungsdesign auf Masterniveau auszuwählen und zu begründen. • sind in der Lage, theoretische und methodische Probleme ihrer geplanten Masterarbeit zu erkennen, zu analysieren und systematische Lösungsansätze zu entwickeln.
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problematiken, die im Zusammenhang mit ihrer Masterarbeit entstehen, artikulieren, reflektieren, kritisch diskutieren und Lösungswege entwickeln. • sind in der Lage, durch konstruktiven Austausch Unklarheiten gemeinsam zu klären und Lernprozesse im Sinne des gegenseitigen Voneinander-Lernens zu gestalten.
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problematiken, die im Zusammenhang mit ihrer Masterarbeit entstehen, artikulieren, reflektieren, kritisch diskutieren und Lösungswege entwickeln. • sind in der Lage, durch konstruktiven Austausch Unklarheiten gemeinsam zu klären und Lernprozesse im Sinne des gegenseitigen Voneinander-Lernens zu gestalten. • sind befähigt, die zentralen Inhalte, Argumentationslinien und methodischen Entscheidungen ihrer Masterarbeit zu präsentieren und sich auf die mündliche Verteidigung ihrer Masterarbeit systematisch vorzubereiten.
	<u>Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</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.
	<u>Generative AI in SCEM /SE / LV-Nr: vz.PT.8 / 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>Research Methods & Evidence-based Management /ILV / LV-Nr: vz.PT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> - Unterschiede und Schnittstellen von qualitativer und quantitativer Sozialforschung mit dem Fokus auf Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement - Entwicklung des Forschungsdesigns und Forschungsplanung - Samplingstrategien und Stichprobenziehung in qualitativen und quantitativen Studien - Instrumente der qualitativen und quantitativen Datenerhebung - Methoden zur Datenanalyse: Qualitative Inhaltsanalyse, Faktorenanalyse, Regressionsanalyse - Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung - Beispiele empirischer Studien aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<u>Business Project /PT / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.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.
	<u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Lehrinhalte unter anderem mit folgenden Schwerpunkten:

Lehrinhalte	- Die Zukunft des Sports, der Kultur und von Veranstaltungen hinsichtlich Bedeutung - Anwendung von Marketinginstrumenten in Projekten - Wissenschaftliche Analyse von Marketingkampagnen in der Praxis - Aktuelle Trends aus International Business in Theorie und Praxis - Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen - Branchen- und F&E-Aktivitäten - Digitale Entwicklungen - Entstehung und Bewertung von Trends, Moden, Booms - Work-Life-Management
	<u>Thesis Preparation Seminar /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> - Struktur, Inhalte und Funktion von Forschungsexposés - Forschungsfragen formulieren und kontextualisieren - Interdisziplinarität als Chance und Herausforderung - Forschungsstand erheben und Literatur systematisch gewichten - Forschungslücken finden und kontextualisieren - Informations- und Wissensmanagement - Forschungsmethoden adäquat auswählen und begründen - Gütekriterien empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung - Forschungsethik und Datenschutz - Wissenschaftliche Schreibprozesse
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> - Reflexion und Diskussion forschungsbezogener Fragestellungen im Kontext der eigenen Masterarbeit - Analyse und Austausch über individuelle Herausforderungen im Forschungsprozess - Gestaltung kooperativer Lernprozesse und gegenseitiger Unterstützung in der Erarbeitung der Masterarbeit
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> - Reflexion und Diskussion forschungsbezogener Fragestellungen im Kontext der eigenen Masterarbeit - Analyse und Austausch über individuelle Herausforderungen im Forschungsprozess - Gestaltung kooperativer Lernprozesse und gegenseitiger Unterstützung in der Erarbeitung der Masterarbeit - Vorbereitung auf die mündliche Verteidigung der Masterarbeit, einschließlich der Präsentation zentraler Inhalte, Argumentationslinien und methodischer Entscheidungen
	<u>Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums. Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Kolloquiums werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Die Betreuung leitet die Studierenden dabei an. Wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.
	<u>Generative AI in SCEM /SE / LV-Nr: vz.PT.8 / 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>Research Methods & Evidence-based Management /ILV / LV-Nr: vz.PT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Business Project /PT / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 2</u>

	Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Thesis Preparation Seminar /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>
	Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u>
	Seminar
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u>
	Seminar

Lehr- und Lernmethoden	<u>Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Seminar
	<u>Generative AI in SCEM /SE / LV-Nr: vz.PT.8 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Research Methods & Evidence-based Management /ILV / LV-Nr: vz.PT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Business Project /PT / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Thesis Preparation Seminar /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Teilnahme
	<u>Colloquium on Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Teilnahme
	<u>Master's Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Masterarbeit
	<u>Generative AI in SCEM /SE / LV-Nr: vz.PT.8 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Kultur	Umfang:	
OMC		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Audience Development & Outreach (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Benington, J., & Moore, M. (Hg.) (2011). Public Value. Theory and Practice, New York: Palgrave Macmillan. Boyd, N.M., & Martin, E.C. (2022). Sustainable Public Management, Routledge. 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, New York: Routledge. Hadley, S. (2021). Audience development and cultural policy, Palgrave Macmillan. Hadley, S. (ed.) (2024). A reader on audience development and cultural policy, Routledge. Kawashima, N. (2006). Audience Development and Social Inclusion in Britain. XXX Mandel 360° Tröndle, M. (2022). Non-Visitor Research. Audience Development for Arts Organisations, Wiesbaden: Springer Fachmedien.		
	<u>Digital Spaces in Culture (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Beil, B., Freyermuth, G.S., Hamm, I., & Ossa, V. (eds.) (2025). Gaming the Metaverse. Transcript. Hendriks, P., Sturm, T., Mehler, M., & Buxmann, P. (2024). The impact of artificial intelligence on the evolution of culture. ICIS 2024 Proceedings, 10, pp. 1-17. Reed, T.V. (2019). Digitized Lives. Culture, Power and Social Change in the Internet Era. 2nd edition. Routledge. Silver, Minna et al. (2018). Reviving Palmyra in Multiple Dimensions: Images, Ruins and Cultural Memory. Whittles Publishing. Stalder, F. (2016). The digital condition (translated by Valentine A. Pakis). Polity. Virtual Museums Forum (2024). Virtual Museums – A Plea: Around the Clock, around the World. De Gruyter.		
Kompetenzerwerb	<u>Audience Development & Outreach (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein umfassendes Kompetenzprofil, das für die Ansprache heterogener Zielgruppen im Kulturbereich von zentraler Bedeutung ist. - erwerben ein vertieftes Verständnis dafür, wie Audience Engagement in transkulturellen Kontexten strategisch erweitert, diversifiziert und nachhaltig gesichert werden kann – durch die kritische Auseinandersetzung mit theoretischen Modellen und praktischen Anwendungsfeldern. - eignen sich Kenntnisse und Methoden der Publikumsforschung sowie der Zielgruppen-segmentierung an, die sie befähigen, Bedürfnisse, Motivationen und Verhaltensweisen unterschiedlicher Ziel- und Dialoggruppen zu identifizieren und zu analysieren. - erlernen die Konzeption von Outreach-Strategien, die Partizipation und Ko-Kreation, Zugänglichkeit sowie den Aufbau langfristiger Beziehungen zwischen Kultureinrichtungen und ihren Communities fördern. - setzen einen besonderen Schwerpunkt auf digitale Werkzeuge und Kommunikationskanäle, um sich im dynamischen Umfeld kultureller Angebote des digitalen Zeitalters souverän zu orientieren. - fördern kritisches Denken und reflektierte Praxis, indem sie gesellschaftliche Auswirkungen kultureller Initiativen evaluieren und die ethischen Dimensionen von Audience Engagement berücksichtigen.		
	<u>Digital Spaces in Culture (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein kritisches und praxisorientiertes Verständnis dafür, wie digitale Technologien kulturelle Landschaften transformieren. - können die Auswirkungen der Digitalisierung auf Kultureinrichtungen, Praktiken und Publika analysieren, den Einsatz immersiver Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) evaluieren sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in kulturellen Kontexten differenziert diskutieren. - sind in der Lage, komplexe Sachverhalte sowohl in akademischen als auch in kreativen Formaten wirkungsvoll zu kommunizieren, digitale Medien als Ausdrucks- und Kritikmittel einzusetzen und die ethischen Dimensionen digitaler Räume – einschließlich Fragen der Zugänglichkeit, Repräsentation, des Datenschutzes und technologischer Verzerrungen – zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Audience Development & Outreach (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u>		

	In einer zunehmend diversen und digital vernetzten Welt sehen sich Kultureinrichtungen sowohl mit Herausforderungen als auch mit Chancen in der Ansprache und Einbindung von Publikum konfrontiert. Vor diesem Hintergrund untersucht das Seminar innovative Strategien, die Kultureinrichtungen zur Gestaltung tragfähiger Beziehungen zu bestehenden und potenziellen Publika sowie zur Generierung
--	---

Lehrinhalte	von Public Value einsetzen. Auf der Grundlage einer Verbindung von theoretischen Perspektiven, praxisorientierten Fallstudien und Expert:innenvorträgen wird im Seminar analysiert, wie kulturelle Organisationen ihre Reichweite erweitern, Diversität, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit (DEIB) fördern und nachhaltige Wirkung in ihren Communities entfalten. Ebenso wird in den Blick genommen, welchen gesellschaftlichen, politischen, organisatorischen und ökonomischen Herausforderungen Kultureinrichtungen in diesem Prozess begegnen. Behandelte Themen umfassen u.a. Publikumssegmentierung, digitale Vermittlungs- und Beteiligungsformate, innovative Vermittlungskonzepte, Strategien des Community Buildings, Fragen der Zugänglichkeit und Barrierefreiheit, Public-Value-Generierung sowie Methoden der Evaluation. Die Teilnehmenden erwerben Instrumente, um Publikumsbedürfnisse und -verhalten differenzierter zu verstehen und innovative Outreach-Initiativen sowohl im analogen als auch im digitalen Raum zu entwickeln, die zugleich nachhaltig und gesellschaftlich relevant sind.
	<u>Digital Spaces in Culture (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die durch die weitreichende Digitalisierung und den technologischen Fortschritt eröffneten Chancen gewinnen im Kulturbereich zunehmend an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund untersucht das Seminar die sich wandelnde Landschaft kultureller Produktion, Vermittlung und Rezeption im Zeitalter der digitalen Transformation. Die Teilnehmenden analysieren kritisch, wie Digitalität und die Prozesse der Digitalisierung Kultureinrichtungen, künstlerische Praktiken und Audience Engagement neu gestalten. Zentrale Themen umfassen unter anderem die Chancen und Grenzen der Digitalisierung von Kulturerbe und kreativem Content im Allgemeinen, die Rolle immersiver Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) in Kultureinrichtungen und -projekten sowie die Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz (KI) auf künstlerische Schaffung, Kuratierung und Interpretation. Anhand theoretischer Konzepte, Fallstudien, Expert:innenvorträgen sowie praktischer Erprobung digitaler Werkzeuge erhalten die Teilnehmenden Einblicke sowohl in die Möglichkeiten als auch in die Grenzen digitaler Räume im kulturellen Kontext. Ethische Aspekte – wie Zugänglichkeit, Datenschutz, Urhebererschaft und kulturelle Repräsentation – werden im Verlauf des Seminars kontinuierlich kritisch reflektiert.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Audience Development & Outreach (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Digital Spaces in Culture (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Audience Development & Outreach (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Digital Spaces in Culture (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Event	Umfang:	
OME		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMACOM.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, den Bedarf für die Errichtung neuer Infrastrukturen sowie für die Renovierung bestehender Einrichtungen zu analysieren und zu bewerten. • können die relevanten Stakeholder für die Konzeption von Infrastrukturen identifizieren, einschließlich Behörden, Auftraggeber:innen, Investor:innen, zukünftiger Betreiber:innen und Bevölkerung. • lernen, effiziente Vermarktungsstrategien zu entwickeln und darzustellen. • sind in der Lage, Veranstaltungsimmobiliën ökonomisch zu managen. • lernen, gewohntes Denken und Handeln flexibel an neue, veränderte Situationen anzupassen. • sind in der Lage, Chancen und Risiken der Umsetzung zu erkennen und abzuschätzen. • entwickeln Verhandlungskompetenz.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die Beschaffenheit, Struktur und Prozesse des Personalwesens im Veranstaltungsbereich zu bewerten. • sind in der Lage, sich kritisch mit moralischen, ethischen und gesetzlichen Belangen in verschiedenen Bereichen des Personalwesens auseinanderzusetzen. • sind in der Lage, Lösungsansätze für effektives Personalmanagement in der globalen Veranstaltungsbranche kritisch zu diskutieren. • sind in der Lage, die Komplexität des Freiwilligenmanagements im Veranstaltungsbereich zu verstehen. • sind in der Lage, basierend auf Informationen fundierte Argumente zu entwickeln und zu artikulieren.		
Lehrinhalte	<u>Venue Management (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u>		

	- Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilienmanagement - Überblick über Veranstaltungsimmobiliencluster - Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobiliencluster - Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten - Stakeholder von Veranstaltungsimmobilien - Die Frage der Baukosten - Wechselwirkungen von Bau und Betrieb - Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobilien - Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien - Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage - Standortfaktoren und Standortwahl - Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen - Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien - Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobilien - Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltungsimmobilien im Markt - Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobilien - Herausforderungen im operativen Management von Veranstaltungsimmobilien (inkl. Facility Management) - Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur - Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (z.B. Gartenschauen, Waterfront)
--	---

Lehrinhalte	Development)
	<u>Managing the Event Workforce (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> - Einführung in Personalmanagement im Veranstaltungsbereich, z.B. das Unternehmen als pulsierender Kollektivkörper („Pulsating organization“) - Personalbeschaffung, -auswahl, -training und -entwicklung in Veranstaltungsunternehmen - Motivationale Aspekte ehrenamtlichen Engagements sowie Gewinnung und Bindung von freiwilligen Helfern - Emotionale und ästhetische Arbeit im Veranstaltungsbereich - Moral, Ethik und rechtliche Grundlagen im Personalmanagement (z.B. Arbeitsbedingungen)
Lehr- und Lernmethoden	<u>Venue Management (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Managing the Event Workforce (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Venue Management (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Managing the Event Workforce (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Sport	Umfang:	
OMS		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.</u> Barnhill, C. R., Smith, N. L., & Oja, B. D. (2021). Organizational behavior in sport management: An applied approach to understanding people and groups. Palgrave Macmillan. Cummings, T. G. & Worley, C. (2019). Organization development & change. Cengage Learning. MacIntosh, E., & Burton, L. (2025). Organizational behavior in sport management. Human Kinetics. Robbins, S. P. & Judge, T. (2023). Organizational behavior. Pearson. Schein, E. H. (2016). Organizational culture and leadership. John Wiley & Sons.		
	<u>Sports & Social Development (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Graeff, B., Safarikova, S., & Sambili-Gicheha, L.C. (2024). Routledge Handbook of the Global South in Sport for Development and Peace. Routledge. Hartmann, D. & Kwauk, C. (2011). Sport and Development: An Overview, Critique, and Reconstruction. Journal of Sport and Social Issues Petry, K. & Moustakas, L. (2025). Sport for Social Cohesion. Routledge. European Journal of Sport and Society Journal of Sport for Development International Review for the Sociology of Sport International Journal of the Sociology of Leisure		
Kompetenzerwerb	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die Verhaltensdynamiken und Entwicklungsprozesse innerhalb von Sportorganisationen kritisch zu untersuchen. • können sportspezifische Konzepte des Organisationsverhaltens auf reale Dynamiken in den Bereichen Führung, Teamleistung, Organisationskultur und Konflikte am Arbeitsplatz anwenden. • verstehen, wie individuelles, gruppenbezogenes und organisationales Verhalten, Führung, Kultur und Veränderungsprozesse im Sport beeinflusst und können diese Zusammenhänge analysieren und kritisch reflektieren, um ein vertieftes Verständnis für Dynamiken in Sportorganisationen zu entwickeln. • wissen, wie sie Theorien zu Motivation, Kommunikation, Macht und Konfliktlösung im Kontext verschiedener Arten von Sportorganisationen (Spitzen- und Breitensport, NPO und FPO) anwenden können. • sind in der Lage, Maßnahmen zur Organisationsentwicklung zu konzipieren und zu bewerten sowie Herausforderungen in komplexen Umgebungen zu diagnostizieren.		
	<u>Sports & Social Development (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • können den potenziellen Beitrag – und die Grenzen – des Sports zur sozialen Entwicklung erklären und kritisch diskutieren, unter anderem in Bezug auf Gesundheit, sozialen Zusammenhalt, wirtschaftliche Entwicklung und mehr. • können zwischen den potenziellen Vorteilen einer aktiven und einer passiven Beschäftigung mit Sport unterscheiden. • können die notwendigen Voraussetzungen für Sport und sportbasierte Programme zur Erreichung sozialer Ziele bewerten und potenzielle Sportprojekte im Zusammenhang mit sozialer Entwicklung planen.		
Lehrinhalte	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.</u>		

	Diese Lehrveranstaltung befasst sich mit den Verhaltensgrundlagen und Entwicklungsstrategien in Sportorganisationen sowohl aus individueller als auch aus organisatorischer Perspektive, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf den Auswirkungen des Verhaltens auf Führung, Leistung, Inklusion und Veränderung liegt. Er führt in wichtige Konzepte des individuellen Verhaltens ein, darunter Motivationstheorien, und untersucht Gruppendynamik und Teamführung sowie Verhalten auf Organisationsebene, darunter Führungstheorien und politisches Verhalten innerhalb von Sportorganisationen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Organisationskultur, Rahmenwerken für die Organisationsentwicklung, Theorien zum Veränderungsmanagement, Widerstand gegen Veränderungen und Kommunikationsstrategien während Transformationsprozessen. Aktuelle Themen und die Auswirkungen der Globalisierung auf das Organisationsverhalten im Sport werden ebenfalls kritisch diskutiert. Anhand von Fallstudien wird die Theorie mit der Praxis verknüpft.
--	--

Lehrinhalte	<u>Sports & Social Development (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die wichtigsten Konzepte, die dem Sport und der sozialen Entwicklung zugrunde liegen, werden vorgestellt und kritisch diskutiert. Die potenziellen sozialen Auswirkungen des Sports werden vorgestellt und die Voraussetzungen für positive Ergebnisse erörtert. Die verschiedenen Formen sportbasierter sozialer Initiativen werden vorgestellt und konkrete Schritte zu ihrer Planung und Umsetzung skizziert.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.</u> Seminar
	<u>Sports & Social Development (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.</u> Portfolioprüfung
	<u>Sports & Social Development (WP)* /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolio

2.3.2 Modulbeschreibungen berufsbegleitend

Modulnummer:	Grundlagen SKVM	Umfang:	
GL SKVM		16	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Behrens, A., Bauers, S. B., & Hovemann, G. (2024). Entwicklungstendenzen im Sportmanagement: Struktur- und Wertewandel, Nachhaltigkeit, Globalisierung und Digitalisierung. Springer. Daumann, F., Esipovich, L., Follert, F., & Schurade, M. (2024). Sport Governance: Theorie, Praxis, Herausforderungen. utb. Daumann, F. (2023). Grundlagen der Sportökonomie. utb. Güllich, A., & Krüger, M. (2022). Grundlagen von Sport und Sportwissenschaft. Springer. Güllich, A., & Krüger, M. (2021). Sport in Kultur und Gesellschaft. Springer. Hoye, R., Misener, K., Naraine, M. L., & Ordway, C. (2022). Sport management: Principles and applications. Routledge.		
	<u>Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Assmann, A. (2017). Einführung in die Kulturwissenschaft. 4. Auflage. ESV Schmidt. Birnkraut, G. (2024). Evaluation im Kulturbetrieb. Werteorientierung, Wirkungsmessung, Impact. VS Verlag. Heinrichs, W. (2015). Der Kulturbetrieb. Bildende Kunst – Musik – Literatur – Theater – Film. Transcript. Hoppe, B., & Heinze, T. (2016). Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Springer VS. Frohne, J., Nowidat-Altmann, 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. Heinze, T. (2009). Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. 4. Auflage. VS Verlag. Benington, J., & Moore, M. (Hg.) (2011). Public Value. Theory and Practice. Palgrave Macmillan. 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. Lauer, T. (2019). Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 3. Auflage. Springer Gabler. Mandel, B. (2016). Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Transcript. Pöhlmann, L., & Herrmann, C. (Hg.) (2019). Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements. Springer Gabler. Sternfeld, N. (2018). Das radikaldemokratische Museum. De Gruyter.		
	<u>Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Bowdin, G. A.J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2023). Events Management. Butterworth-Heinemann, Oxford. Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge. Jäger, D. (2018). Grundwissen Eventmanagement. 3. Aufl. utb GmbH, Stuttgart. Sakschewski, T. und Siegfried, P. (2017). Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben und Akteure. Wiesbaden, Springer Gabler. Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical hand-book. 5th ed. USA, Cengage Learning		
	<u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Auer, K. V. (2022): Kennzahlen für die Praxis, SWK-Sonderheft, 2. Aufl., Linde Verlag Wien Britzelmaier, B. (2013): Controlling Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Pearson Coenenberg, A. G., Schulze, W. und Haller, A. (2024): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 27. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag Deyhle, A., Steigmeier, B. und Autorenteam (1993): Controller und Controlling, Verlag Paul Haupt Bern – Stuttgart - Wien Schierenbeck, H. und Wöhle, C.B. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., De Gruyter Oldenbourg		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u>		

	Die Teilnehmer:innen: • verfügen über systematisches Wissen zu Strukturen, Akteur:innen und Steuerungsmechanismen im modernen Sportmanagement und zentrale politische Rahmenbedingungen eines Sportsystems. • kennen aktuelle Theorien, Modelle und Forschungsergebnisse aus Sportökonomie und -management. • verstehen die grundlegenden Mechanismen von Entwicklungsdynamiken im Sport und können komplexe sportökonomische Probleme analysieren und geeignete Lösungsstrategien entwickeln. • sind in der Lage, Managemententscheidungen im Sport evidenzbasiert zu begründen und in
--	---

Kompetenzerwerb	verschiedenen Kontexten, wie z. B. kommerziell vs. Gemeinwohlorientiert, anzupassen. • reflektieren kritisch ihre möglichen, späteren Rollen im Sportmanagement und setzen sich mit Fragen der Verantwortung und nachhaltigen Entwicklung auseinander. • in der Lage, lösungsorientiert in Teams zu arbeiten und adressatengerecht mit verschiedenen Stakeholdern im Sportkontext zu kommunizieren.
	<u>Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erwerben fundierte Kenntnisse über die institutionellen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen des Kulturbetriebs sowie über zentrale kulturwissenschaftliche Konzepte, die für das Verständnis und die Gestaltung kultureller Prozesse relevant sind. • entwickeln darauf aufbauend ein kritisches und reflektiertes Verständnis für die komplexen Zusammenhänge zwischen Kulturproduktion, -vermittlung und -rezeption und lernen innovative kooperative Ansätze kennen. • sind in der Lage, kulturelle Organisationen hinsichtlich ihrer Struktur, Governance und Finanzierung zu analysieren und deren strategische Ausrichtung im Kontext aktueller kulturpolitischer Entwicklungen zu bewerten. • setzen sich mit unterschiedlichen Modellen der Kulturfinanzierung auseinander und reflektieren deren Auswirkungen auf kulturelle Teilhabe und Programmatik. • erarbeiten theoretische Grundlagen und praktische Ansätze der zeitgenössischen Kulturvermittlung und des Audience Development. • entwickeln Kompetenzen zur Konzeption und Umsetzung zielgruppenspezifischer Vermittlungsformate und lernen Methoden kennen, mit denen kulturelle Angebote nachhaltig kommuniziert und neue Publikumsschichten erschlossen werden können. • werden durch die Verbindung von kulturwissenschaftlicher Theorie und Managementpraxis befähigt, kulturbezogene Projekte strategisch zu planen, kritisch zu reflektieren und innovativ umzusetzen.
	<u>Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, verschiedenen Eventarten, Rahmenbedingungen, Strukturen, Akteure und Instrumentarien des modernen Veranstaltungsmanagements zu erklären. • sind in der Lage, grundlegende Problemstellungen im Veranstaltungsmanagement zu erkennen, analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. • sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen sozialwissenschaftlichen Ansätzen und Veranstaltungsmanagement zu erkennen. • sind in der Lage, mit komplexen Sachverhalten umzugehen sowie Informationen zu interpretieren und beurteilen. • sind in der Lage, ihre Sozial- und Selbstkompetenz sowie ihr kritisches Analyseverhalten, die Diskursfähigkeit sowie Präsentations- und Moderationskompetenzen durch Gruppenarbeit und interaktive Lehrgespräche zu entwickeln.
Lehrinhalte	<u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • haben ein grundsätzliches Verständnis für das Controlling und die Budgetierung. • haben ihr vorhandenes Grundwissen in der Kostenrechnung und im Controlling vertieft und können damit Budget- und Abweichungsanalysen erstellen und analysieren. • sind in der Lage, Zahlen zu interpretieren und daraus Maßnahmen abzuleiten. • kennen verschiedene moderne Controlling- und Budgetierungsinstrumente mit deren Vor- und Nachteilen. • kennen die Besonderheiten der Budgetierung und des Controllings in Bezug zu Kultur- und Sportorganisationen.
	<u>Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Aufbau und Funktionsweise von Sportsystemen auf nationaler und internationaler Ebene - Institutionen, Organisationen und Akteure im Sport (Vereine, Verbände, Ligen, Unternehmen, NGOs) - Typologien von Sportorganisationen (gemeinwohlorientiert vs. profitorientiert) - Märkte im Sport, Nachfrage und Angebot im Sportbereich - Sportfinanzierung (öffentlich, privat, hybrid) - Corporate Social Responsibility (CSR) im Sport - Technologische Transformation, Professionalisierung, Kommerzialisierung und Globalisierung - Wertewandel, Diversität, Inklusion und Genderfragen im Sportmanagement
	<u>Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u>

	Das Seminar bietet eine vertiefte Auseinandersetzung mit zentralen Themen und aktuellen Herausforderungen des Kulturmanagements. Im Fokus stehen sowohl theoretische Grundlagen als auch praxisorientierte Ansätze zur Steuerung und Gestaltung kultureller Organisationen und Prozesse. Die Teilnehmer:innen erhalten Einblicke in den Aufbau, die Struktur und Funktionsweise des Kulturbetriebs und seiner Sektoren, analysieren verschiedenartige Modelle der Kulturfinanzierung und diskutieren die Rolle von Kulturpolitik im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Auftrag und Marktlogik. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf zeitgenössischen Theorien und Praktiken einer innovationsorientierten und diversitätssensiblen Kulturvermittlung sowie auf innovativen Methoden der Publikumsentwicklung und ideellen Wertschöpfung. Darüber hinaus werden grundlegende kulturwissenschaftliche Konzepte reflektiert und in Beziehung zu kulturmanagerialen Praktiken und Tätigkeitsfeldern gesetzt. <u>Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Eventbegriff und Eventarten, Planungsmodelle und -stadien - Sozialwissenschaftliche Ansätze im Veranstaltungsmanagement - Interne und externe Einflüsse auf Veranstaltungsmanagement - Akteur:innen und Stakeholder im Veranstaltungsmanagement - Risikomanagement - Eventimplementierung & -logistik - Eventevaluierung
--	---

Lehrinhalte	<u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> • Einordnung des Controllings in der BWL • Grundlagenwissen im Controlling • Verschiedene Controlling- und Budgetierungsinstrumente: Kostenrechnung, Budgetierung, Finanzierung • Analysieren von Jahresabschlüssen • Interpretation von Zahlen und Evaluation von Maßnahmen • Praxisbeispiele
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

Modulnummer:	Führung & Social Skills SKVM	Umfang:	
FS SKVM		24	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology 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) Wolf, F. (2025). Die Veränderungen im Unternehmerischen Kontext durch die Nutzung von Mobilem Office: Eine Qualitative Analyse von Teambuilding und Führungsstilen anhand von Mitarbeitern und Führungskräften. Wiesbaden; Springer Fachmedien		
	<u>Leadership Concepts & Practice (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Northouse, P. G. (2025). Leadership: Theory and Practice (10th ed.). SAGE Publications. Harvard Business Review Press. (2011) HBR's 10 Must Reads on Leadership. Boston, Massachusetts. Har Journals: Leadership The Leadership Quarterly		
	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Browaeys, 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.		
	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 4</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.		
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bennett, Milton & Ida Castiglioni (2004): "Embodied ethnocentrism and the feeling of culture: a key to training for intercultural competence". In Dan Landis, Janet M. Bennett & Milton J. Bennett (Eds.): Handbook of Intercultural Training (3 ed.), SAGE Publications, pp. 249-265. Esteve, Gustavo (2011): "Intercultural Inspiration: The Life and Work of Raimon Panikkar". In Wolfgang Dietrich and Others (Eds.): The Palgrave International Handbook of Peace Studies: A Cultural Perspective, New York, Palgrave Macmillan, pp. 570-585. Rogers, Carl R. & Richard E. Farson (1987): "Active Listening". In R.G. Newman, M.A. Danzinger, M. Cohen (Eds): Communicating in Business Today, D.C. Heath & Company. Satir, Virginia (1988): The new peoplemaking, Palo Alto, CA: Science and Behavior Books. Trompenaars, Fons & Charles Hampden-Turner (2012): Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business, London: Nicholas Brealey Publishing.		
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u>		

	Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2022): Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 8th Edition. Pearson Education Limited. Hemachandran, K., Choudhury, D., Rodriguez, R.V., Wise, J.A., & T, R. (2024): Predictive Analytics and Generative AI for Data-Driven Marketing Strategies. 1st Edition. Chapman and Hall/CRC. Kingsnorth, S. (2022): Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 3rd Edition. Kogan Page. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. Pearson Education Limited. Krug, Steve (2013): Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd Edition. New Riders. Pulizzi, J. (2013): Epic Content Marketing. McGraw-Hill.
--	---

Literaturempfehlung	Provost, F. & Fawcett, T. (2013): Data Science for Business. O'Reilly Media. Roetzer, P. (2022): Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business. BenBella Books. Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead. Tasora Books. Venkatesan, R. & Lecinski, J. (2021): The AI Marketing Canvas: A Five-Stage Road Map to Implementing AI in Marketing. Wiley.
	<u>Strategic & Change Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.7 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Sauerwald, S. (2023). Strategic management: Creating competitive advantages (11th ed.). McGraw Hill Education. Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161. Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review, (October 2004), 76-84. Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, (November-December 1996), 61-78. Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, (January 2008), 78-93. Porter, Michael E. (1980). Generic Competitive Strategies. In Competitive Strategy - Techniques for Analyzing Industries and Competitors (pp. 34-46). New York, NY: Free Press.
Kompetenzerwerb	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • unterscheiden systematisch zwischen den verschiedenen Phasen des Teambuildings. • erkennen vorherrschende Problemstrukturen und leiten anhand konkreter Beispielsituationen geeignete Handlungsstrategien ab. • kennen spezifische Teamrollen, deren Implikationen sowie deren Entwicklungen in den unterschiedlichen Teambuildingphasen und können entsprechende Handlungsalternativen ableiten. • wenden Methoden des Erfahrungslernens, der Reflexion und des diskursiven Austauschs gezielt an. • entwickeln Einfühlungsvermögen, Konfliktfähigkeit und -bewältigung sowie Fähigkeiten zur Diskussion, Argumentation und Überzeugung. • stärken ihr Verantwortungsbewusstsein gegenüber Teammitgliedern und sich selbst, einschließlich Aspekten des Work-Life-Managements, und üben Selbstbehauptung.
	<u>Leadership Concepts & Practice (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • erhalten ein Verständnis für die Entwicklung des allgemeinen Konzepts der Führung, verschiedene grundlegende Ansätze zur Führung und verschiedene Schwelle-Ansätze zur Führung. • können sich kritisch mit ihren individuellen Ansichten und Herangehensweisen an Führung auseinandersetzen. • entwickeln die Fähigkeit, ihre emotionale Intelligenz in Führungssituationen anzuwenden. • kennen die wichtigsten Besonderheiten in der Führung von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen.
	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, selbständig eine zum Studienprogramm passende Destination auszuwählen und die Auswahlentscheidungen fachlich zu begründen. • analysieren soziokulturelle sowie wirtschaftliche Daten und Fakten der Zielregion. • können eigenständig ein zielgerichtetes Programm konzipieren und planen, das Schwerpunkte im Kontext von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, Unternehmensbesuchen sowie Treffen mit Kooperationspartnern, NGOs, Botschaften und Außenwirtschaftszentren berücksichtigt. • identifizieren soziale und kulturelle Hauptströmungen, wirtschaftliche Entwicklungen sowie politische Herausforderungen der betreffenden Region. • erwerben interkulturelle Kompetenzen, Diskussionsfähigkeiten und Organisationsfähigkeiten.
	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. • kennen allgemein anerkannte Best Practices im Bereich des Projektmanagements und können diese auch anwenden. • besitzen die Fähigkeit, Projekte und Projektteams auszuwählen, zu entwickeln und zu leiten.
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u>

	Die Teilnehmer:innen: • kennen das Konzept der Kultur und der kulturellen Dimensionen. • haben einen Einblick, was interkulturelle Kompetenz beinhaltet und lernen unterschiedliche Wahrnehmungen von kulturellen Unterschieden und deren Wahrnehmung kennen. • stellen Verbindungen zwischen dem kulturellen Eisberg und ihrem persönlichen Eisberg her. • verstehen, wie sich ihr Kommunikationsverhalten in Abhängigkeit von ihrem kulturellen Hintergrund entwickelt. • erkennen Mechanismen, die dysfunktionale Kommunikation auslösen und zu Missverständnissen oder Konflikten führen. • entwickeln eine Sensibilität für kulturelle Unterschiede, indem sie ihre Fähigkeiten zum Zuhören und zur Empathie verbessern. • sehen durch eine neue Brille und treten von ihrer eigenen kulturellen Weltsicht zurück, um mit unerwarteten oder "seltsamen" Situationen besser umgehen zu können. • werden kontinuierlich zur Selbstreflexion und zum Lernen durch Erfahrung ermutigt.
--	---

Kompetenzerwerb	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • verstehen, was Customer Experience bedeutet und warum sie im digitalen Marketing zentral ist. • erkennen, dass das Kundenerlebnis alle Berührungspunkte (Touchpoints) entlang der Customer Journey umfasst – vom ersten Kontakt bis zum Kauf und darüber hinaus. • können die wichtigsten digitalen Touchpoints (z.B. Social Media, Website, E-Mail, Suchmaschinen) identifizieren und deren Bedeutung für ein positives Kundenerlebnis erklären. • kennen die zentralen Instrumente des Online-Marketing-Mix (u.a. SEO, SEA, Social Media, E-Mail-Marketing, Content Marketing, Performance Marketing). • verstehen die jeweiligen Vorteile, Chancen und Einsatzmöglichkeiten dieser Tools und können deren Wirkung im Marketingkontext einschätzen. • lernen, wie die Auswahl und Kombination der Tools an Unternehmensziele, Zielgruppen und Budgets angepasst wird. • erfassen, wie eine Marketingstrategie als langfristiger, zielorientierter Plan funktioniert und welche Rolle Marktanalyse, Zielgruppenverständnis, Positionierung und Value Proposition spielen. • können die Unterscheidung zwischen Strategie, Plan und Taktik erklären und wissen, wie einzelne Maßnahmen in eine ganzheitliche Strategie eingebettet werden. • erhalten Einblick in die Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien, insbesondere im digitalen Umfeld. • verstehen die Grundlagen von Künstlicher Intelligenz und deren Anwendungsmöglichkeiten im Marketing, z.B. in der Datenanalyse, Personalisierung, Automatisierung und Trendprognose. • erkennen die Chancen, die AI für effizientere Marketingprozesse, bessere Kundenzentrierung und optimierte Budgets bietet. • erhalten einen Überblick über aktuelle Beispiele und Trends im Bereich AI-gestütztes Marketing. <u>Strategic & Change Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.7 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • verfügen über Grundkenntnisse des Konzepts der Strategie und des strategischen Managements im allgemeinen Geschäftsleben. • sind in der Lage, zwischen den Schlüsselkonzepten in der Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu unterscheiden. • sind in der Lage, die Kenntnisse und Anwendungen mehrerer bekannter entwicklungspolitischer, analytischer und strategischer Rahmenwerke zu demonstrieren und ihre Anwendung zur Analyse, Beurteilung und Bewertung verschiedener Situationen zu demonstrieren. • besitzen die Fähigkeit, die bei der Lösung von Problemen gelernten Lektionen auszuwählen und anzuwenden und Lösungen für Szenarien im Zusammenhang mit dem Management von Sport, Kultur und Veranstaltungen zu synthetisieren.
Lehrinhalte	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor-Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Dabei werden abgedeckt: - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen - Zielperspektiven und Risiken (Work-Life-Management) - Führung im Team - Organisation von Zusammenarbeit - soziale Kohärenzen - die Zuordnung und Einschätzung von Rollen - Konfliktpotenziale inkl. Ursachen und Lösungen <u>Leadership Concepts & Practice (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Grundlegende Konzepte und Elemente der Führung in einem modernen Geschäftsumfeld - Grundlegende Herangehensweisen an Führung (Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten und situative Führung) - Neue Ansätze zur Führung (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Die eigenen Ansichten und Ansichten zur Führung verstehen und benennen - Entwicklung und Anwendung von Führungsqualitäten - Besonderheiten der Mitarbeiter:innenführung in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen - Verschiedene Ansätze und Verständnisse von Leadership <u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> - Planung, Organisation und Implementierung des Programms - Treffen und Diskussionen mit Expert:innen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement - Besuche internationalen Institutionen wie zum Beispiel: Botschaften, Außenwirtschaftszentren der WKÖ oder Goethe Institut - Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen <u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 4</u>

	- Projekte verstehen und strukturiertes Projektmanagement - Projektlebenszyklus (Auswahl, Initiierung, Planung, Durchführung, Überwachung und Steuerung, Abschluss) - Projektzeitplanung (Terminplanungssoftware, manuelle Terminplanungstechniken) - Methoden des Projektmanagements
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> • Die Bedeutung von Kultur • Standpunkte und Wahrnehmungen • Der kulturelle Filter und das Konzept des Fensters

Lehrinhalte	• Angenommene Normalität und unerfüllte Erwartungen • Stereotypen und ihre Auswirkungen • Das Modell des kulturellen Eisbergs • Kulturelle Dimensionen, mit dem Schwerpunkt auf Kollektivismus und Individualismus • Interkulturelle Kompetenz und Dialog, mit Schwerpunkt auf dem Entwicklungsmodell der interkulturellen Sensibilität • Die Verbindung zwischen Kultur und Kommunikation • Die persönliche Eisberg-Metapher • Defensive Kommunikationsstile (Bewältigungshaltungen) versus kongruente Kommunikation • Aktives Zuhören und Empathie • Selbstwahrnehmung und bewusste Kommunikation
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung zeigt auf: - Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings - Die Rahmenbedingungen beim Einsatz von digitalem Marketing - Die besonderen Herausforderungen bezüglich Interaktion und Schnelligkeit im digitalen Marketing. Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Best Practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.
	<u>Strategic & Change Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.7 / 3.Semester / ECTS: 4</u> - Grundlegende Konzepte von Strategie und strategischer Innovation (allgemeine Strategie) - Schlüsselkonzepte der strategischen Positionierung und allgemeine wettbewerbsstrategische Rahmenbedingungen für die Industrieanalyse. (Michael Porter) - Innovationsstrategie zur Schaffung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Marktpositionen (Blue Ocean Strategy) - Werkzeuge zur Umsetzung der strategischen Vision in organisatorisches Handeln (u.a. Balanced Scorecard)
Lehr- und Lernmethoden	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Leadership Concepts & Practice (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Strategic & Change Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.7 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Team Building /ILV / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation
	<u>Leadership Concepts & Practice (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Study Trip (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Teilnahme
	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Cultural Awareness & Intercultural Competence (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung

	<u>Strategic & Change Management (E) /SE / LV-Nr: bb.FS.7 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
--	---

Modulnummer:	Vertiefung SKVM	Umfang:	
VT SKVM		24	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester /</u> Ahmed, S. (2022): Effective Nonprofit Management: Context, Concepts, and Competencies. Garcia-Rodriguez, Inigo, and M. Elena Romero-Merino. Financing Nonprofit Organizations. 2020. Hallmann, K., Heikinen, S., & Vehmas, H. (2024). Management of sport organizations at the crossroad of responsibility and sustainability: Perceptions, Practices, and prospects around the World (Vol. 25). Springer Nature. Hums, M.A., Kluch, Y., Schmidt, S.H. & MacLean, J.C. (2023). Governance and Policy in Sport Organizations (5th ed.). Routledge. Thornton, P., Ocasio, W., Lounsbury, M. (212): The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure and Process (Oxford Academic, https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199601936.001.0001). Worth, M.J. (2020). Nonprofit Management: Principles and Practice (6th ed.). Sage.		
	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Silvers, J. (2007). Risk Management for Meetings and Events. London: Routledge. Wynn-Moylan, P. (2017). Risk and Hazard Management for Festivals and Events. London: Routledge. Sports Grounds Safety Authority (ed.) (2018). Guide to Safety at Sports Grounds (6th ed.). London: Sports Grounds Safety Authority. Toft, B. and Reynolds, S. (2005). Learning from Disasters: A Management Approach (3rd ed.). Leicester, UK: Perpetuity Press Limited. Event Safety Alliance of USA, Inc. (ed.) (2013). The Event Safety Guide: A Guide to Health, Safety and Welfare at Live Entertainment Events in the United States (1st ed.). Scottsdale, AZ: Event Safety Alliance.		
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bischof, R. (2008): Event-Marketing. Cornelsen Verlag; Blättler, A.; Gassert, D.; Parikka-Hug, S.; Ronsdorf, M. (2010): Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. transcript Verlag; Geißlinger, H.; Raab, St. (2011): Strategische Inszenierung. Carl-Auer Verlag; Kleine Wieskamp, P. (2016): Storytelling, Carl Hanser Verlag Mikunda, C. (2011): Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Mi-Wirtschaftsbuch Urthaler, D. (2010): Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events. VDM Verlag;		
	<u>Sports Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Belcastro, F. (2023). A Game of Politics? International Sport Organisations and the Role of Sport in International Politics. The International Spectator. Freeburn, L. (2018). Regulating International Sport. Brill. Garcia, B. & Smokvina, V. (2026). (eds.). The European Model of Sport Hallmann, K. & Petry, K. (2013). Comparative Sport Development. Springer Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). (eds.). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Sport, Law, Policy and Diplomacy Journal International Journal of Sport Policy and Politics		
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u>		

	Duerr, V., Miller, T., O'Brien, D. (2018). The Routledge Handbook of Global Cultural Policy. London: Routledge. Finkel, R., Sharp, B. and Sweeney, M. (2018). Accessibility, inclusion, and diversity in Critical Event Studies. London, Routledge. Edwards, Erica B., & Esposito J. (2020). Intersectional Analysis as a Model to Analyze Popular Culture. Clarity in the Matrix, Milton: Routledge. Haber, J. (2020). Critical Thinking. Boston: MIT Press. Journals: Cultural Sociology, International Journal of Intercultural Relations, International Review for the Sociology of Sport, Journal of Sport Management, European Sport Management Quarterly, Journal of
--	---

Literaturempfehlung	Sport and Social Issues, Sport in Society, Sport Management Review
	<u>Cultural Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Alasuutari, P., Qadir, A. 2019. Epistemic Governance. Social Change in the Modern World Ansell, C.K., Torfing, J. 2022. Handbook on theories of governance Rentschler, R. 2015. Arts Governance. People, Passion, Performance. Routledge Rentschler, R. et al. (ed). 2025. The Routledge Companion to Governance in the Arts World. 2025. Toledo Silvia, G. 2015. "UNESCO and the coining of cultural policy", 10th International Conference in Interpretive Policy Analysis, 8–10 July 2015, Lille, France. Turbide, J., C. Laurin, L. Lapierre and R. Morissette. 2008. "Financial crisis in the arts sector: Is governance the illness or the cure?" in: International Journal of Arts Management 10(2), 4–13
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.7 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Luthe, T. & Kutzschenbach, M., 2016. Building common ground in mental models of sustainability. Sustainability: the Journal of Record, Issue 9(5), pp. 247-254. Rockström, J. et al., 2009. Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity. Ecology & Society, Issue 14(2), p. online. Jones, M., 2018. Sustainable Event Management : A Practical Guide. London: Routledge. Holmes, Kirsten, et al. Events and Sustainability, Taylor & Francis Group, 2015. Mair, J., 2019. Rethinking Event Sustainability. In: J. Ambrecht, E. Lundber & T. D. Andersson, eds. A research Agenda for Event Management. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 7 - 22. Laloux, F, 2017. Reinventing Organisations, Vahlen. Hutchins, G. & Storm L., 2019, Regenerative Leadership, WordzWorth.
Kompetenzerwerb	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Gunning, E. (2019): Public Relations: a practical approach, Red Globe Press Deg, R. (2017): Basiswissen Public Relations, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Steinke, L. (2015). Die neue Öffentlichkeitsarbeit : Wie gute Kommunikation heute funktioniert: Strategien - Instrumente – Fallbeispiele. Wiesbaden: Springer Fachmedien Röttger, U. (2010). Public Relations - Organisation und Profession : Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Silverman, D.A., & Smith, R.D. (2024). Strategic Planning for Public Relations (7th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003348467 Luttrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2025). Public relations campaigns: An integrated approach. Sage Publications.
	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester /</u> Die Teilnehmer:innen: • kennen die spezifischen Herausforderungen von gemeinnützigen Organisationen der Zivilgesellschaft im Bereich Sport und Kultur. • verstehen ihre Dynamik, können externe Einflüsse kritisch reflektieren und beherrschen die Komplexität der Non-Profit-Logik zugunsten gemeinnütziger Zwecke. • sind mit Finanzierungsstrategien und effizienten Bewertungsmethoden wie Wirkungsanalysen vertraut. • sind in der Lage, die Governance- und Organisationsstrukturen von Non-Profit-Organisationen im Sport- und Kulturbereich systematisch zu analysieren, wichtige Prinzipien des strategischen Managements auf Non-Profit-Kontexte anzuwenden und die Auswirkungen der öffentlichen Politik auf Finanzierungsmöglichkeiten zu bewerten.
	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die komplexen Herausforderungen im Veranstaltungsmanagement zu verstehen und daraus resultierende Risiken zu erkennen und zu bewältigen. • sind in der Lage, potenzielle Gefahrenquellen bei Veranstaltungen systematisch zu identifizieren, zu analysieren, zu bewerten und geeignete Maßnahmen zur Bewältigung abzuleiten. • sind in der Lage, die rechtlichen Dimensionen des Risikomanagements einzuschätzen. • sind in der Lage, die Bedeutung von Notfallmanagement und Crowd-Management im Sicherheitskontext zu verstehen. • sind in der Lage, den Fassungsraum von Veranstaltungsstätten zu ermitteln, unter Berücksichtigung der nutzbaren Fläche und den Kapazitäten der vorhandenen Fluchtwege. • sind in der Lage, Informationen, Daten und Beweise kritisch zu diskutieren und fundierte Entscheidungen abzuleiten. • sind in der Lage, das theoretische Wissen praxisorientiert auf konkrete Veranstaltungsszenarien anzuwenden.
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u>

Die Teilnehmer:innen:

- setzen sich mit der Kreation von Events auseinander.
- verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und kennen die technischen Möglichkeiten zur Umsetzung der kreativen Ziele.
- entwickeln ein markt- bzw. kundenorientiertes Denken und kennen den Ablauf von aufgaben- und zeitgetriebenem Arbeiten.
- können sich aktiv und problemlösungsorientiert in Gruppenarbeiten einbringen. Sie entwickeln Kreativität und Leistungsbereitschaft.
- können kritische Rückfragen aufnehmen, verarbeiten und mit kommunikativer und emotionaler Intelligenz adäquat bearbeiten.

Kompetenzerwerb	<u>Sports Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können die Kernkonzepte der Governance des modernen globalen Sports erklären und kritisch diskutieren, einschließlich Ideen zu Autonomie, Neutralität und der Gesamtstruktur des Sports. • können Good-Governance-Praktiken kritisch bewerten und die Umsetzung von Sport-Governance-Prinzipien in der Praxis planen. • können Institutionen und Regelmäßigkeiten sowie soziopolitische Kontexte der europäischen und internationalen Sport- und Kulturpolitik kritisch reflektieren.
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • bekommen grundlegende Fähigkeiten im logischen Denken, in der Argumentationsführung und in der Entscheidungsfindung vermittelt, die ihnen helfen, den ethischen, gesellschaftspolitischen und technologischen Herausforderungen im Sport- und Kulturbereich reflektiert zu begegnen. • erwerben Fähigkeit zum kritischen Denken, um unhinterfragte Annahmen, ethische Dilemmata, Machtstrukturen und ideologische Strukturprinzipien in Theorie und Praxis zu analysieren, und um zu verstehen, wie diese die konventionelle Forschung und Praxis im Sport- und Kulturmanagement geprägt haben. • berücksichtigen im Kontext des Kultursektors postkoloniale Theorien und setzen sich kritisch mit Fragen der Repräsentation sowie der Deutungshoheit auseinander. • können gesellschaftliche Folgen bewerten, z.B. wie systemische Ungleichheit reproduziert wird. • können aktuelle Praktiken bewerten, dominante Ideologien in Frage stellen und alternative sowie transformative, sozial gerechte Managementansätze analysieren, die Inklusion, Good Governance und Gerechtigkeit fördern und sich für eine verantwortungsvolle Entscheidungsfindung einsetzen, die auf ethischer Verantwortung und Reflexivität beruht. • sind in der Lage, interdisziplinäre Erkenntnisse aus der Sportsoziologie, dem Management und der kritischen Theorie, Politik und Politik zu integrieren.
	<u>Cultural Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • unterscheiden zwischen globalen Systemen der kulturellen Governance auf organisatorischer und fachlicher Ebene. • bewerten kritisch die Vor- und Nachteile, Herausforderungen und Vorteile der Systeme. • entwickeln positive Governance-Mechanismen und wenden die Systeme im Hinblick auf ethische und soziale Verantwortung an.
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.7 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • analysieren Fragen der Nachhaltigkeit aus der Perspektive eines/r Systemdenkers:in. • bewerten die Auswirkungen von Aktivitäten im SKVM auf die planetarischen Grenzen. • berücksichtigen bei ihren Entscheidungen als Führungskräfte die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit (soziale Gerechtigkeit, ökologische Tragfähigkeit, wirtschaftliche Gleichheit, Technologieeinsatz, Partizipation). • wenden Methoden des zirkulären Designs bei der Entwicklung ihrer Produkte und Dienstleistungen an. • wenden Instrumente an, um ihre eigene mentale Widerstandsfähigkeit und die ihrer Stakeholder im Zusammenhang mit Klima- oder Kollapsangst zu stärken. • gestalten Veranstaltungen, Sport- oder Kultureinrichtungen so, dass sie umweltfreundlicher oder sogar regenerativ sind. • berücksichtigen die Psychologie und Soziologie der Nachhaltigkeit in ihren Managementpraktiken. • identifizieren und nutzen regenerative Formen der Führung und Organisationsgestaltung.
	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. • beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren. • kennen die unterschiedlichen Medienformate und Texte und können diese entsprechend zuordnen. • entwickeln durch Präsentationen ein souveränes, vertrauenswürdiges und überzeugendes Auftreten. • beherrschen eine klare, deutliche Sprache und können mit Begriffen präzise umgehen. • erwerben Diskussionsfähigkeit und lernen, sich kritisch mit verschiedenen Medieninhalten auseinanderzusetzen.
Lehrinhalte	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester /</u>

	Ein großer Teil des kulturellen Angebots ist Teil des sogenannten dritten Sektors. Es handelt sich dabei um zivilgesellschaftliche Organisationen, die gemeinnützige Ziele verfolgen, zum sozialen Wandel beitragen und in einigen Fällen Merkmale alternativer Organisationsformen aufweisen. Es werden Governance-Strukturen untersucht, darunter die Rollen und Verantwortlichkeiten von Vorständen sowie die Herausforderungen beim Management von Freiwilligen und den Erwartungen anderer Interessengruppen. Das Seminar befasst sich auch mit den Finanzstrukturen von Non-Profit-Organisationen und verschiedenen Einnahmequellen und behandelt Herausforderungen der Finanzierung, auch im Hinblick auf das Zusammenspiel von intrinsischen und extrinsischen Werten. Das Seminar analysiert Finanzierungsstrategien von öffentlichen Mitteln bis hin zu Crowdfunding. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf Wirkungsanalysen und ihrem Potenzial für die Organisationsentwicklung sowie der Suche nach Kooperations- und Finanzierungspartnern. Die Studierenden analysieren reale Beispiele von Non-Profit-Organisationen, um die praktische Anwendung von Governance-Prinzipien und Fundraising-Strategien zu verstehen. Zukünftige Entwicklungen im Non-Profit-Management im Sport- und Kulturbereich befassen sich mit Innovationen im Fundraising und der digitalen Transformation.
--	--

Lehrinhalte	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> - Grundlagen des Risikomanagements im Eventkontext - Rechtsgrundlagen und Normen - Gefährdungsidentifikation und Risikobeurteilung - Bauliche, technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen - Crowd-Management - Notfallmanagement - Anwendung & Reflexion (Analyse realer Fallbeispiele)
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Was ist Dramaturgie? - Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling - Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften - Die äußere Bauform - Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen Die Inszenierung - Transmedia Storytelling - Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung - Praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen - Die Inszenierungsmöglichkeiten des:der Eventmanagers:in Das Drehbuch Neue Formen der Eventinszenierung – digitale und technische Effekte - Die Entstehung neuer Eventformen - Social Media Marketing als Event-Tool
	<u>Sports Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die wichtigsten Konzepte der globalen Sportpolitik – darunter Autonomie, Neutralität und strukturelle Fragen – werden vorgestellt und kritisch diskutiert. Es werden Grundsätze und Konzepte guter Regierungsführung erörtert, und die Studierenden reflektieren über die praktische Umsetzung solcher Standards. Die Gesamtstruktur des globalen Sports wird ebenfalls vorgestellt und analysiert.
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> - Kritisches Denken als transformatives Instrument zur Analyse und Neugestaltung von Sport- und Kulturmanagementpraktiken. - Grundlegende Theorien aus der kritischen Soziologie, dem Kultur- und Sportmanagement, um zu analysieren und zu erklären, wie Macht, Ideologie und Ungleichheit die Entscheidungsfindung und die Beziehungen zu verschiedenen Stakeholdern in der aktuellen Managementpraxis beeinflussen - Ethische Dilemmata und politische Dimensionen von Stakeholder-Beziehungen, um Spannungen zwischen markt-orientierten Faktoren und sozialer Verantwortung zu analysieren - Menschenrechte als kritischer Rahmen für Governance und Integration, um zu analysieren, wie Partizipation, Zugänglichkeit und Gerechtigkeit durch institutionelle Normen und globale Ungleichheiten beeinflusst werden können - Aktuelle Praxisbeispiele aus den Bereichen Sport und Kultur, die einen kritischen Ansatz erfordern
	<u>Cultural Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Kulturelle Governance hat weltweit unterschiedliche Systeme und Handlungsebenen: In der angelsächsischen Welt spielen Gremien eine Rolle, in europäischen Ländern sowie in einigen ehemaligen Kolonialländern ist es die Kulturpolitik. In Demokratien teilen sie dieselben Anliegen wie Partizipation und Repräsentation, Organisationsentwicklung, sozialer Wandel und demokratische Prinzipien. Governance kann jedoch auch als ideologisches Instrument eingesetzt werden, wie in illiberalen Demokratien zu beobachten ist. Das Seminar befasst sich mit der systematischen Kategorisierung von Formen und Normen der Kulturpolitik auf Feldebene und auf der Ebene einzelner Organisationen. Fragen der Transformation und aktuelle soziale und politische Herausforderungen bilden den Kontext, um die Rolle der Politik in der Welt der Künste zu verstehen.
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.7 / 3.Semester / ECTS: 3</u> - Systemdenken und Komplexität - Regeneratives Design vs. nachhaltige Entwicklung - Planetarische Grenzen - Auswirkungen von SKVM-Aktivitäten auf planetarische Grenzen - C2C-Design - Prinzipien des regenerativen Managements - Verschiedene Berichtsansätze und ihre Stärken und Schwächen - Psychologie des Klimawandels und des Zusammenbruchs

	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> - Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien - Ikonographie und orale Traditionen - Historisches Schriftverständnis - Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren etc.) - Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen, Präsentation - Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung
Lehr- und Lernmethoden	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester /</u> Integrierte Lehrveranstaltung

Lehr- und Lernmethoden	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Sports Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Cultural Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.7 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Non-Profit Management & Fundraising in Sports and Culture (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester /</u> Portfolioprüfung
	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Sports Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Klausur
	<u>Critical Sports & Cultural Theory /ILV / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Cultural Governance (E) /SE / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.7 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.8 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

Modulnummer:	Praxistransfer SKVM	Umfang:	
PT SKVM		40	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.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.		
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /ILV / LV-Nr: bb.PT.2 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Bortz, J. & Döring, N. (2022). Forschungsmethoden und Evaluation: Für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer. Diekmann, A. (2021). Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Rowohlt. Flick, U. (2022). Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung. Rowohlt. Lamnek, S. & Krell, C. (2016). Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Materialien. Beltz Juventa.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.PT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Brunner, H., Knitel, D., Resinger, P. J., Mader, R. (2015) Leitfaden zur Bachelor- und Masterarbeit: Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und berufsfeldbezogenes Forschen an Hochschulen und Universitäten. 3. Auflage. Tec-tum Wissenschaftsverlag. Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford Univ. Press. Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd. Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient. Turabian, K. L. (2013). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers. Chicago, IL: University of Chicago Press.		
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited. Kruijen, 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. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge. Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.		
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u>		

	Brink, A. (2023). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten (7. Aufl.). Springer Gabler. Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Esselborn-Krumbiegel, H. (2022). Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben (6. Aufl.). UTB. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Krämer, W. (2022). Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit? (9. Aufl.). Vahlen. Watzka, K. (2019). Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten: Tipps, Fehlervermeidung, Konzeption von Fragebögen. Erich Schmidt Verlag.
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Brink, A. (2023). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten (7. Aufl.). Springer Gabler. Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Esselborn-Krumbiegel, H. (2022). Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben (6. Aufl.). UTB. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Krämer, W. (2022). Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit? (9. Aufl.). Vahlen. Watzka, K. (2019). Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten: Tipps,

Literaturempfehlung	Fehlervermeidung, Konzeption von Fragebögen. Erich Schmidt Verlag.
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Brink, A. (2023). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten (7. Aufl.). Springer Gabler. Bui, Y. N. (2019). How to write a master's thesis (3rd ed.). Sage. Esselborn-Krumbiegel, H. (2022). Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben (6. Aufl.). UTB. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2021). Survival skills for thesis and dissertation candidates. Springer. Krämer, W. (2022). Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit? (9. Aufl.). Vahlen. Watzka, K. (2019). Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten: Tipps, Fehlervermeidung, Konzeption von Fragebögen. Erich Schmidt Verlag.
	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.PT.8 / 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>Praxisprojekt /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen einzusetzen, um Projekte erfolgreich zu steuern. • sind in der Lage, zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen anzuwenden, um professionelle Veranstaltungsformate zu entwickeln und umzusetzen. • sind in der Lage, die Zielerreichung von Veranstaltungen systematisch zu evaluieren, um Optimierungspotenziale zu identifizieren und die Qualität zukünftiger Projekte zu sichern. • sind in der Lage, fundierte Problemlösungsansätze und -strategien auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen, um komplexe Herausforderungen praxisorientiert und lösungsstark zu bewältigen. • sind in der Lage, die Bedeutung von Projektkommunikation, Selbstorganisation, Zeitmanagement, Organisationsfähigkeit sowie Stressbewältigung und Belastbarkeit zu erkennen und diese Kompetenzen gezielt einzusetzen, um in dynamischen und anspruchsvollen Projektsituationen erfolgreich zu handeln (Work-Life-Management).
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /ILV / LV-Nr: bb.PT.2 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • können den Zusammenhang zwischen empirischer Forschung und evidenzbasierten Entscheidungsprozessen in der beruflichen Praxis systematisch analysieren und kritisch reflektieren. • können die Bedeutung theoretischer Grundannahmen, zentraler Begriffe und wissenschaftlicher Paradigmen für die Planung und Durchführung von Forschungsprozessen verstehen und anwenden. • kennen die Einsatzmöglichkeiten, Vorteile und Grenzen qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden und können diese beurteilen. • sind in der Lage, eigenständig forschungspraktische Instrumente wie Fragebögen und Interviewleitfäden theoriegeleitet zu entwickeln. • können empirische Erhebungen methodisch fundiert planen, durchführen und dokumentieren. • sind in der Lage, grundlegende Verfahren der Datenauswertung (z.B. Statistiksoftware, qualitative Datenanalyseprogramme) sicher anzuwenden und die gewonnenen Ergebnisse kritisch zu interpretieren.
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.PT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die zentralen Merkmale eines Forschungsexposés zu erkennen. • sind in der Lage, eigenständig empirische Forschungsprojekte auf Masterniveau zu entwickeln und zu planen. • sind in der Lage, vorhandene wissenschaftliche Literatur nach forschungspraktischen Kriterien zu gewichten. • sind in der Lage, ethische und praktische Aspekte ihrer Forschungsfrage zu reflektieren. • sind in der Lage, die Erkenntnispotenziale qualitativer und quantitativer Methoden für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage einzuschätzen. • sind in der Lage, die optimalen Methoden für ihr Forschungsdesign auf Masterniveau auszuwählen und zu begründen. • sind in der Lage, theoretische und methodische Probleme ihrer geplanten Masterarbeit zu erkennen, zu analysieren und systematische Lösungsansätze zu entwickeln.
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 2</u>

	Die Teilnehmer:innen: • bringen bisher erworbene Kenntnisse aktiv in Diskussionen ein. • hinterfragen, bewerten und vergleichen neue Erkenntnisse kritisch. • beurteilen Tätigkeiten von Expert:innen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen. • nehmen Kontakt zu Expert:innen auf und bauen diesen aus, wobei sie sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt verstehen. • stärken ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten, Kreativität, Fähigkeiten im aufgaben- und zeitgetriebenen Arbeiten an Projekten sowie ihre Präsentationsfähigkeiten. • erkennen persönliche Herausforderungen und lernen einen selbstreflektierten Zugang (Beispiel Work-Life-Management).
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problematiken, die im Zusammenhang mit ihrer Masterarbeit entstehen, artikulieren, reflektieren, kritisch diskutieren und Lösungswege entwickeln.

Kompetenzerwerb	• sind in der Lage, durch konstruktiven Austausch Unklarheiten gemeinsam zu klären und Lernprozesse im Sinne des gegenseitigen Voneinander-Lernens zu gestalten.
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Teilnehmer:innen: • können Problematiken, die im Zusammenhang mit ihrer Masterarbeit entstehen, artikulieren, reflektieren, kritisch diskutieren und Lösungswege entwickeln. • sind in der Lage, durch konstruktiven Austausch Unklarheiten gemeinsam zu klären und Lernprozesse im Sinne des gegenseitigen Voneinander-Lernens zu gestalten. • sind befähigt, die zentralen Inhalte, Argumentationslinien und methodischen Entscheidungen ihrer Masterarbeit zu präsentieren und sich auf die mündliche Verteidigung ihrer Masterarbeit systematisch vorzubereiten.
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</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.
	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.PT.8 / 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>Praxisprojekt /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.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.
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /ILV / LV-Nr: bb.PT.2 / 3.Semester / ECTS: 3</u> • Grundlagen qualitativer und quantitativer Forschungsansätze in den Forschungsdisziplinen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement sowie deren Schnittstellen • Erhebungsdesigns in qualitativer und quantitativer Sozialforschung (Diskussion anhand ausgewählter wissenschaftlicher Paper), inkl. Entwicklung des theoretischen Rahmens • Qualitative Verfahren: Stichprobenauswahl, Interview- und Beobachtungsmethoden, qualitative Inhaltsanalyse, ethische Aspekte & Gütekriterien • Quantitative Verfahren: Stichprobengröße, deskriptive Statistik, inferenzstatistische Verfahren, softwaregestützte Datenanalyse (z.B. SPSS) • Anwendung: Analyse von Datensätzen und Umfragedaten im quantitativen Bereich; Interpretation qualitativer Daten • Kritische Auseinandersetzung mit Beispielen empirischer Studien aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.PT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u>

	- Struktur, Inhalte und Funktion von Forschungsexposés - Forschungsfragen formulieren und kontextualisieren - Interdisziplinarität als Chance und Herausforderung - Forschungsstand erheben und Literatur systematisch gewichten - Forschungslücken finden und kontextualisieren - Informations- und Wissensmanagement - Forschungsmethoden adäquat auswählen und begründen - Gütekriterien empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung - Forschungsethik und Datenschutz - Wissenschaftliche Schreibprozesse
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Lehrinhalte unter anderem mit folgenden Schwerpunkten: - Die Zukunft des Sports, der Kultur und von Veranstaltungen hinsichtlich Bedeutung - Anwendung von Marketinginstrumenten in Projekten - Wissenschaftliche Analyse von Marketingkampagnen in der Praxis - Aktuelle Trends aus International Business in Theorie und Praxis - Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen - Branchen- und F&E-Aktivitäten - Digitale Entwicklungen - Entstehung und Bewertung von Trends, Moden, Booms - Work-Life-Management

Lehrinhalte	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> - Reflexion und Diskussion forschungsbezogener Fragestellungen im Kontext der eigenen Masterarbeit - Analyse und Austausch über individuelle Herausforderungen im Forschungsprozess - Gestaltung kooperativer Lernprozesse und gegenseitiger Unterstützung in der Erarbeitung der Masterarbeit
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> - Reflexion und Diskussion forschungsbezogener Fragestellungen im Kontext der eigenen Masterarbeit - Analyse und Austausch über individuelle Herausforderungen im Forschungsprozess - Gestaltung kooperativer Lernprozesse und gegenseitiger Unterstützung in der Erarbeitung der Masterarbeit - Vorbereitung auf die mündliche Verteidigung der Masterarbeit, einschließlich der Präsentation zentraler Inhalte, Argumentationslinien und methodischer Entscheidungen
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums. Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Kolloquiums werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Die Betreuung leitet die Studierenden dabei an. Wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.
	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.PT.8 / 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>Praxisprojekt /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /ILV / LV-Nr: bb.PT.2 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.PT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Seminar
	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.PT.8 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Projekt
	<u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /ILV / LV-Nr: bb.PT.2 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur



Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: bb.PT.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Teilnahme
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Teilnahme
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Masterarbeit
	<u>Generative AI in SCEM (E) /SE / LV-Nr: bb.PT.8 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Kultur	Umfang:	
WPK		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Audience Development & Outreach (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Benington, J., & Moore, M. (Hg.) (2011). Public Value. Theory and Practice, New York: Palgrave Macmillan. Boyd, N.M., & Martin, E.C. (2022). Sustainable Public Management, Routledge. 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, New York: Routledge. Hadley, S. (2021). Audience development and cultural policy, Palgrave Macmillan. Hadley, S. (ed.) (2024). A reader on audience development and cultural policy, Routledge. Kawashima, N. (2006). Audience Development and Social Inclusion in Britain. XXX Mandel 360° Tröndle, M. (2022). Non-Visitor Research. Audience Development for Arts Organisations, Wiesbaden: Springer Fachmedien.		
	<u>Digital Spaces in Culture (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Beil, B., Freyermuth, G.S., Hamm, I., & Ossa, V. (eds.) (2025). Gaming the Metaverse. Transcript. Hendriks, P., Sturm, T., Mehler, M., & Buxmann, P. (2024). The impact of artificial intelligence on the evolution of culture. ICIS 2024 Proceedings, 10, pp. 1-17. Reed, T.V. (2019). Digitized Lives. Culture, Power and Social Change in the Internet Era. 2nd edition. Routledge. Silver, Minna et al. (2018). Reviving Palmyra in Multiple Dimensions: Images, Ruins and Cultural Memory. Whittles Publishing. Stalder, F. (2016). The digital condition (translated by Valentine A. Pakis). Polity. Virtual Museums Forum (2024). Virtual Museums – A Plea: Around the Clock, around the World. De Gruyter.		
Kompetenzerwerb	<u>Audience Development & Outreach (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein umfassendes Kompetenzprofil, das für die Ansprache heterogener Zielgruppen im Kulturbereich von zentraler Bedeutung ist. - erwerben ein vertieftes Verständnis dafür, wie Audience Engagement in transkulturellen Kontexten strategisch erweitert, diversifiziert und nachhaltig gesichert werden kann – durch die kritische Auseinandersetzung mit theoretischen Modellen und praktischen Anwendungsfeldern. - eignen sich Kenntnisse und Methoden der Publikumsforschung sowie der Zielgruppen-segmentierung an, die sie befähigen, Bedürfnisse, Motivationen und Verhaltensweisen unterschiedlicher Ziel- und Dialoggruppen zu identifizieren und zu analysieren. - erlernen die Konzeption von Outreach-Strategien, die Partizipation und Ko-Kreation, Zugänglichkeit sowie den Aufbau langfristiger Beziehungen zwischen Kultureinrichtungen und ihren Communities fördern. - setzen einen besonderen Schwerpunkt auf digitale Werkzeuge und Kommunikationskanäle, um sich im dynamischen Umfeld kultureller Angebote des digitalen Zeitalters souverän zu orientieren. - fördern kritisches Denken und reflektierte Praxis, indem sie gesellschaftliche Auswirkungen kultureller Initiativen evaluieren und die ethischen Dimensionen von Audience Engagement berücksichtigen.		
	<u>Digital Spaces in Culture (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: - entwickeln ein kritisches und praxisorientiertes Verständnis dafür, wie digitale Technologien kulturelle Landschaften transformieren. - können die Auswirkungen der Digitalisierung auf Kultureinrichtungen, Praktiken und Publika analysieren, den Einsatz immersiver Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) evaluieren sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in kulturellen Kontexten differenziert diskutieren. - sind in der Lage, komplexe Sachverhalte sowohl in akademischen als auch in kreativen Formaten wirkungsvoll zu kommunizieren, digitale Medien als Ausdrucks- und Kritikmittel einzusetzen und die ethischen Dimensionen digitaler Räume – einschließlich Fragen der Zugänglichkeit, Repräsentation, des Datenschutzes und technologischer Verzerrungen – zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Audience Development & Outreach (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u>		

	In einer zunehmend diversen und digital vernetzten Welt sehen sich Kultureinrichtungen sowohl mit Herausforderungen als auch mit Chancen in der Ansprache und Einbindung von Publikum konfrontiert. Vor diesem Hintergrund untersucht das Seminar innovative Strategien, die Kultureinrichtungen zur Gestaltung tragfähiger Beziehungen zu bestehenden und potenziellen Publika sowie zur Generierung von Public Value einsetzen.
--	--

Lehrinhalte	Auf der Grundlage einer Verbindung von theoretischen Perspektiven, praxisorientierten Fallstudien und Expert:innenvorträgen wird im Seminar analysiert, wie kulturelle Organisationen ihre Reichweite erweitern, Diversität, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit (DEIB) fördern und nachhaltige Wirkung in ihren Communities entfalten. Ebenso wird in den Blick genommen, welchen gesellschaftlichen, politischen, organisatorischen und ökonomischen Herausforderungen Kultureinrichtungen in diesem Prozess begegnen. Behandelte Themen umfassen u.a. Publikumssegmentierung, digitale Vermittlungs- und Beteiligungsformate, innovative Vermittlungskonzepte, Strategien des Community Buildings, Fragen der Zugänglichkeit und Barrierefreiheit, Public-Value-Generierung sowie Methoden der Evaluation. Die Teilnehmenden erwerben Instrumente, um Publikumsbedürfnisse und -verhalten differenzierter zu verstehen und innovative Outreach-Initiativen sowohl im analogen als auch im digitalen Raum zu entwickeln, die zugleich nachhaltig und gesellschaftlich relevant sind.
	<u>Digital Spaces in Culture (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die durch die weitreichende Digitalisierung und den technologischen Fortschritt eröffneten Chancen gewinnen im Kulturbereich zunehmend an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund untersucht das Seminar die sich wandelnde Landschaft kultureller Produktion, Vermittlung und Rezeption im Zeitalter der digitalen Transformation. Die Teilnehmenden analysieren kritisch, wie Digitalität und die Prozesse der Digitalisierung Kultureinrichtungen, künstlerische Praktiken und Audience Engagement neu gestalten. Zentrale Themen umfassen unter anderem die Chancen und Grenzen der Digitalisierung von Kulturerbe und kreativem Content im Allgemeinen, die Rolle immersiver Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) in Kultureinrichtungen und -projekten sowie die Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz (KI) auf künstlerische Schaffung, Kuratierung und Interpretation. Anhand theoretischer Konzepte, Fallstudien, Expert:innenvorträgen sowie praktischer Erprobung digitaler Werkzeuge erhalten die Teilnehmenden Einblicke sowohl in die Möglichkeiten als auch in die Grenzen digitaler Räume im kulturellen Kontext. Ethische Aspekte – wie Zugänglichkeit, Datenschutz, Urhebererschaft und kulturelle Repräsentation – werden im Verlauf des Seminars kontinuierlich kritisch reflektiert.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Audience Development & Outreach (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Digital Spaces in Culture (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Audience Development & Outreach (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung
	<u>Digital Spaces in Culture (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Sport	Umfang:	
WPS		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.</u> Barnhill, C. R., Smith, N. L., & Oja, B. D. (2021). Organizational behavior in sport management: An applied approach to understanding people and groups. Palgrave Macmillan. Cummings, T. G. & Worley, C. (2019). Organization development & change. Cengage Learning. MacIntosh, E., & Burton, L. (2025). Organizational behavior in sport management. Human Kinetics. Robbins, S. P. & Judge, T. (2023). Organizational behavior. Pearson. Schein, E. H. (2016). Organizational culture and leadership. John Wiley & Sons.		
	<u>Sports & Social Development (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Graeff, B., Safarikova, S., & Sambili-Gicheha, L.C. (2024). Routledge Handbook of the Global South in Sport for Development and Peace. Routledge. Hartmann, D. & Kwauk, C. (2011). Sport and Development: An Overview, Critique, and Reconstruction. Journal of Sport and Social Issues Petry, K. & Moustakas, L. (2025). Sport for Social Cohesion. Routledge. European Journal of Sport and Society Journal of Sport for Development International Review for the Sociology of Sport International Journal of the Sociology of Leisure		
Kompetenzerwerb	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die Verhaltensdynamiken und Entwicklungsprozesse innerhalb von Sportorganisationen kritisch zu untersuchen. • können sport spezifische Konzepte des Organisationsverhaltens auf reale Dynamiken in den Bereichen Führung, Teamleistung, Organisationskultur und Konflikte am Arbeitsplatz anwenden. • verstehen, wie individuelles, gruppenbezogenes und organisationales Verhalten Leistung, Führung, Kultur und Veränderungsprozesse im Sport beeinflusst und können diese Zusammenhänge analysieren und kritisch reflektieren, um ein vertieftes Verständnis für Dynamiken in Sportorganisationen zu entwickeln. • wissen, wie sie Theorien zu Motivation, Kommunikation, Macht und Konfliktlösung im Kontext verschiedener Arten von Sportorganisationen (Spitzen- und Breitensport, NPO und FPO) anwenden können. • sind in der Lage, Maßnahmen zur Organisationsentwicklung zu konzipieren und zu bewerten sowie Herausforderungen in komplexen Umgebungen zu diagnostizieren.		
	<u>Sports & Social Development (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • können den potenziellen Beitrag – und die Grenzen – des Sports zur sozialen Entwicklung erklären und kritisch diskutieren, unter anderem in Bezug auf Gesundheit, sozialen Zusammenhalt, wirtschaftliche Entwicklung und mehr. • können zwischen den potenziellen Vorteilen einer aktiven und einer passiven Beschäftigung mit Sport unterscheiden. • können die notwendigen Voraussetzungen für Sport und sportbasierte Programme zur Erreichung sozialer Ziele bewerten und potenzielle Sportprojekte im Zusammenhang mit sozialer Entwicklung planen.		
Lehrinhalte	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.</u>		

	Diese Lehrveranstaltung befasst sich mit den Verhaltensgrundlagen und Entwicklungsstrategien in Sportorganisationen sowohl aus individueller als auch aus organisatorischer Perspektive, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf den Auswirkungen des Verhaltens auf Führung, Leistung, Inklusion und Veränderung liegt. Er führt in wichtige Konzepte des individuellen Verhaltens ein, darunter Motivationstheorien, und untersucht Gruppendynamik und Teamführung sowie Verhalten auf Organisationsebene, darunter Führungstheorien und politisches Verhalten innerhalb von Sportorganisationen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Organisationskultur, Rahmenwerken für die Organisationsentwicklung, Theorien zum Veränderungsmanagement, Widerstand gegen Veränderungen und Kommunikationsstrategien während Transformationsprozessen. Aktuelle Themen und die Auswirkungen der Globalisierung auf das Organisationsverhalten im Sport werden ebenfalls kritisch diskutiert. Anhand von Fallstudien wird die Theorie mit der Praxis verknüpft.
	<u>Sports & Social Development (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die wichtigsten Konzepte, die dem Sport und der sozialen Entwicklung zugrunde liegen, werden vorgestellt und kritisch diskutiert. Die potenziellen sozialen Auswirkungen des Sports werden

Lehrinhalte	vorgestellt und die Voraussetzungen für positive Ergebnisse erörtert. Die verschiedenen Formen sportbasierter sozialer Initiativen werden vorgestellt und konkrete Schritte zu ihrer Planung und Umsetzung skizziert.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.</u> Seminar
	<u>Sports & Social Development (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Organizational Behavior & Development in Sports Organizations (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.</u> Portfolioprüfung
	<u>Sports & Social Development (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Portfolio

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Veranstaltung	Umfang:	
WPV		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMACOM.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, den Bedarf für die Errichtung neuer Infrastrukturen sowie für die Renovierung bestehender Einrichtungen zu analysieren und zu bewerten. • können die relevanten Stakeholder für die Konzeption von Infrastrukturen identifizieren, einschließlich Behörden, Auftraggeber:innen, Investor:innen, zukünftiger Betreiber:innen und Bevölkerung. • lernen, effiziente Vermarktungsstrategien zu entwickeln und darzustellen. • sind in der Lage, Veranstaltungsimmobiliën ökonomisch zu managen. • lernen, gewohntes Denken und Handeln flexibel an neue, veränderte Situationen anzupassen. • sind in der Lage, Chancen und Risiken der Umsetzung zu erkennen und abzuschätzen. • entwickeln Verhandlungskompetenz.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Teilnehmer:innen: • sind in der Lage, die Beschaffenheit, Struktur und Prozesse des Personalwesens im Veranstaltungsbereich zu bewerten. • sind in der Lage, sich kritisch mit moralischen, ethischen und gesetzlichen Belangen in verschiedenen Bereichen des Personalwesens auseinanderzusetzen. • sind in der Lage, Lösungsansätze für effektives Personalmanagement in der globalen Veranstaltungsbranche kritisch zu diskutieren. • sind in der Lage, die Komplexität des Freiwilligenmanagements im Veranstaltungsbereich zu verstehen. • sind in der Lage, basierend auf Informationen fundierte Argumente zu entwickeln und zu artikulieren.		
Lehrinhalte	<u>Venue Management (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u>		

	- Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobiliienmanagement - Überblick über Veranstaltungsimmobiliiencluster - Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobiliiencluster - Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten - Stakeholder von Veranstaltungsimmobiliien - Die Frage der Baukosten - Wechselwirkungen von Bau und Betrieb - Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobiliien - Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobiliien - Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage - Standortfaktoren und Standortwahl - Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen - Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobiliien - Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobiliien - Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltungsimmobiliien im Markt - Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobiliien - Herausforderungen im operativen Management von Veranstaltungsimmobiliien (inkl. Facility Management) - Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur - Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (z.B. Gartenschauen, Waterfront Development)
--	--

Lehrinhalte	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> - Einführung in Personalmanagement im Veranstaltungsbereich, z.B. das Unternehmen als pulsierender Kollektivkörper („Pulsating organization“) - Personalbeschaffung, -auswahl, - training und -entwicklung in Veranstaltungsunternehmen - Motivationale Aspekte ehrenamtlichen Engagements sowie Gewinnung und Bindung von freiwilligen Helfern - Emotionale und ästhetische Arbeit im Veranstaltungsbereich - Moral, Ethik und rechtliche Grundlagen im Personalmanagement (z.B. Arbeitsbedingungen)
Lehr- und Lernmethoden	<u>Venue Management (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Venue Management (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP)* /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG idgF, fachliche Zugangsvoraussetzung zu einem Fachhochschul-Masterstudiengang ist demnach ein abgeschlossener fach einschlägiger Fachhochschul-Bachelorstudiengang oder der Abschluss eines gleichwertigen Studiums mit zumindest 180 ECTS an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung.

1. Als fach einschlägig gelten für den vorliegenden Antrag Bachelorstudien(gänge) bzw. gleichwertige postsekundäre Bildungsabschlüsse aus sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Fachrichtungen (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 03/04), die die Kernfachbereiche Marketing, Kommunikation, Management und Betriebswirtschaftslehre (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 031/032/041), summarisch in einem Gesamtumfang von zumindest 30 ECTS behandeln.
2. Die Hochschule Kufstein Tirol sieht in ihrer Studiengangsarchitektur eine Vernetzung der Bachelor- und Masterprogramme im Sinne des Bologna-Prozesses vor: Nach erfolgreichem Abschluss eines Bachelorstudiums stehen den Absolvent:innen mehrere Möglichkeiten für ein Masterstudium an und außerhalb der Hochschule Kufstein Tirol offen. Für den vorliegenden Masterstudiengang wären Absolvent:innen folgender Studiengänge der Hochschule Kufstein Tirol (unabhängig von der Organisationsform) aufgrund der oben genannten fachlichen Vorbildung zugelassen:
 - Marketing & Kommunikationsmanagement
 - International Business Management
 - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement
 - Leadership & Business Management
 - Wirtschaftspsychologie & Management
 - Facility Management & Immobilienwirtschaft
3. Die Unterrichts- und Prüfungssprachen an der Hochschule Kufstein Tirol sind studiengangsübergreifend Deutsch und Englisch. Somit ist für Studierende aus dem nicht deutschsprachiges Ausland im Fach Deutsch ein entsprechender Nachweis zu erbringen.
4. Das Unterrichtsprogramm in der Organisationsform Vollzeit ist zu 100 % in Englisch und setzt ein nachgewiesenes Sprachniveau von mindestens B2 voraus.
5. Die Überprüfung der Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen obliegt der Studiengangsleitung des Masterstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement.