

Studienordnung des FH-Bachelorstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt B.A.

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 46 Vollzeit
24 berufsbegleitend

Version 2.1

Basierend auf dem Änderungsantrag im Rahmen der internen Revision beschlossen durch das FH
Kollegium am 28. Oktober 2015.

Inhalt

1	BERUFSBILDER & QUALIFIKATIONSZIELE	3
1.1	Berufliche Tätigkeitsfelder.....	3
1.2	Qualifikationsziele/Lernergebnisse.....	4
2	ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN	7
3	CURRICULUM	10
3.1	Berufspraktikum	10
3.2	Auslandssemester.....	11
3.3	Curriculumsdaten	14
3.4	Modularisierung Vollzeit	21
3.5	Modularisierung Berufsbegleitend).....	103

Mit der Novelle zum Hochschulgesetz 2020 ist das sogenannte "Fachhochschul-Studiengesetz (FHStG)" in "Fachhochschulgesetz (FHG)" umbenannt worden. Dementsprechend wurde am 13.01.2021 in diesem Dokument eine notwendige redaktionelle Anpassung vorgenommen und die Bezeichnung FHStG durch FHG ersetzt.

1 BERUFSBILDER & QUALIFIKATIONSZIELE

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

AbsolventInnen des Studiengangs Sport-, Kultur-, und Veranstaltungsmanagement stehen vielfältige berufliche Tätigkeitsfelder offen. Durch die im deutschsprachigen Raum einzigartige Kombination eröffnet sich den AbsolventInnen eine Fülle an unterschiedlichen Arbeitsmöglichkeiten in drei verschiedenen Sektoren (Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement) und zahlreichen Branchen. Mehrere gesellschaftliche Umstände begünstigen die Chancen am Arbeitsmarkt: Die wachsende Bedeutung der Freizeitwirtschaft innerhalb der Sport- und Kulturbranche und als Konsequenz die zunehmende Nachfrage nach professionell ausgebildetem Personal im Unterschied zu QuereinsteigerInnen, die diese Branche derzeit kennzeichnen. Ein weiterer Aspekt ist die Internationalisierung des Veranstaltungswesens, welche professionell agierenden und umfänglich ausgebildeten Nachwuchs fordert. Ebenso erwachsen den speziellen Strukturen von Kultur und Sport, als Bereiche des öffentlichen Lebens und der Wirtschaft weitere Beschäftigungsmöglichkeiten für AbsolventInnen des Bachelorstudiums Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement: Dazu zählen Sponsor- und Eventabteilungen von national und international tätigen Unternehmen, die Gebietskörperschaften von Sport- und Kulturpolitik, Förderstellen auf EU-Ebene sowie auch professionell eingerichtete Interessensgemeinschaften- und -vertretungen. Ein weiterer wachsender Bereich sind Eventagenturen, Konferenzzentren und Veranstalter von Kongressen (PCOs).

Für alle diese Bereiche sind es besonders Vermittlungs-, Finanzierungs-, Marketing- und Kommunikationsaufgaben, die im Mittelpunkt des Kompetenzerwerbs stehen. Diese zählen zu den zentralen, nachgefragten Fähigkeiten und Fertigkeiten bei den Institutionen, Betrieben und anderen Unternehmenstypen innerhalb der Sport- und Kulturbranche sowie im allgemeinen Veranstaltungswesen.

Das Bachelorstudium Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement bildet die AbsolventInnen unter anderem für folgende konkrete Tätigkeiten aus:

- EventmanagerIn
- SportmanagerIn
- KulturmanagerIn
- Sponsoring-Akquise für Sport- oder Kulturorganisationen und Events
- Akquise öffentlicher Förderungen
- PR- und Pressemanagement allgemein
- Marketingmanagement in Sport- und Kulturorganisationen
- Marketingmanagement für Veranstaltungen allgemein
- PR- und Pressemanagement von Kultur- und Sportorganisationen
- VertriebsmanagerInnen in kulturindustriellen Zusammenhängen
- Vermittlungskonzepte für Kulturbetriebe
- Assistenz leitender kaufmännischer und künstlerischer CEOs in Sport- und Kulturorganisationen
- ProjektmanagerIn
- selbständige Unternehmertätigkeit

Durch die interdisziplinäre und breitgefächerte Ausbildung können die AbsolventInnen manageriale und organisatorische Aufgaben in Klein- und Großbetrieben sowie im quantitativ starken KMU-Bereich und in Non-Profit-Organisationen übernehmen. Das grundlegende Verständnis der Besonderheiten von

Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement ermöglicht den AbsolventInnen, gesellschaftliche und ökonomische Zusammenhänge einzuordnen und fruchtbar umzusetzen. Teamarbeit ist bei allen Positionen und Arbeitsfeldern eine wichtige Arbeitsform, weshalb die AbsolventInnen auch mit Informations- und Kommunikationskompetenzen für interne Zusammenhänge ausgestattet werden. Im Rahmen von Praxisprojekten erwerben die Studierenden die Befähigung, Planungssicherheit, Risikomanagement und den professionellen Umgang mit Projekt- und Kooperationspartnern aus Sport und Kultur, Politik und Wirtschaft einzusetzen. Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen agieren an den Schnittstellen zwischen Organisationen und Öffentlichkeit, weshalb auch das Bewusstsein für gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Verantwortung die AbsolventInnen auszeichnet.

Die Befähigung zur Konzeptionierung, Finanzierung, Budgetierung, Umsetzung, Vermittlung, Dokumentation und Evaluation von Projekten bereiten die AbsolventInnen im Laufe des Studiums darauf vor, kreative, innovative und wirkungsvolle Lösungen zu entwickeln und das in der Lehre vermittelte Wissen fallbezogen anzuwenden.

1.2 Qualifikationsziele/Lernergebnisse

Die vermittelten Inhalte qualifizieren die AbsolventInnen für die oben genannten Aufgaben und Tätigkeiten. Mit Abschluss des Studiums werden unter anderem Kompetenzen in folgenden Bereichen erlangt:

Fachwissenschaftliche Kompetenzen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement

- **Sportmanagement und Sportwissenschaft**

Die Studierenden erwerben Kenntnisse der Funktionsweisen der Sportorganisationen und ihrer besonderen Herausforderungen und Wirkungsweisen. Sie sind in der Lage, gezielte Managementhandlungen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene anzuwenden. Insbesondere in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Finanzierung sowie Förderung und Sponsoring, Veranstaltungsorganisation und Athletenmanagement. Die AbsolventInnen sind gleichermaßen vertraut mit den hohen emotionalen Wirkungsweisen von Sportereignissen, deren Potenzialen und Risiken sowie mit aktuellen Trends und Gefahren des professionalisierten Sportbetriebs (z.B. Doping). Sie erhalten Kenntnisse bezüglich wirtschaftlicher Zusammenhängen der Sportfinanzierung, des erweiterten Sportbetriebs, wie z.B. der Sportartikelindustrie und können daraus Maßnahmen für Veranstaltungen ableiten. Sportwissenschaftliche Zugänge wie Sportpolitik, Sport und Gesundheit, Sport und Diversity, Sportpsychologie, Bewegung und Training erweitern das manageriale Verständnis und befähigen die AbsolventInnen, gesellschaftliche Zusammenhänge als Referenzrahmen zu begreifen und daraus verantwortungsvolles Handeln abzuleiten.

- **Kulturmanagement und Kulturwissenschaft**

Die Studierenden erwerben Kenntnisse der Funktionsweisen des Kulturbetriebs und seiner besonderen Herausforderungen und Wirkungsweisen. Sie sind in der Lage, gezielte Managementhandlungen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene zu verstehen und anzuwenden, insbesondere in den Bereichen Marketing und Kommunikation, Finanzierung,

Förderung und Sponsoring sowie Organisation von Veranstaltungen beispielsweise in Kulturvereinen und permanenten Einrichtungen wie Museen, Theatern, Arthousekinos usw. Die AbsolventInnen kennen die Zusammenhänge zwischen kulturpolitischen Handlungsaufträgen und gesellschaftspolitischer Verantwortung, wissen um die Gefahren von Kunst und Kultur etwa durch veraltete Nationalitätskonzepte und sind mit den unterschiedlichen Mechanismen des gemeinnützigen und kommerziellen Kulturbetriebs als Basis managerialer Ausrichtungen vertraut.

Kulturwissenschaftliche Theorien und Methoden unterstützen den Erkenntnisgewinn und die Interpretationsmöglichkeiten künstlerischer Güter und kultureller Prozesse. Sie gewährleisten darüber hinaus ein historisches Verständnis bezüglich der wandelbaren Kulturproduktion entlang gesellschaftlicher Veränderungen und der wechselnden Aufgaben von Kunst und Kultur in der Gesellschaft.

- **Veranstaltungsmanagement**

Kongresse, Tagungen, Charity Events und Marketingevents sind den AbsolventInnen in ihren organisatorischen Abläufen, technischen Notwendigkeiten und erwünschten Zielen der Veranstalter vertraut. Sie können Abläufe planen und umsetzen, technische Ausgestaltung organisieren und bei der Vermarktung sowie Finanzierung mitwirken. Im Rahmen der Persönlichkeitsförderung erwerben die AbsolventInnen Kompetenzen zum Kundenmanagement und sind somit in der Lage, hierzu professionell zu agieren.

Fachwissenschaftliche Kompetenzen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement integrativ

Konzeptionelle Fähigkeiten werden besonders in der Lehrveranstaltung **Konzeptwerkstatt/Creative Lab** vermittelt, die Studierenden können erfolgreiche Einreichungen verbal darstellen und Budgets strategisch anlegen. Sie erwerben eine Transfer- und Applikationskompetenz für integratives Projektmanagement der Säulen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. In der Lehrveranstaltung **Eventinszenierung** werden die Studierenden befähigt, technische und gestalterische Aspekte für Veranstaltungen aller Art zu planen und umzusetzen.

Integrative Aspekte von spartenübergreifendem Projektmanagement für Sport-, Kultur- und Eventmanagement werden in Lehrveranstaltungen **Place & Mobile Events** (von Sportgroßveranstaltungen bis zur Europäischen Kulturhauptstadt) sowie **Destination Management** vertieft. Die Studierenden lernen die Potenziale von Sport-, Kultur- und Eventmanagement aus den Perspektiven von Stadt- und Regionalentwicklung inklusive touristischer Dienstleistungen einzuordnen und zu planen. Sie nutzen die fachwissenschaftliche Fähigkeit des Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagements, um deren Besonderheiten in der jeweiligen Terminologie und Regeln einzusetzen und sie verantwortungsbewusst für synergetische Potenziale einer nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung anzuwenden. Schließlich erwerben die Studierenden Kenntnisse bezüglich der internationalen Zusammenhänge des Sport- und Kulturbetriebs in den Lehrveranstaltungen **International Arts & Sports Management** und **Area Studies** (nur in Vollzeit). Sie werden damit besonders befähigt, kulturelle Differenzen zu reflektieren, an Beispielen zu veranschaulichen und globale Strukturen in der Projektplanung zu berücksichtigen.

Management- und Wirtschaftskompetenzen

In den Bereichen **Wirtschaftswissenschaften** und **Controlling** lernen die Studierenden die grundlegenden Fragestellungen, Lösungsansätze und Methoden der Wirtschaftswissenschaften kennen und können diesbezügliche Fragestellungen einordnen und erkennen die vielfältigen Beziehungen zwischen den wirtschaftswirtschaftlichen Funktionen. Sie können diese Erkenntnisse auf die berufliche Praxis beziehen und sind in der Lage, mit dem wirtschaftswirtschaftlichen Fachvokabular richtig umzugehen. Sie beherrschen ausgewählte Controlling-Instrumente, die im Kontext eines Management Accounting Systems wesentliche Bestandteile, wie Kosten- und Leistungsrechnung sowie Finanzrechnung beinhalten. In den Lehrveranstaltungen **Marketing, Angewandte Marketing- und Finanzplanung** sowie **Marktforschung** erwerben die Studierenden Kenntnisse und Anwendungskompetenz von professioneller Marketingplanung im Produkt- und Dienstleistungsbereich und können zielgruppenorientierte Kommunikationspläne entwerfen und umsetzen. Sie erkennen den hohen Stellenwert von Public Relations und Pressearbeit für Sport und Kultur, können zwischen Selbst- und Fremddarstellungskanälen unterscheiden und Social Media-Kommunikation professionell einsetzen. Zudem haben sie Kenntnis über die Besonderheiten spezifischer Ausprägungen der Kulturnutzerforschung. Sie erhalten schließlich die Befähigung zur Anwendung von Finanzplanung sowie methodische Kompetenzen der Marktforschung in Planung, Umsetzung und Interpretation. Sie können Ergebnisse für Handlungsmaßnahmen kritisch diskutieren und gezielt einsetzen.

Sozialkompetenz und Multimedia

In den Lehrveranstaltungen zur Sozialkompetenz **Teamwork & Kommunikation** und **Präsentationstechniken** erwerben die Studierenden die Befähigung zur erfolgreichen Kundenkommunikation und Teamarbeit. Lösungsorientierung und zielgenauer Informationsaustausch ist Teil der erworbenen Kommunikationskompetenzen nach innen (Team) und außen (Finanzierer, Kooperationspartner, Kunden) in schriftlicher und mündlicher Form. Sie beherrschen Präsentationstechniken und kennen die Bedeutung von sprachlicher Sicherheit und strategischer Gesprächsführung und können diese auf Deutsch und Englisch anwenden. Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien und können die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik gezielt einsetzen. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten. Die Studierenden sind in der Lage, Gespräche und Verhandlungen im beruflichen Umfeld einzuschätzen, mitzugestalten und zu leiten. Nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen im Bereich **Grafik & Design** sind die Studierenden in der Lage, Produktionsanforderungen, -bedingungen und -prozesse von grafischen Marketingprodukten zu verstehen sowie einfache Printprodukte wie Flyer und Plakate selbständig zu kreieren und zu produzieren. Eine **Fremdsprache** in den ersten drei Semestern ist fixer Bestandteil im Curriculum und dient den Studierenden zur Erlangung weiterer sozialer Kompetenzen.

Interkulturelle Kompetenz

Das curricular verankerte **Auslandssemester** im Vollzeitstudium und die ebenfalls verpflichtende einwöchige **Studienreise/Study Trip** in der berufsbegleitenden Organisationsform befähigen die Studierenden für interkulturellen Austausch. Sie lernen kulturelle Differenzen im zwischenmenschlichen Austausch kennen und einzuschätzen und erwerben Einsichten in die Einflüsse kultureller Muster und Dynamiken auf das Sport-, Kultur- und

Veranstaltungsmanagement. Interkulturelle Kompetenzen werden auch als Bestandteil anderer Lehrveranstaltungen (u.a. Fachkompetenzen) vermittelt und ermöglichen im Zusammenhang mit den Auslandsaufenthalten Transfer- und Anwendungskompetenzen.

Praxistransfer und Wissenschaftliches Arbeiten – methodische Kompetenzen

Im Modul Wissenschaftliches Arbeiten, das auch das Verfassen der Bachelorarbeiten I und II umfasst, entwickeln die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für theoriegestütztes wissenschaftliches Arbeiten und hermeneutische Vorgehensweisen. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien der Wissenschaftstheorie, der Wissenserarbeitung und der Verschriftlichung von Wissen verstehen und anwenden sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit reflektieren. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen. Im Rahmen des **Bachelorarbeitsseminars I** und **Bachelorarbeitsseminars II** erlernen sie schrittweise die Grundlagen wissenschaftlicher theoriegestützter Argumentation und Diskussion bzw. die Methoden von quantitativer und qualitativer empirischer Sozialforschung. Sie können die geeignete Methode für die Bearbeitung bestimmter Themen auswählen und umsetzen und sich auf wissenschaftlichem Niveau ausdrücken. Sie werden schließlich dazu befähigt, wissenschaftliche Reflexion und Kontextualisierung in die Praxis zu transferieren und sowohl im Rahmen des **Berufspraktikums** als auch in den **Praxisprojekten** fruchtbar zu machen. Sie beherrschen Einschätzungsvermögen über Handlungen, Anwendungskompetenz aus den jeweiligen anderen Modulen wie z.B. Projektmanagement und Finanzierungsplanung und lernen selbst- sowie gesellschaftsverantwortlich zu handeln. Parallel zum Praxisprojekt I werden den Studierenden die Basiskompetenzen für allgemeines **Projektmanagement** vermittelt, mit zeitlicher Planung, Abwicklung, Risikomanagement und Dokumentation von Events vertraut gemacht und sie können Events selbstverantwortlich planen und durchführen.

2 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

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

1. Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG idgF; er gilt für **Personen mit allgemeiner Universitätsreife**.
2. **Personen ohne Reifeprüfung** müssen eine **Studienberechtigungsprüfung** entsprechend § 64 a UG 2002 idgF ablegen. Diese Personen erlangen nach Maßgabe einer Verordnung des Rektorates einer Universität durch Ablegung der Studienberechtigungsprüfung die allgemeine Universitätsreife für Bachelorstudien einer Studienrichtungsgruppe. Der erfolgreiche Abschluss der Studienberechtigungsprüfung berechtigt somit zur Zulassung zu allen Studien jener Studienrichtungsgruppe, für welche die Studienberechtigung erworben wurde. Die Studienberechtigungsprüfung kann entsprechend einer Verordnung des Rektorates einer Universität für bestimmte Studienrichtungsgruppen erworben werden, wobei für die FH Kufstein folgende Studienrichtungsgruppe einschlägig ist:
Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Studien (z. B. Betriebswirtschaft, Wirtschaftspädagogik, Statistik, Soziologie).

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

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

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

4. **Personen mit Abschluss** einer der folgenden genannten einschlägigen **berufsbildenden mittleren Schulen** können zugelassen werden:

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

Angaben zu den Studienplätzen

Fixe Aufnahmeplätze je Studienjahr										
	2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB
ins 1. Semester	46	24	46	24	46	24	46	24	46	24
Summe	70		70		70		70		70	

Studienplätze je Studienjahr										
	2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB	VZ	BB
1. Jahrgang	46	24	46	24	46	24	46	24	46	24
2. Jahrgang	46	24	46	24	46	24	46	24	46	24
3. Jahrgang	46	24	46	24	46	24	46	24	46	24
Summe	138	72	138	72	138	72	138	72	138	72

3 CURRICULUM

Berechnungsschlüssel

ECTS Umrechnung (Beispiel)

LV-Typ	Abk.	SWS	Dauer LV (h) ¹	ECTS	LV-Wochen /Sem	Workload (h)		
						ges.	Anwes.	Vor-, Nachber. LV inkl. Prüfung
Vorlesung	VO	1	0,75	1	15	25,00	11,25	13,75
Integrierte Lehrveranstaltung	ILV	1	0,75	1,5	15	37,50	11,25	26,25
Übung	UE	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75
Seminar	SE	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75
Projekt	PT	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75
						0,00	0,00	0,00

Je nach Arbeitsaufwand einer Lehrveranstaltung kann es in der Curriculum-Matrix bei einzelnen Lehrveranstaltungen zu Abweichungen von dieser Tabelle kommen. Abweichungen werden begründet.

¹ Unter der Annahme, dass eine LV-Einheit 45 Minuten entspricht.

Die Unterschiede in den ECTS zwischen einzelnen Lehrveranstaltungen in der Vollzeit- bzw. in der berufsbegleitenden Organisationsform erklären sich durch den höheren Anteil von Workload in Selbststudienzeit und der höheren Anzahl der LV Wochen pro Semester bei den berufsbegleitend Studierenden.

3.1 Berufspraktikum

Das Berufspraktikum stellt für die Studierenden des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement einen wichtigen ausbildungsrelevanten Bestandteil des Curriculums dar und ist von jeder/m Studierenden über ein Semester lang zu absolvieren. Besonders für die Studierenden in der Vollzeit-Variante dient es dazu, sie auf die Besonderheiten in der praktischen Arbeit des Berufsfelds vorzubereiten und ist wichtiger Transferpunkt von der Hochschule in die Praxis. Die Studierenden des Vollzeitstudiengangs sind während des sechsten Semesters im Praktikum. Auch den berufsbegleitend Studierenden bietet diese Zeit des Berufspraktikums eine Möglichkeit, sich neu auszurichten und den Transfer Hochschule und Berufspraxis bewusst zu gestalten.

Auswahl, Qualifizierung, Betreuung und Beurteilung des Praktikums

Die Praktikumsstellen werden von den Studierenden ausgewählt. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studiengangs entspricht und ob die/der Studierende ihrem/seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Sind diese Anforderungen erfüllt, erfolgt die organisatorische Abwicklung durch den

Studiengang. Ein ausführlicher Praktikumsleitfaden unterstützt die Studierenden bei der Organisation in ihrem Praxissemester; bei Fragen und Unterstützungsbedarf stehen den Studierenden zudem die Studiengangsleitung und die Abteilung Alumni & Career Services zur Verfügung.

Das Berufspraktikum ist von den Studierenden mittels Formblatt („Arbeitsplatzbeschreibung“) zu beantragen. Das Formblatt enthält die zentralen Daten des Studierenden und der Praktikumsbetreuung sowie die Ziele und die Aufgaben/Tätigkeiten im Praktikumsunternehmen. Das Praktikum wird durch Unterschriften der Studiengangsleitung und der Praktikumsbetreuung bestätigt bzw. genehmigt.

Der/die Studierende muss die gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse reflektieren, dokumentieren und präsentieren sowie die Praktikumsstelle evaluieren. Umgekehrt muss die Praktikumsbetreuung die Studierenden evaluieren. Der/die Studierende muss einen Zwischenbericht, einen Abschlussbericht und eine Präsentation anfertigen sowie einen Evaluierungsbogen ausfüllen. Er/Sie erhält zu Beginn des Praktikums einen Praktikumsleitfaden, in dem die zu bearbeitenden Punkte aufgeführt sind. Eine zentrale Anforderung besteht darin, die vereinbarten Ziele mit den verwirklichten Zielen zu vergleichen. Die vom/von der Studierenden und von der Betreuung erstellte Dokumentation wird von der Studiengangsleitung ausgewertet. Wenn die Erreichung der Ziele und die Anpassung an das Qualifikationsniveau des Studierenden nicht gewährleistet sind, wird die entsprechende Praktikumsstelle für die Zukunft ausgeschlossen. Eine Liste und die Berichte zu den Praktikumsplätzen stehen den jeweils nachfolgenden Studierenden über die Lehrplattform Moodle zur Verfügung. Bei auftretenden Problemen oder Rückfragen während des Praktikums kann die Studiengangsleitung sowohl mit dem Unternehmen als auch mit dem/der Studierenden in Kontakt treten und bei der Lösung helfen.

3.2 Auslandssemester

Die FH Kufstein Tirol versteht sich als unabhängige und internationale Fachhochschule, deren Ausbildungs- und Forschungsprogramm sich an internationalen Standards orientiert. Die internationale Vernetzung mit über 160 Partnerhochschulen erlaubt den Austausch von Lehrenden und Studierenden und führt zu länderübergreifendem Wissenstransfer. Dieser wird im berufsbegleitend angebotenen Studiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement durch einen erhöhten Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen (21 % aller SWS – in der Vollzeitform 20 %) zu denen auch Incoming-Studierende anderer Hochschulen zugelassen sind, durch LektorInnenmobilität im Rahmen etwa des ERASMUS-Programmes, sowie durch eine einwöchige Studienreise/Study Trip zu einer Partnerhochschule im 2. Semester gefördert (u.a. Universidade Fernando Pessoa Porto/Portugal; Kadir Has University Istanbul/Türket; MIRBIS Moskau/Russland).

Darüber hinaus sind die Lehrinhalte, Forschungsprojekte und Auswahl der externen LektorInnen auch auf internationale Kenntnisse und Vermittlung ausgerichtet, um die AbsolventInnen auf den nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt vorzubereiten. Im Studiengang Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement sind derzeit LektorInnen aus England, Irland, Kanada, USA und Neuseeland tätig.

Weiterhin laufen Kooperationen mit internationalen Partnern wie dem Weltskiverband FIS, was unter anderem in der Erstellung eines Green Event Manuals sowie der Beteiligung am FIS World Snow Day gemündet hat. Die Integration in die international Scientific Community ist durch die regelmäßige aktive Vortragstätigkeit in internationalen Verbänden wie ATLAS (Fokus: Tourismus und Freizeitwirtschaft), UNECC (Fokus: Kulturhauptstädte), EASM (Fokus: Sportmanagement) gewährleistet:

- Fachverband Kulturmanagement (Hildesheim): Die 8. Jahrestagung des Fachverbands fand im Januar 2014 an der FH Kufstein Tirol statt. Der Fachverband Kulturmanagement ist eine professionelle Vereinigung akademisch lehrender und forschender KulturmanagerInnen im deutschsprachigen Raum
- ATLAS Europe: Mitwirkung im Rahmen der ATLAS Events Group im ATLAS Event Monitoring Project

Außerdem werden laufende, vom Tiroler Wissenschaftsfonds geförderte Forschungsvorhaben bearbeitet und abgeschlossen. Erkenntnisse und Methodik von renommierten Forschungsinstitutionen u.a. in Form von Gastvorträgen werden bei der Winter School und Summer School des Studiengangs miteinbezogen.

Betreuung der Studierenden im Auslandssemester

Die Betreuungen der Studierenden (abgekürzt Stud.) während des Auslandssemester erfolgt laufend, das International Relations Office steht für sämtliche Information, Fragen und Anliegen rund um das Auslandsstudium zur Verfügung; Abmachungen werden im Einvernehmen mit der Studiengangsleitung (STGL) getroffen.



3.3 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ+1)	2015/16	2015/16	
Regelstudiedauer (Anzahl Semester)	6	6	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	101	82	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15	17	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme aller Sem.)	1515	1230	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180	180	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	28.09.2015 KW 40	24.09.2015 KW 39	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	13.02.2016 KW 6	13.02.2016 KW 6	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	07.03.2016 KW 10	04.03.2016 KW 09	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	16.07.2016 KW 28	16.07.2016 KW 28	
WS Wochen	15	17	
SS Wochen	15	17	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5. Semester	Study Trip im 5. Semester	
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch/Englisch	Deutsch/Englisch	Anteil an englischsprachigen Lehrveranstaltungen: vz: 20 % bb: 21 %
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Semester 15 Wochen	5. Semester 5 Wochen	
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

Curriculumsmatrix (Organisationsform Vollzeit)

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SPW.1	Sportwissenschaften I	VO	2	1	2	30	SPW	2
vz.SPM.1	Sportmanagement I	ILV	2	1	2	30	SPM	3
vz.SPW.2	Angewandte Sportwissenschaften	UE	1	2	2	30	SPW	2
vz.KUW.1	Kulturwissenschaften I	VO	2	1	2	30	KUW	2
vz.KUM.1	Kulturmanagement I	ILV	2	1	2	30	KUM	3
vz.VER.1	Veranstaltungsmanagement	ILV	2	1	2	30	VER	3
vz.WIR.1	Einführung in die BWL	ILV	2	1	2	30	WIR	3
vz.WIR.2	Einführung in die VWL	VO	2	1	2	30	WIR	2
vz.CON.1	Einführung Rechnungswesen	ILV	2	1	2	30	CON	3
vz.FRS.1	Fremdsprache I	ILV	3	3	9	135	FRS	4
vz.SOZ.1	Teamwork & Kommunikation	ILV	2	2	4	60	SOZ	3
Summenzeile:			22		31	465		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			330					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SPW.3	Sportwissenschaften II	ILV	2	1	2	30	SPW	3
vz.SPM.2	Sportmanagement II	ILV	2	1	2	30	SPM	3
vz.KUW.2	Kulturwissenschaften II	ILV	2	1	2	30	KUW	3
vz.KUW.3	Angewandte Kulturwissenschaften	UE	1	2	2	30	KUW	2
vz.KUM.2	Kulturmanagement II	ILV	2	1	2	30	KUM	3
vz.MAK.1	Marketing (E)	ILV	2	1	2	30	MAK	3
vz.VER.2	Einführung Recht	VO	2	1	2	30	VER	2
vz.MUL.1	Grafik & Design	ILV	2	2	4	60	MUL	3
vz.FRS.2	Fremdsprache II	ILV	3	3	9	135	FRS	4
vz.SOZ.2	Präsentationstechnik	UE	1	2	2	30	SOZ	2
vz.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	SE	1	2	2	30	WIS	2
Summenzeile:			20		31	465		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			300					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.SPM.3	Sportmanagement III	VO	2	1	2	30	SPM	2
vz.KUM.3	Kulturmanagement III	VO	2	1	2	30	KUM	2
vz.MAK.2	Kommunikationsmanagement	VO	2	1	2	30	MAK	2
vz.MUL.2	Medienwerkstatt Audio & Video	VO	2	3	6	90	MUL	2
vz.ELE.1	Elective I	VO	1	3	3	45	ELE	1
vz.PRA.1	Projektmanagement	VO	2	1	2	30	PRA	2
vz.PRA.2	Praxisprojekt I	PT	2	4	8	120	PRA	4
vz.MFO.1	Marktforschung	ILV	3	2	6	90	MFO	4
vz.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar I	SE	0,5	3	1,5	22,5	WIS	6
vz.INT.1	Area Studies (E)	VO	1	2	2	30	INT	1
vz.FRS.3	Fremdsprache III	ILV	3	3	9	135	FRS	4
Summenzeile:			20,5		43,5	652		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			307,5					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.EVT.2	Konzeptwerkstatt/Creative Lab (E)	UE	1	2	2	30	EVT	2
vz.EVE.1	Place & Mobile Events (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
vz.CON.2	Controlling	SE	2	1	2	30	CON	4
vz.ANG.1	Angewandte Marketingplanung	SE	1	1	1	15	ANG	2
vz.ANG.2	Angewandte Finanzplanung	SE	1	1	1	15	ANG	2
vz.PRA.3	Praxisprojekt II	PT	2	4	8	120	PRA	4
vz.EVE.2	Destination Management (E)	UE	1	1	1	15	EVE	2
vz.ELE.2	Elective II (E)	SE	1	3	3	45	ELE	2
vz.INT.2	International Arts Management (E)	ILV	2	1	2	30	INT	3
vz.INT.3	International Sports Management (E)	ILV	2	1	2	30	INT	3
vz.EVT.3	Eventinszenierung	SE	1	1	1	15	EVT	2
vz.EVT.4	Eventtechnik	SE	1	1	1	15	EVT	2
Summenzeile:			16		25	375		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			240					

5. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.AUS.1	Current Issues in Sports, Culture & Events Management (E)	VO	2	2	4	60	AUS	2
vz.AUS.2	Business Studies	ILV			0	0	AUS	6
vz.AUS.3	Electives: Sports, Culture & Events Management	ILV			0	0	AUS	16
vz.AUS.4	Language & Area Studies	ILV			0	0	AUS	6
Summenzeile:			2		4	60		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			30					

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
vz.BER.1	Berufspraktikum	PT	0	1	0	0	BER	24
vz.WIS.3	Bachelorarbeitsseminar II	SE	0,5	3	10,7	160,5	WIS	6
Summenzeile:			0,5		10,7	160,5		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			7,5					
Summe über alle Semester			81		154,4	2316		180
Summe über alle Semester			1215					

* Lehrveranstaltungen in englischer Sprache; Anteil an englischsprachigen Lehrveranstaltungen 20 % der SWS

Abkürzungen			
LV	Lehrveranstaltung	VO	Vorlesung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)	ILV	Integrierte Lehrveranstaltung
ALVS	Angebotene LVS	PT	Projekt
SWS	Semesterwochenstunde(n)	SE	Seminar
ASWS	Angebotene SWS	UE	Übung
ECTS	European Credit Transfer System		
G	Anzahl Gruppe		
(E)	Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache abgehalten		

Curriculummatrix (Organisationsform Berufsbegleitend)

1. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SPW.1	Sportwissenschaften I	SE*	2	1	2	30	SPW	5
bb.KUW.1	Kulturwissenschaften I	SE*	2	1	2	30	KUW	5
bb.VER.1	Veranstaltungsmanagement	SE	2	1	2	30	VER	4
bb.WIR.1	Einführung in die BWL	ILV	2	1	2	30	WIR	3
bb.WIR.2	Einführung in die VWL	VO	2	1	2	30	WIR	2
bb.CON.1	Einführung Rechnungswesen	ILV	2	1	2	30	CON	3
bb.SOZ.1	Teamwork & Kommunikation	UE	2	2	4	60	SOZ	4
bb.ENG.1	English I	ILV	3	2	6	90	ENG	4
Summenzeile:			17		22	330		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			255					

2. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SPW.2	Sportwissenschaften II	SE	2	1	2	30	SPW	4
bb.SPM.1	Sportmanagement I	SE	2	1	2	30	SPM	4
bb.SPW.3	Angewandte Sportwissenschaften	UE	1	2	2	30	SPW	2
bb.KUW.2	Kulturwissenschaften II	SE	2	1	2	30	KUW	4
bb.KUM.1	Kulturmanagement I	SE	2	1	2	30	KUM	4
bb.VER.2	Einführung Recht	VO	2	1	2	30	VER	2
bb.MAK.1	Marketing (E)	ILV	2	1	2	30	MAK	3
bb.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	SE*	1	2	2	30	WIS	3
bb.ENG.2	English II	ILV	3	2	6	90	ENG	4
Summenzeile:			17		22	330		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			255					

3. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SPM.2	Sportmanagement II	ILV	2	1	2	30	SPM	3
bb.KUW.3	Angewandte Kulturwissenschaften	UE	1	2	2	30	KUW	2
bb.KUM.2	Kulturmanagement II	ILV	2	1	2	30	KUM	3
bb.MUL.1	Grafik & Design	VO	2	1	2	30	MUL	2
bb.MAK.2	Kommunikationsmanagement	ILV	2	1	2	30	MAK	3
bb.MFO.1	Marktforschung	ILV	3	1	3	45	MFO	4
bb.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar I	SE	0,5	2	1	15	WIS	6
bb.STU.1	Study Trip (E)	ILV	2	2	4	60	STU	3
bb.ENG.3	English III	ILV	3	2	6	90	ENG	4
Summenzeile:			17,5		28,8	360		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			262,5					

4. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.SPM.3	Sportmanagement III	SE*	2	1	2	30	SPM	5
bb.KUM.3	Kulturmanagement III	SE	2	1	2	30	KUM	4
bb.EVE.1	Business Events (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
bb.PRA.1	Projektmanagement	SE*	2	2	4	60	PRA	5
bb.MUL.2	Medienwerkstatt Audio & Video	SE*	2	2	4	60	MUL	5
bb.PRA.2	Praxisprojekt I	PT	2	2	4	60	PRA	4
bb.CON.2	Controlling	VO	2	1	2	30	CON	2
bb.SOZ.2	Präsentationstechnik	UE*	1	2	2	30	SOZ	3
Summenzeile:			14		21	315		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			210					

5. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.EVT.1	Eventinszenierung	SE	1	1	1	15	EVT	2
bb.EVT.2	Eventtechnik	SE	1	1	1	15	EVT	2
bb.EVT.3	Konzeptwerkstatt /Creative Lab (E)	UE*	1	2	2	30	EVT	3
bb.PRA.3	Praxisprojekt II	PT	2	2	4	60	PRA	4
bb.ELE.1	Elective I	SE	1	3	3	45	ELE	2
bb.EVE.2	Destination Management (E)	UE	1	1	1	15	EVE	2
bb.BER.1	Berufspraktikum	PT	0	1	0	0	BER	8
bb.EVE.3	Place & Mobile Events (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
bb.WIS.3	Diskurswerkstatt	ILV	1	1	1	15	WIS	3
bb.EVE.4	Sports, Culture & Business Venues (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
Summenzeile:			10		15	225		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			150					

6. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	G	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
bb.ANG.1	Angewandte Marketingplanung	SE*	1	1	1	15	ANG	5
bb.ANG.2	Angewandte Finanzplanung	SE*	1	1	1	15	ANG	5
bb.ELE.2	Elective II (E)	SE	1	3	3	45	ELE	2
bb.INT.1	International Arts Management (E)	SE	2	1	2	30	INT	4
bb.INT.2	International Sports Management (E)	SE	2	1	2	30	INT	4
bb.BUS.1	Business Cases in Sports, Culture & Events Management (E)	UE	2	2	4	60	BUS	4
bb.WIS.4	Bachelorarbeitsseminar II	SE	0,5	2	5,8	87	WIS	6
Summenzeile:			9,5		18,8	282		30
LVS = Summe SWS*15 LV-Wochen			142,5					
Summe über alle Semester			85		127,6	1914		180

Summe über alle Semester		1275					
--------------------------	--	------	--	--	--	--	--

* Lehrveranstaltungen in englischer Sprache; Anteil an englischsprachigen Lehrveranstaltungen 21 % der SWS

Abkürzungen			
LV	Lehrveranstaltung	VO	Vorlesung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)	ILV	Integrierte Lehrveranstaltung
ALVS	Angebotene LVS	PT	Projekt
SWS	Semesterwochenstunde(n)	SE	Seminar
ASWS	Angebotene SWS	UE	Übung
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte	UE*	Übung mit hohem Workload
G	Anzahl Gruppe	SE*	Seminar mit hohem Workload
(E)	Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache abgehalten		

3.4 Modularisierung Vollzeit

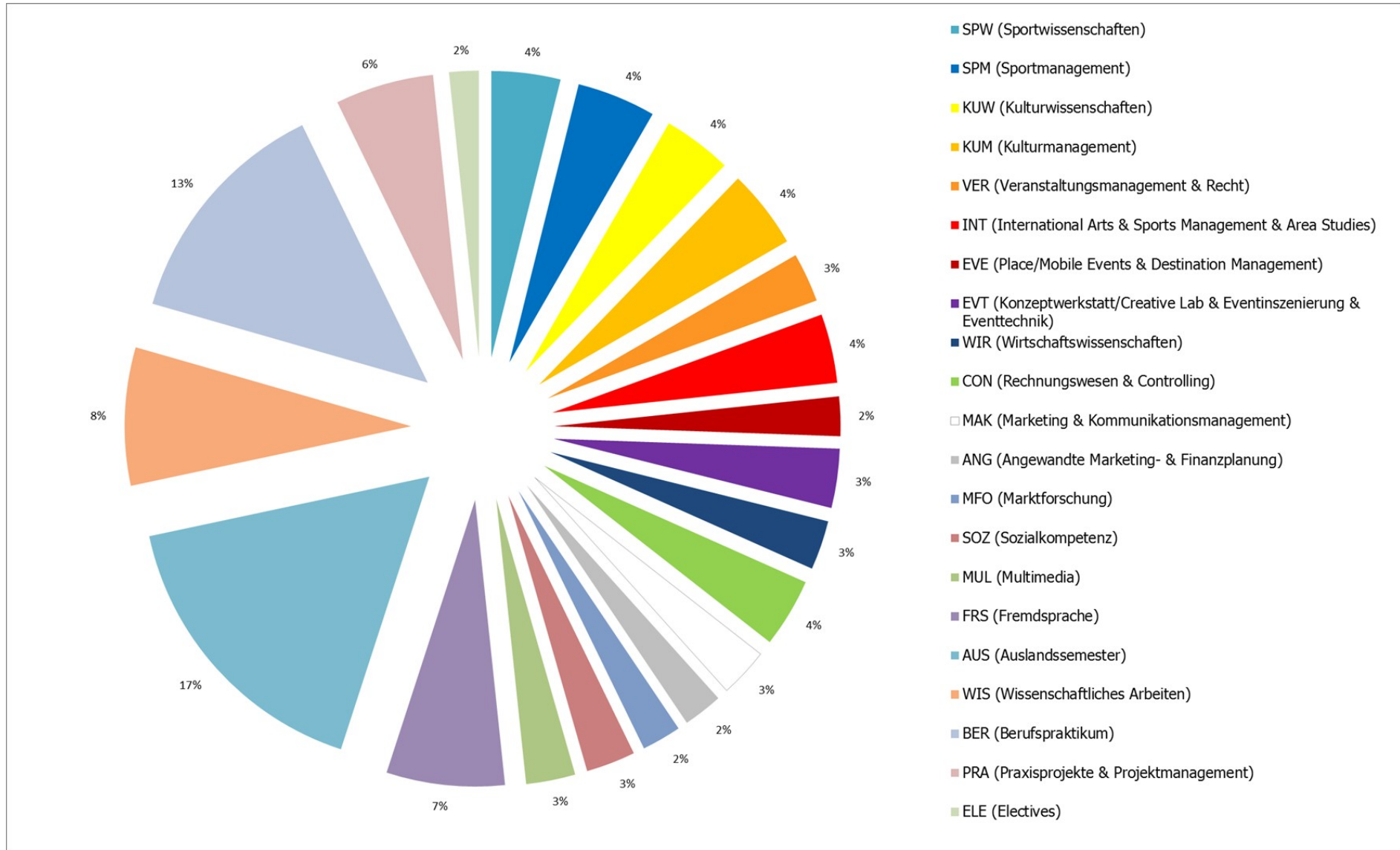
Das Programm des **Vollzeit-Studiengangs** unterteilt sich in 22 aufeinander abgestimmte Module. Für die nachfolgenden Modulbeschreibungen werden folgende Abkürzungen verwendet. Diese flossen auch in die Bezeichnungen der einzelnen Lehrveranstaltungen ein.

Abkürzungen	
SPW	Sportwissenschaften
SPM	Sportmanagement
KUW	Kulturwissenschaften
KUM	Kulturmanagement
VER	Veranstaltungsmanagement & Recht
INT	International Arts & Sports Management & Area Studies
EVE	Place/Mobile Events & Destination Management
EVT	Konzeptwerkstatt/Creative Lab & Eventinszenierung & Eventtechnik
WIR	Wirtschaftswissenschaften
CON	Rechnungswesen & Controlling
MAK	Marketing & Kommunikationsmanagement
ANG	Angewandte Marketing- & Finanzplanung
MFO	Marktforschung
SOZ	Sozialkompetenz
MUL	Multimedia
FRS	Fremdsprache
AUS	Auslandssemester
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten
BER	Berufspraktikum
PRA	Praxisprojekte & Projektmanagement
ELE	Electives

Die Module ordnen sich den folgenden Themenfeldern zu:

- Sport, Kultur & Veranstaltung (SPW, SPM, KUW, KUM, VER)
- Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ (INT, EVE, EVT)
- Management & Wirtschaftswissenschaften (WIR, CON, MAK, ANG, MFO)
- Sozialkompetenz & Multimedia (SOZ, MUL, ENG, FRS)
- Interkulturelle Kompetenz (AUS)
- Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten (WIS, BER, PRA, ELE)

Somit ergibt sich folgende Aufteilung der Module nach ECTS über das gesamte Studium:



Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SPW	Sportwissenschaften	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Sportwissenschaften I</p> <p>Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.) (2013). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UVK Lucius (UTB).</p> <p>Jarvie, G. (2012). Sport, Culture and Society. An Introduction. 2nd edition. London, New York: Routledge.</p> <p>Krüger, M. & Langenfeld, H. (Hrsg.). (2010). Handbuch Sportgeschichte. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Tietjens, M. & Strauß, B. (Hrsg.). (2006). Handbuch Sportpsychologie. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Weis, K. & Gugutzer, R. (Hrsg.). (2008). Handbuch Sportsoziologie. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Sportwissenschaften II</p> <p>Graf, C. (Hrsg.). (2011). Lehrbuch Sportmedizin: Basiswissen, präventive, therapeutische und besondere Aspekte. 2. Auflage. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.</p> <p>Gollhofer, A. & Müller, E. (Hrsg.) (2009). Handbuch Sportbiomechanik. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Hohmann, A., Lames, M. & Letzelter, M. (2014). Einführung in die Trainingswissenschaft. 6. Auflage. Wiebelsheim: Limpert.</p> <p>Plesch, C., Sieven, R. & Trzolek, D. (2011). Handbuch Sportverletzungen. 2. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer.</p> <p>Angewandte Sportwissenschaften</p> <p>Bös, K. & Brehm, W. (Hrsg.). (2006). Handbuch Gesundheitssport. 2. Auflage. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Neumann, P. & Balz, E. (2013). Sport-Didaktik: Pragmatische Fachdidaktik für die Sekundarstufe I und II. Berlin: Cornelsen.</p> <p>Seewald, F., Kronbichler, E. & Gröbinger, S. (2001). Sportökologie. Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung. Wiesbaden: Limpert (UTB).</p> <p>Schwark, J. (2013). Sporttourismus. Konstanz: UVK Lucius (UTB).</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Sportwissenschaften I</p> <p>Die Studierenden wissen um die historische Entwicklung von Bewegung sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung.</p> <p>Sie kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft.</p> <p>Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportpsychologie und Sportsoziologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorpus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.</p> <p>Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p> <p>Sportwissenschaften II</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis bewegungswissenschaftlicher, trainingswissenschaftlicher und sportmedizinischer Aspekte des Sports.</p> <p>Sie kennen die anatomischen und physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind.</p> <p>Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorpus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.</p> <p>Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p> <p>Angewandte Sportwissenschaften</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der mehrperspektivischen Vermittlung des Sports in gesundheits- oder naturbezogenen Kontexten.</p> <p>Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Vermittlung von Sport in unterschiedlichen Bewegungsfeldern verstehen und erläutern sowie diese</p>
-----------------	--

	<p>vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorporus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.</p> <p>Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften I
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Psychologie und der Soziologie werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung am Individuum, seiner Einbettung in soziale Strukturen und Prozesse, den daraus historisch resultierenden Erwartungen und Rollen sowie den sozial geteilten und konstruierten Realitäten erfahren die Studierenden das komplexe Wechselspiel zwischen Individuum und Gesellschaft im Sport.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel anatomischer und physiologischer Strukturen und Prozesse und ihre Bedeutung für sportliche Bewegungen und das sportliche Training.
Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Sportwissenschaften
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Vermittlung von Sport werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung am Prinzip der Mehrperspektivität erfahren die Studierenden die multiplen Vermittlungsperspektiven des Sports.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SPM	Sportmanagement	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. , 2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Sportmanagement I</p> <p>Breuer, C. & Thiel, A. (Hrsg.). Handbuch Sportmanagement. 2. Auflage. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.) (2012). Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Trenberth, L. & Hassan, D. (Eds.). (2012). Managing Sport Business. An Introduction. London, New York: Routledge.</p> <p>Sportmanagement II</p> <p>Ferrand, A., Torrigiani, L. & Camps i Povill, A. (2007). Routledge Handbook of Sports Sponsorship. Successful strategies. London, New York: Routledge.</p> <p>Hopwood, M., Skinner, J. & Kitchin, P. (Eds.). (2010). Sport Public Relations and Communication. Oxford, Burlington: Butterworth-Heinemann.</p> <p>Newman, T., Peck, J., Harris, C. & Wilhide, B. (2013). Social Media in Sport Marketing. Scottsdale: Holcomb Hathaway.</p> <p>Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Sport-Marketing. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Schaffrath, M. (2012). Sport-PR als Beruf: Empirische Studie zum Aufgaben- und Anforderungsprofil von Pressesprechern im Sport. Berlin, Münster: Lit.</p> <p>Schwarz, E.C., Hunter, J.D. & LaFleur, A. (Eds.). (2012). Advanced Theory and Practice in Sport Marketing. 2nd edition. London, New York: Routledge.</p> <p>Sportmanagement III</p> <p>Balz, E. & Kuhlmann, D. (2009). Sportentwicklung, Grundlagen und Facetten. Aachen: Meyer & Meyer.</p> <p>Houlihan, B. (Ed.). (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge.</p> <p>Houlihan, B. & Green, M. (2008). Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy. Amsterdam: Elsevier.</p>	

	<p>Hylton, K. (2013). Sport Development: Policy, Process and Practice. London: Routledge.</p> <p>Robson, S. (Ed.). (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge.</p> <p>Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.). (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung, Schorndorf: Hofmann.</p>
Kompetenzerwerb	<p>Sportmanagement I</p> <p>Die Studierenden wissen um die Spezifika des Sportmarkts sowie seiner AkteurInnen und Güter. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmanagements verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sportmanagement II</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika des Marketings unterschiedlicher Typen von Sportanbietern. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmarketings, Sportsponsorings und der Kommunikation im Sport verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sportmanagement III</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, der Steuerung und Governance im Sport sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement I
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde des Sportmanagements werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an den institutionellen Strukturen des österreichischen und deutschen Sportsystems erfahren die Studierenden die Komplexität des Managements im Sport.

Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde des Marketings, Sponsorings und der Kommunikation werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an den spezifischen Besonderheiten des Handlungsfelds Sports gewinnen die Studierenden einen fundierten Einblick in die beschriebenen Themenfelder.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement III
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Sportentwicklung, Steuerungs- und Governanceforschung sowie der Sportentwicklungsplanung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die zentralen AkteurInnen staatlicher Sportpolitik sowie die grundlegenden Maßnahmen staatlicher Sportförderung werden aufgearbeitet. Mit der Orientierung an Prozessen sozialen Wandels erfahren die Studierenden die komplexe Dynamik moderner Gesellschaften.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KUW	Kulturwissenschaften	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Kulturwissenschaften I</p> <p>Adorno, Theodor W. (2003).: Kulturindustrie oder Aufklärung als Massenbetrug, in: Horkheimer, Max / Adorno, W. Theodor: Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente, Fischer Taschenbuch</p> <p>Assmann, Aleida (2013): Einführung in die Kulturwissenschaft. Schmidt</p> <p>Behrens, Roger (2004): Kulturindustrie. Transcript.</p> <p>Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit, Suhrkamp.</p> <p>Eagleton, Terry (2001): Was ist Kultur? Eine Einführung, Beck.</p> <p>Hauser, Arnold (1988): Kunst und Gesellschaft, dtv.</p> <p>Jauß, Hans Robert: „Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft“, in: Warning, Rainer (1975): Rezeptionsästhetik, UTB.</p> <p>Jäger, Friedrich / Liebsch, Burkhard / Staub, Jürgen (2004): Handbuch der Kulturwissenschaft. Grundlagen und Schlüsselbegriffe; Paradigmen und Disziplinen; Themen und Tendenzen; Metzler Verlag.</p> <p>Kerle, Dietrich (2003): Medienkunde, Reclam.</p> <p>Lessig, Lawrence: remix, auf: http://remix.lessig.org/book.php.</p> <p>Lord, Barry und Gail Dexter (2010): Artists, patrons, and the public: Why culture changes, AltamiraPress.</p> <p>Lingensa, Annemone / Müller, Daniel (Hrsg.) (2008): Rezeption: die andere Seite der Medienumbrüche, Transcript.</p> <p>Münker, Stefan / Roesler Alexander (Hrsg.) (2008): Was ist ein Medium?</p> <p>Reckwitz, Andreas (2004): „Die Kontingenzperspektive der ‚Kultur‘. Kulturbegriffe, Kulturtheorien und das kulturwissenschaftliche Forschungsprogramm“, in: Friedrich Jaeger et al (Hrsg.): Handbuch Kulturwissenschaften. Band 3: Themen und Tendenzen, Stuttgart/Weimar: J.B.Metzler Verlag, 1-20.</p> <p>Seidler/Böhn (2008): Mediengeschichte.</p> <p>Stalder, Felix: Neun Thesen zur Remix-Kultur.</p> <p>Stegbauer, Christian (Hrsg.) (2008): Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften, VS Verlag</p> <p>Welsch, Wolfgang (2010): Ästhetisches Denken. Reclam.</p> <p>Wolfram, Gernot (2014): Der leuchtende Augenblick. Über Menschen und Orte des Lesens. Hentrich&Hentrich.</p>	

	<p>Kulturwissenschaften II</p> <p>Bhabha, Homi S. (2000): Die Verortung der Kultur. Stauffenberg.</p> <p>Breidenbach, Joana / Zukriegl, Ina (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo</p> <p>Bourdieu, Pierre (2001): Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes, Suhrkamp</p> <p>Bourdieu, Pierre (1987): Die feinen Unterschiede. : Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Suhrkamp</p> <p>Butler, Judith (2003): Das Unbehagen der Geschlechter. Suhrkamp.</p> <p>Erfurt, Jürgen (2005): Frankophonie: Sprache - Diskurs – Politik, Francke</p> <p>Hall, Stuart (2004): Ideologie, Identität, Repräsentation. Argument-Verlag.</p> <p>Hartmann, Frank (2008): Medien und Kommunikation, UTB</p> <p>Hepp, Alexander (2008): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.</p> <p>Jurt, Joseph (2008): Pierre Bourdieu, Reclam.</p> <p>Tröndle, Martin et al (2014): Is this art? An experimental study on visitors judgement's of Contemporary Art. http://cus.sagepub.com/content/early/2014/04/07/1749975513507243</p> <p>Klüger, Ruth (1996): Frauen lesen anders. Deutsche Literatur in anderer Beleuchtung, dtv</p> <p>Kumoll, Karsten (2005): „From the native's point of view"?: kulturelle Globalisierung nach Clifford Geertz und Pierre Bourdieu, transcript</p> <p>Lüsebrink, Hans-Jürgen (2012): Interkulturelle Kommunikation. B.J.Metzler</p> <p>Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB</p> <p>Marschall, Susanne / Bieberstein, Rada (2014): Indiens Kino Kulturen. Geschichte – Dramaturgie – Ästhetik, Schüren Verlag</p> <p>Mörtenböck, Peter / Mooshammer, Helge (2010): Netzwerk Kultur: Die Kunst der Verbindung in einer globalisierten Welt, Transcript</p> <p>Rose, Tricia (2008): The Hip Hop Wars, Basic Civitas Books</p> <p>Terkessidis, Mark (2010): Interkultur. Suhrkamp</p> <p>Yousefi, Hamid Reza (2014): Interkulturelle Kommunikation. Eine praxisorientierte Einführung. UVK</p> <p>Wolfram, Gernot (2013): Das verschlossene Zimmer. Von der Schwierigkeit, über die neuen Revolutionen zu sprechen. Ein interkultureller Ansatz. In: Bettermann, Erik und Grätz, Ronald (2013): Zwischen den Fronten. Grenzen neutraler Berichterstattung. Ifa-Institut in Zusammenarbeit mit Deutsche Welle Akademie. Steidl</p> <p>Journals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Journal of Cultural Sociology • International Review of the aesthetics and Sociology of Music • Theory Culture & Society <p>Angewandte Kulturwissenschaften</p> <p>Vgl. Kulturwissenschaft I, II, Kulturmanagement I, II, III</p>
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Kulturwissenschaften I</p> <p>Die Studierenden werden an kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen herangeführt und mit zentralen Paradigmen kultureller und gesellschaftlicher Entwicklungen vertraut gemacht. Sie können die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte beschreiben und zusammenfassen, Einflüsse aus der Medienentwicklung identifizieren und zeitlich verorten sowie große Themen wie „Identität“ und „Gedächtnis“ erläutern. Sie erkennen den Zusammenhang aus Kunst und Gesellschaft und können diesen rezeptionsästhetisch und kommunikationstheoretisch erklären.</p> <p>Kulturwissenschaften II</p> <p>Die Studierenden erkennen die unterschiedlichen Einflüsse auf kulturelle und soziale Repräsentationsstrukturen und können diese auf kulturmanageriale und kulturbetriebliche Zusammenhänge umlegen. Sie sind mit den Begrifflichkeiten und Ansätzen der Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu vertraut und können diese an Beispielen erläutern. Sie können Zusammenhänge der interkulturellen Kommunikation erläutern und diese sowohl für grenzüberschreitende als auch für multikulturelle Strukturen einordnen. Sie können Machtverhältnisse hinterfragen und die Ansätze der Cultural Studies beschreiben und erläutern.</p> <p>Angewandte Kulturwissenschaften</p> <p>Die Studierenden können am konkreten Beispiel Themen und Analysemöglichkeiten finden und Ergebnisse kritisch hinterfragen. Sie setzen die kulturmanagerialen und kulturwissenschaftlichen Termini ein und erläutern und begründen Zusammenhänge zwischen Kunst, Kulturbetrieb und Gesellschaft.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Kulturwissenschaften I</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>VO</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Klausur)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Kulturwissenschaft I führt in die grundlegenden Zusammenhänge kulturwissenschaftlicher Betrachtungsweisen und Forschungsschwerpunkte ein und zielt darauf ab, den Referenzrahmen für Kulturmanagement zu erweitern. Definitionen von Kultur und Implikationen von Kulturbegriffen, kulturelle Prozesse, künstlerische Produktion und Rezeption werden in kulturwissenschaftliche Paradigmen eingebettet und historisch verankert. Kulturelle Konstrukte, die Gesellschaften zur Orientierungshilfe dienen, werden in ihren Veränderungen betrachtet, wie die Vorstellungen von „Zeit“ und „Raum“. Zentrale Fragen wie jene nach der Entstehung von individuellen und kollektiven Identitäten, nach dem Zusammenhang aus „Gedächtnis“ und „Erinnerung“ und der Bedeutung des kulturellen Gedächtnisses werden nach u.a. Aleida Assmann dargestellt und diskutiert. Eine besondere Berücksichtigung erfährt die „Medialität“, der</p>

	<p>fundamentale Einfluss von Sprache und Buchdruck sowie der technologiebasierten, elektronischen und digitalen Medien auf gesellschaftliche Neuordnungen und menschliche Wahrnehmung. Schließlich wird die Beziehung zwischen Kunst und Gesellschaft im Zusammenhang mit der „ästhetischen Kultur“ als gesellschaftliches Grundmuster (nach Barry und Gail Dexter Lord) beleuchtet.</p> <p>Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kultur und Kulturbegriffsdefinitionen und historische Einordnung kulturphilosophischer Positionen - Sprache, Medien, Medienentwicklung und deren Auswirkungen auf Kunst und Gesellschaft (von der Gutenberg-Ära zur Industriellen Revolution über Kulturindustrie zu Remix Culture und Digitalen Revolution) - Kunst und Gesellschaft (nach rezeptionsästhetischen und kommunikationstheoretischen Ansätzen) - Zeit und Raum - Identität und Gedächtnis
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Kulturwissenschaften II fokussiert auf kultursoziologische Erkenntnisse, die Bedeutung von interkultureller Kommunikation und den Einfluss der Cultural Studies:</p> <p>Mit dem radikalen Perspektivenwechsel auf Alltags- und Populärkultur sowie die Hinterfragung hochkultureller Normen, forderten die Cultural Studies mit einem „interventionalistischen Verständnis“ (Oliver Marchart) neue Betrachtungsweisen in der Kulturtheorie ein: Diese betreffen die Sichtbarmachung und Einbeziehung von Minderheiten (Race, Class, Gender), die Auseinandersetzung mit Sub- und Populärkulturen sowie die wissenschaftliche Berücksichtigung von Machtkonstellationen und deren Auswirkungen auf kulturelle Ordnungen und Repräsentationen. Die Kultursoziologie hebt in diesem Zusammenhang besonders soziale Phänomene hervor: Mit den theoretischen Ansätzen von Pierre Bourdieu lässt sich die Verschränkung von kulturellen Symboliken und sozialem Handeln als Regelwerk von habitualisierten Werten und Normen beschreiben. Anhand des Kunstfelds beschrieb Bourdieu wie sich der Geschmack des Bürgertums im 19. Jahrhundert durchgesetzt hat. Soziale und kulturelle Prägungen werden als implizite Voraussetzungen gesellschaftlicher Hierarchien erkennbar. Für Kulturmanagement eröffnen diese Ansätze die theoriegestützte Auseinandersetzung mit Kulturbetrieben als neuralgische Einrichtungen, in denen soziale Anordnungen reproduziert, oder aber erneuert werden können. In der interkulturellen Kommunikation spielen sowohl habitualisierte kulturelle und soziale</p>

	<p>Prägungen, wie auch normierte Werte eine tragende Rolle. Sowohl in Zusammenhang mit den neu entstehenden Einwanderungsgesellschaften in europäischen Ländern als auch im Zuge der intensivierten Globalisierung gewinnen interkulturelle Kommunikation sowie transkulturelle Reflektion an fundamentaler Bedeutung. Politische Modelle von multikulturellem Zusammenleben, Massentourismus, Neuordnungen in der Wirtschaft und die weltweiten Migrationsbewegungen zählen zu den zentralen Einflüssen. Mit strukturgebenden Begriffen wie Kulturtransfer und Kulturexport, Multi- und Transkulturalität wird das Feld der interkulturellen Kommunikation so beleuchtet, dass die Verbindungen zu kulturbetrieblichen und kulturmanagerialen Aufgaben nachvollziehbar werden. Der institutionelle Einfluss von Global Playern wie Goethe-Institut und Frankophonie wird an Fallbeispielen verdeutlicht.</p> <p>Kultursoziologie, interkulturelle Kommunikation und Ansätze der Culture Studies ergänzen sich in ihren Theorien, um den aktuellen Herausforderungen von Kulturbetrieben in ihrer gesellschaftlichen Bedingtheit zu begegnen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Kulturwissenschaften
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>Angewandte Kulturwissenschaft bietet die Möglichkeit, Erkenntnisse und Wissen aus Kulturwissenschaft I und II sowie aus Kulturmanagement I und II zusammenzufügen und im praxisbezogenen Kontext zu analysieren. Dazu eignen sich unterschiedliche Formen und Umsetzungsmöglichkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aufbereitete Exkursion zu einem Kulturbetrieb inkl. Führungen und Gesprächen mit AbteilungsleiterInnen – Vergleichende Ausstellungsanalysen über einen längeren Zeitraum (im Unterschied zu einer kompakten Exkursion) – Festivalbesuch mit anschließender Programmanalyse und kritische Einpassung in kulturmanageriale sowie kulturwissenschaftliche Kontexte – Gastvorträge von KünstlerInnen, KuratorInnen, KulturpolitikerInnen und/oder KulturmanagerInnen mit moderiertem Plenum – Gemeinsame vergleichende Analyse zweier Städte/Regionen anhand ihrer Kulturangebote – Gemeinsame Analyse eines Kunstwerks auf ästhetische Codes, thematische Zusammenhänge, Verbreitungs- und Wirkungsgeschichte – Gemeinsame Analyse interkultureller Zusammenhänge in einer Region <p>Die Lehrveranstaltung soll Möglichkeit zur Vertiefung und Anwendung bieten und die Prozesshaftigkeit kulturwissenschaftlichen Wissenserwerbs unterstützen.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KUM	Kulturmanagement	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Kulturmanagement I</p> <p>Bunz, Mercedes (2012): Die stille Revolution. Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen. Suhrkamp</p> <p>departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh (Hrsg.); Fritz, Martin; Dögl, Christian (2008): White Paper, focus Kunst – Handlungsfelder und Verwertungsstrategien, Wien; Download: http://www.departure.at/jart/prj3/departure_web/data/uploads/webseite_downloads/2011/white_papers/whitepaper_kunst.pdf</p> <p>Dokalik, Dietmar (2010): Musik-Urheberrecht für Komponisten, Musiker, Produzenten und Musikknutzer. Extraplatte</p> <p>Elfert, Jennifer (2009): Theaterfestivals: Geschichte und Kritik eines kulturellen Organisationsmodells, Bielefeld: Transcript</p> <p>Glogner-Pilz (2010): Das Kulturpublikum. VS Verlag.</p> <p>Hausmann, Andrea (2011): Kunst und Kulturmanagement. Springer Verlag</p> <p>Heinrichs, W. (1999): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus</p> <p>Heinrichs, Werner (2006): Der Kulturbetrieb.</p> <p>Henze, Raphaela (2013): Kunst und Management. Eine Annäherung. Springer</p> <p>Höhne, Steffen (2009): Kunst- und Kulturmanagement. Eine Einführung. Fink Verlag</p> <p>Hünnekens, Annette (2011): Expanded Museum: kulturelle Erinnerung und virtuelle Realität. Transcript.</p> <p>Kennedy: The spectator and the spectacle: audiences in modernity and postmodernity. Cambridge University Press</p> <p>Klein, Armin (2007): Der exzellente Kulturbetrieb. Springer Verlag.</p> <p>Korinek, Karl (2004) (Hrsg.): Kulturrecht im Überblick. Facultas Verlags GmbH</p> <p>Limper, Josef / Lücke, Martin (2013): Management in der Musikwirtschaft. Kohlhammer Edition Kreativwirtschaft</p> <p>Lüddemann, Stefan (2010): Kultur. Eine Einführung. Springer Verlag.</p> <p>Pomian, Krystoff (1998): Vom Ursprung des Museums: vom Sammeln. Wagenbach.</p> <p>Röper, Henning (2001): Handbuch Theatermanagement. Böhlau</p> <p>Schenk, Imbert (2010): Film- Kino- Zuschauer: Filmrezeption. Schüren.</p>	

	<p>Schmid, Karlheinz (2007): Unternehmen Galerie. Schmid Verlag.</p> <p>Schneider, Wolfgang (2013): Theater entwickeln und planen: kulturpolitische Konzeptionen zur Reform der Darstellenden Künste.</p> <p>Schulze, Gerhard (2008): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Campus Verlag.</p> <p>Schoer, Hein (2014): The sounding museum box of treasures. Transcript.</p> <p>Teissl, Verena (2013): Kulturveranstaltung Festival. Formate, Entstehung und Potenziale. Transcript.</p> <p>Tschmuck, Peter (2003): Kreativität und Innovation in der Musikindustrie. Studienverlag</p> <p>Tschmuck, Peter (2008): Die ausgegliederte Muse: Budgetausgliederungen von Kulturinstitutionen in Österreich seit 1992. Studienverlag.</p> <p>Walz, Markus: Handbuch Museum. Geschichte, Aufgaben, Perspektiven</p> <p>Zembylas, Tasos (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. VS Verlag.</p> <p>Webjournale: http://www.on-curating.org/ http://www.kulturmanagement.net/ http://www.kulturenfokus.de/</p> <p>Kulturmanagement II</p> <p>Anzinger, Kathrin / Philipp, Thomas (2011): Der neue Kulturentwicklungsplan für die Stadt Linz, PDF http://kep.public1.linz.at/wp-content/uploads/2011/11/KEP_neu_Langfassung_Grunlagenpapier.pdf</p> <p>Birnkrant, Gesa (2011): Evaluation im Kulturbetrieb. VS Verlag</p> <p>Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2006): Kulturwirtschaft, Bonn</p> <p>Buyser, Kristof et al (2012): A Framework for European Crowdfunding. http://evpa.eu.com/wp-content/uploads/2010/11/European_Crowdfunding_Framework_Oct_2012.pdf</p> <p>Föhl, Patrick S. (2011): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik: ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven, VS Verlag.</p> <p>Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung, VS Verlag</p> <p>Hanika, Karin (Hrsg.) (2003): Kulturelle Globalisierung und regionale Identität: Beiträge zum kulturpolitischen Diskurs; Dokumentation des Kulturpolitischen Kongresses vom 5. Bis 7. September 2002 in Ludwigsburg.</p> <p>Heimo, Konrad (2011): Kulturpolitik: Eine interdisziplinäre Einführung. Facultas.</p> <p>Heinze, T. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager, Westdeutscher Verlag</p> <p>Kohl, Monika (2007): Corporate Cultural Responsibility. Das kulturelle Engagement österreichischer Unternehmen, in: SWS-Rundschau (47. Jg.) Heft 3 / 2007, 343-362</p> <p>Knapp, Marion (2005): Österreichische Kulturpolitik und das Bild der Kulturnation: Kontinuität und Diskontinuität in der Kulturpolitik des</p>
--	--

	<p>Bundes seit 1944. Lang Verlag</p> <p>Martin Lücke (2014): Crowdfunding: Neue Finanzierungsform für kulturelle Projekte oder kurzer Hype? In: Steffen Höhne, Martin Tröndle (Hrsg.): Zeitschrift für Kulturmanagement: Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft</p> <p>Rögl, Heinz (1998): Kultur-Politik: Kulturverwaltung in Österreich, Wien: Österreichische Kulturdokumentation, Internationales Archiv für Kulturanalysen.</p> <p>Scheytt, Oliver (2008): Kulturstaat Deutschland: Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik. Transcript.</p> <p>Schindler, Jörg Michael: Kulturpolitik und Recht 3.0: von der Kulturverträglichkeitsprüfung zur kulturbezogenen Folgeschätzung. ARCult Media.</p> <p>Schneider, Wolfgang: Ein Report: Porträts und Gespräche zur Kulturpolitik. Transcript.</p> <p>Schelepa, Susanne et al (2008): Zur sozialen Lage der Künstler und Künstlerinnen in Österreich, L&R Sozialforschung</p> <p>Teissl, Verena (2012): „Macht Geld die Welt rund? Betrachtungen zum kuratorischen und ökonomischen Prinzip in der europäischen Kulturarbeit“, in Wolfram, Gernot (Hrsg.): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript, S. 71-89</p> <p>Vakianis, Artemis (2008): Duales Controlling am Beispiel des Kulturbetriebes "Theater". Studienverlag.</p> <p>Vakianis, Artemis (2012): „Kooperationen als wichtige Überlebensstrategie und zentrale Arbeitsstruktur für Festivals am Beispiel des ‚steirischen herbst‘“, in: Wolfram, Gernot (Hrsg.): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript, S. 155-169.</p> <p>Wimmer, Michael (2011): Kultur und Demokratie. Studienverlag.</p> <p>Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2012): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript.</p> <p>Zauner, Alfred (2003): Über Solidarität zu Wissen. Ein systemtheoretischer Zugang zu Nonprofit-Organisationen, in: BADEL, Christoph et al (Hrsg.) (2007): Handbuch der Nonprofit-Organisation, S. 141-164.</p> <p>Zembylas, Tasos / Alton, Juliane (2011): Evaluierung der Kulturförderung der Stadt Graz, Endbericht, PDF-Download unter http://personal.mdw.ac.at/zembylas/Texte/Studie_Evaluierung_der_Kulturfoerderung_in_Graz.pdf,</p> <p>Zembylas, Tasos (Hrsg.) (2000): Kunst und Politik. Kunstfreiheit. Geschlechtersymmetrie. Innsbruck/Wien: StudienVerlag.</p> <p>Zelizer, Viviana (1995): The social meaning of money. Basic Books.</p> <p>Kulturmanagement III</p> <p>Ackermann, Felix (2013): Partizipative Erinnerungsräume. Dialogische Wissensbildung in Museen und Ausstellungen</p> <p>Bamford, Anne (2006, dt. 2010): Der Wow-Faktor: eine weltweite Analyse der Qualität künstlerischer Bildung, Münster: Waxmann.</p> <p>Besand, Anja (Hrsg.) (2012): Politik trifft Kunst. Zum Verhältnis von politischer und kultureller Bildung</p> <p>Ehrmayer, Cornelia (2002): Kulturvermittlung und Partizipation. Bewertung von fünf Kulturvermittlungsprojekten unter dem Aspekt der Partizipation im Auftrag des Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Wien: BMUKK</p> <p>Früchtl, Josef (2001): Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines</p>
--	--

	<p>künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens. Suhrkamp.</p> <p>Hofmann, Anna (2013): Kino erleben und begreifen: Filmanalyse mit Kindern und Jugendlichen. Facultas.</p> <p>Hoffman, Hilmar (1979): Kultur für alle.</p> <p>Kawashima, Nobuko (2000): Beyond the Division of Attenders vs. Non-attenders: a study into audience development in policy and practice, University of Warwick.</p> <p>Klein, Naomi (2005): No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht – Ein Spiel mit wenigen Gewinnern und vielen Verlierern.</p> <p>Mandel, Birgit (2005): Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing: Eine Profession mit Zukunft. Bielefeld, Transcript</p> <p>Mandel, Birgit (Hrsg.) (2008): Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung. Kopaed</p> <p>Mandel, Birgit (20092): PR für Kunst und Kultur. Transcript.</p> <p>Mandel, Birgit (2013): Interkulturelles Audience Development. Transcript</p> <p>Mieke, Bal: Sagen, zeigen, Prahlen</p> <p>Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen, in: dies., Kunstvermittlung 2, Berlin/Zürich: diaphanes, S. 9-33.</p> <p>Muttenthaler, Roswitha / Wonisch, Regina (2006): Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen. Transcript.</p> <p>Gudrun Quenzel (2005): Konstruktionen von Europa. Die europäische Identität und die Kulturpolitik der Europäischen Union, Transcript</p> <p>Reijndas, Stijn (2011): Places of the imagination: media, tourism, culture, Ashgate</p> <p>Sandell R: Museums, Equality and Social Justice (2012) Taylor and Francis</p> <p>Spiller, Ralf (2010): Kultur 2.0: Neue Web-Strategien für das Kulturmanagement im Zeitalter von Social Media.</p> <p>Steinecke, Albrecht (2007): Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven. Oldenburg Verlag.</p> <p>Thiem, Marion (1994): Tourismus und kulturelle Identität. Die Bedeutung des Tourismus für die Kultur touristischer Ziel- und Quellgebiete. Bern und Hamburg 1994: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern</p> <p>Wallnöfer, Elsbeth (2011): Geraubte Tradition: Warum die Nazis unsere Kultur verfälscht haben. St. Ulrich.</p>
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Kulturmanagement I</p> <p>Die Grundlagenvorlesung Kulturmanagement I konzentriert sich darauf, die Studierenden auf die aufbauenden Module im Studium vorzubereiten. Die Studierenden erwerben eingehende und grundlegende Kenntnisse zum Kulturbetrieb, seinen Begrifflichkeiten, Strukturen und Rahmenbedingungen sowie seiner gesellschaftlichen Verankerung. Sie können diese Zusammenhänge beschreiben und Funktionsweisen, Aufgaben sowie aktuelle Herausforderungen und neue Tendenzen des Kulturbetriebs darstellen und durch Beispiele erläutern. Dem erworbenen Wissen können die Studierenden weiter die Bedeutung der nachfolgenden Module Kulturmanagement II und III entnehmen.</p> <p>Kulturmanagement II</p> <p>Die Studierenden kennen die Zusammenhänge von Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung und Sponsoring, können diese in ihren Grundsätzen unterscheiden und in ihrem jeweiligen Grundzusammenhang darstellen. Sie können die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen erläutern und an Beispielen veranschaulichen. Sie kennen neue Formate wie Crowdfunding und intensivierte Kooperationen in ihren Grundzügen und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen zu diskutieren und argumentieren.</p> <p>Kulturmanagement III</p> <p>In Kulturmanagement III werden die Ansätze, Potenziale und Wirkungsbereiche von Kulturvermittlung erläutert, die Studierenden können die unterschiedlichen Ansätze einordnen und an Beispielen erläutern. Sie erlangen die Fähigkeit kritischer Gegenüberstellung kulturvermittlerischer Ansätze und ihrer Wirkung auf Publika sowie ihrer Rückwirkung auf Kulturbetriebe. Sie können zwischen allgemeinen Marketinghandlungen und den besonderen Anforderungen im Kulturbetrieb unterscheiden sowie die kulturmanageriale Perspektive auf interkulturelle und soziale Beziehungen identifizieren. Sie wissen um die konzeptionelle Bedeutung von Kulturvermittlung und die Diskurstiftung von PR und können diese zum Einsatz bringen.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Kulturmanagement I</p>
<p>Umfang</p>	<p>3 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>ILV</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Klausur)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>In Kulturmanagement I steht als Grundlage für Kulturmanagement II und III der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Um die Strukturen des Kulturbetriebs zu verstehen, werden die Zusammenhänge im Kunst-, Musik-, Theater, Literatur-, Film- und Festivalbetrieb exemplarisch dargestellt: Dies umfasst das Zusammenwirken von produzierenden, vermittelnden, verwertenden</p>

	<p>und bewahrenden Institutionen, die Bedeutung von Trägerschaftsstrukturen (öffentlich-rechtliche, privatrechtlich-gemeinnützige, privatrechtlich-kommerzielle, privatwirtschaftliche, u.a.); Aufgabenbereiche im Kulturbetrieb (Intendanz, Kuratoren, kreative und darstellende KünstlerInnen, ...), die Rolle von Interessensvertretungen, rechtliche Besonderheiten (Urheberrechtsregelungen; Arbeitsrecht) sowie Bezüge zum Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik.</p> <p>Der historischen Verankerung kommt insbesondere durch die Veränderungen von Angebots- und Publikumsstrukturen seit den 1970er Jahren eine bedeutsame Rolle zu: Eine hohe Anzahl traditioneller Kulturinstitutionen ging mit der Emanzipation des (Bildungs)Bürgertums im 18. und 19. Jahrhundert einher, während sich seit den 1970er Jahren gesellschaftliche Wandlungsprozesse in der Ausgestaltung von kulturellen Angeboten und seiner Wahrnehmung durch das Publikum abbilden. Diese relativ kurze Zeit tiefgehender Veränderungen hat den Kulturbetrieb vor neue Aufgaben gestellt, die mittels kulturmanagerialer Strategien bewältigt werden sollen.</p> <p>Die Grundaufgaben des Kulturbetriebs nach Werner Heinrichs (Initiieren, Produzieren, Vermitteln und Bewahren) erfahren vertiefte Bedeutung und Reflexion vor spezifischen Wirkungsbereichen und Angebotsformaten des Kulturbetriebs. Dabei werden in Erweiterung zu Heinrichs nicht nur die klassischen, sondern auch die neuen Formate berücksichtigt: Formen von soziokultureller Kultur, Kulturinitiativen, virtuelle Angebote, Netzwerke und Netzwerkkulturen. Mechanismen wie Gatekeeping werden reflektiert, das kulturbetriebliche Potenzial, Seh-, Hör- und Erlebensgewohnheiten im Rahmen der Aufgaben von Kulturbetrieben kontextualisiert und aktuelle interdisziplinäre Trends hin zu einem entgrenzten Kulturverständnis diskutiert.</p> <p>Die Entstehung von Kulturmanagement und seine Beziehung zum Kulturbetrieb werden abschließend dargestellt. Kulturmanagement I schließt mit einem Ausblick auf die Bedeutung von Kulturfinanzierung (Kulturmanagement II) und Kulturvermittlung bzw. -marketing (Kulturmanagement III): Vor dem Hintergrund demographischer, lebensstilorientierter und technologiebasierter Veränderungen rücken kulturelle Produktion, Verbreitung und Erfahrung für Erhalt und Neuerung in den Mittelpunkt von Kulturmanagement.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturmanagement II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Zahlreiche gesellschaftliche und kulturpolitische Veränderungen kennzeichnen Kulturfinanzierung als jenes zentrale Aufgabenfeld, das kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts der Stagnation öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit und Angebotsdichte zählt Kulturfinanzierung zu den zentralen Kompetenzen innerhalb des Kulturmanagements einerseits. Andererseits bieten neue Formen wie Crowdfunding, intensivierete nationale und internationale Kooperationen sowie Vernetzungsstrukturen neue Herausforderungen in rechtlicher, konzeptueller und vermittlerischer Hinsicht.</p> <p>Grundsätzlich lässt sich Kulturfinanzierung auf zwei Ebenen betrachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und Know-how von Finanzierungakquise und Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen, Verfahrensstandards und Kulturentwicklungspläne der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring in Form einer Partnerschaftsgestaltung als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Die besondere Herausforderung von Sponsoren-Finanzierung liegt in der reflektierten Auswahl möglicher Sponsoren, in der Schaffung adäquater Gegenleistungen und der darin begründeten nachhaltigen Partnerschaftsgestaltung auf Augenhöhe. - Auf der ideellen und ideologischen Ebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft erfordert a) eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme und die Rückkoppelungen auf den Kulturbetrieb und b) das Verstehen der Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb. <p>Schließlich sind neu entstehende Finanzierungsmodelle (z.B. Crowdfunding, internationale Kooperationen) Gegenstand von Kulturmanagement II.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Kulturmanagement III</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>3. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>VO</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Setzt Kulturfinanzierung bei der kulturellen Produktion und ihren aktuellen Herausforderungen an, so sind Verbreitung und Vermittlung jene zentralen Handlungsfelder im Kulturmanagement, denen im besonderen Maße kultursoziologische und diskurstiftende Ansprüche erwachsen. Seit den 1990er Jahren erfahren unterschiedliche Facetten von Kulturvermittlung sowie eine branchengerechte Gestaltung von Marketing erhöhte Aufmerksamkeit. Diese leitet sich aus mehreren Umständen ab:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vor der Dichte kultureller Angebote rückt die

	<p>Aufmerksamkeitsökonomie in den Mittelpunkt, um Publika zu erreichen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veränderungen in der Demographie verändern Publika - Technologische Entwicklungen verändern kulturelles Nutzerverhalten und Erleben - Das von der UNESCO propagierte und in der Kulturpolitik im deutschsprachigen Raum formulierte Gebot der kulturellen Teilhabe und Vielfalt sind in ihrer Umsetzung erst in Entwicklung <p>Kulturvermittlung etabliert sich seit den 1980er Jahren in diversen Ausgestaltungen: Kulturpädagogik, kulturelle Bildung, Kunstvermittlung, Partizipation, interkulturelle Vermittlung, Kulturnutzung und Audience Development. Von der Anregung zu künstlerischer Betätigung für Laien im Sinne einer Persönlichkeitsentwicklung über Übersetzungsleistungen von künstlerischen Gütern bis zu strategischen Entwürfen, um Kunst und Kultur zu entgrenzen – durch besondere Konzepte, Öffnungszeiten, Orte – stellt Kulturvermittlung ein umfassendes kulturmanageriales Praxis- und Theoriefeld dar. Den kritischen typologischen Ansätzen von Carmen Mörsch folgend, spiegeln die unterschiedlichen kulturvermittlerischen Methoden und Ansätze der Kulturbetrieben enge und weite Möglichkeiten, um Kulturbetriebe durch Miteinbeziehung von Publika weiter zu entwickeln und institutionelle Wandlungsprozesse zu ermöglichen.</p> <p>Kulturmarketing ist nach Birgit Mandel ein Teilaspekt von Kulturvermittlung. Diese Sichtweise unterstreicht die Bedeutung von PR- und Presse-Strategien für Kulturbetriebe, um a) dialogische Beziehungen mit Publika und Öffentlichkeit zu etablieren und b) im Sinne künstlerischer Anliegen Diskursstiftung zu ermöglichen. Kunst und Kultur verhandeln Emotionen, sind Kraftfelder von Werten und symbolischen Repräsentationen – und damit auch von Wertewandel und Neuordnungen von Repräsentation. Darin liegen die Besonderheiten von Kulturmarketing, das sich zum einen klassische Marketingstrategien zu Nutze macht, zum anderen darüber hinaus reicht, um seinem Gegenstand gerecht zu werden: Künstlerische Güter für kulturelle Prozesse fruchtbar zu machen und Zugänglichkeit bei Publika zu schaffen.</p> <p>Die neue Bedeutung von Kulturtourismus, die seit den 1990er Jahren auch im Kulturmanagement eine tragende Rolle spielt, wird als Angebotsfeld interkultureller Begegnungen und darin auch als Kulturvermittlung berücksichtigt.</p> <p>Aufbau und Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausgewählte Ansätze von Kulturvermittlung, deren Bedeutung für Angebotskonzepte sowie die Weiterentwicklung von Kulturbetrieben, unter besonderer Berücksichtigung des angelsächsischen Audience Development - Besonderheiten Kulturmarketing und Stellenwert von diskursstiftender Öffentlichkeitsarbeit (inkl. Social Media und klassischer Pressearbeit) - Kulturtourismus aus kulturmanagerialer, wirkungsorientierter Perspektive
--	--

	- Partizipation als Methode
--	-----------------------------

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
VER	Veranstaltungsmanagement & Recht	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Veranstaltungsmanagement</p> <p>Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited</p> <p>Bodwin, Glenn e.a. (2011): Events Management. Butterworth-Heinemann</p> <p>Nickel, O. (2007): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele. Vahlen</p> <p>Nufer, G. (2007): Eventmarketing und -Management: Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. Dt. Univ.-Verl.</p> <p>Einführung Recht</p> <p>Vögl, Klaus Christian (2012): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht. Lexis Nexis</p> <p>Vögl, Klaus Christian (2013): Veranstaltungen von A-Z. LexisNexis</p> <p>Koziol, H. / Welser, R. (2006): Grundriss des bürgerlichen Rechts I, Wien.</p> <p>Koziol, H. / Welser, R. (2007): Grundriss des bürgerlichen Rechts II, Wien</p> <p>Barta, H.: Zivilrecht. Einführung und Grundriss. (online).</p> <p>Bydlinski, P.(2010): Bürgerliches Recht I Allgemeiner Teil, Wien.</p> <p>Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Veranstaltungsmanagement</p> <p>Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation, einschließlich der juristischen und technischen Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie beherrschen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzepte erstellen. Sie beherrschen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. Die Studierenden berücksichtigen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden.</p> <p>Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen bedeutsamen Fachkräfte auswählen.</p> <p>Die Studierenden reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vornehmen sollen. Dabei gewinnen sie ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events.</p> <p>Einführung Recht</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter den entsprechenden Bestimmungen zu subsumieren. Sie können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. Die Studierenden kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns. Es werden gesellschaftsrechtliche Normen sowie relevante Veranstaltungsgesetze vermittelt und anhand von Beispielfällen analysiert, eingeordnet und juristisch interpretiert.</p>
-----------------	--

Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsmanagement
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet.</p> <p>Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt.</p> <p>Die Phasen der Eventorganisation und –konzeption werden gezeigt.</p> <p>Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt.</p> <p>Konzepte für Business-events werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung Recht
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Das Fach Einführung Recht ermöglicht die Auseinandersetzung mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken.</p> <p>Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privaten Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen.</p> <p>Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung.</p> <p>Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutz, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
INT	International Arts & Sports Management & Area Studies	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Area Studies (E)</p> <p>Aitchison, J. (2003): How Asia advertises: the most successful campaigns in Asia Pacific and the marketing strategies behind them. New York.</p> <p>Barthel, G. (Hrsg.) (1994): Lexikon arabischer Welt: Kultur, Lebensweise, Wirtschaft, Politik und Natur im Nahen Osten und Nordafrika. Wiesbaden.</p> <p>Berger, A.A. (2004): Ads, fads, and consumer culture: advertising's impact on American character and society. Lanham.</p> <p>Duncan, R. (2002): Contemporary America. Basingstoke.</p> <p>Feenstra, R. (2004): Advanced International Trade ? Theory and Evidence. Princeton, Oxford.</p> <p>Ghosh, A.R., Gulde, A.-M., Wolf, H.C. (2003): Exchange Rate Regimes. Choices and Consequences. Cambridge.</p> <p>Halm, H. (Hrsg.) (2001): Geschichte der arabischen Welt. 4. Aufl., München.</p> <p>Heimann, S. (2004): Das politische System der Volksrepublik China. 2. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Hourani, A.H. (1996): Die Geschichte der arabischen Völker. Frankfurt.</p> <p>Hunter, A., Sexton, J. (1999): Contemporary China. Basingstoke.</p> <p>Hutchings, G. (2001): Modern China: a compaignion to a rising power. London.</p> <p>Krugman, P. (2003): The great unravelling: from boom to bust in three scandalous years. London et al.</p> <p>Maddison, A. (Hrsg.) (2002): The Asian economies in the twentieth century. Cheltenham.</p> <p>Obstfeld, M., Rogoff, K. (1996): Foundations of International Macroeconomics. Cambridge.</p> <p>Peng, S. (2003): Culture and Conflict Management in Foreign-invested Enterprises in China: an intercultural communication perspective. Bern et al.</p> <p>Prätorius, R. (2003): In God we trust: Religion und Politik in den USA. München.</p> <p>Reiter, F. (2002): Religionen in China: Geschichte, Alltag, Kultur. München.</p> <p>Rivera Batiz, L.A., Oliva, M.-A. (2003): International Trade ? Theory, Strategies and Evidence. Oxford.</p>	

	<p>Scharping, T. (2003): Birth Control in China, 1949-2000: population policy and demographic development. London et al.</p> <p>Schmidt-Glitzner, H. (2001): Das neue China: von den Opiumkriegen bis heute. 2. Aufl., München.</p> <p>Schreiner, K. (Hrsg.) (2001): Islam in Asien. Bad Honnef.</p> <p>Singh, R. (2003): American Government and Politics: a concise introduction. London et al.</p> <p>Staiger, B. (Hrsg.) (2003): Das große China-Lexikon: Geschichte, Geographie, Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Bildung, Wissenschaft, Kultur. Darmstadt.</p> <p>Staiger, B. (Hrsg.) (2000): Länderbericht China: Geschichte ? Politik ? Wirtschaft ? Gesellschaft ? Kultur. Darmstadt.</p> <p>Theisen, M. (2002): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Form. 11. Aufl., München.</p> <p>Tibi, B. (1996): Das arabische Staatensystem: ein regionales Subsystem der Weltpolitik. Mannheim et al.</p> <p>Voudsen, N. (1990): The Economics of Trade Protection. Cambridge.</p> <p>Warner, M. (2003): Culture and Management in Asia. London.</p> <p>Weggel, O. (1989): Die Asiaten. München.</p> <p>International Arts Management (E)</p> <p>Borwick, Doug (2012): Building Communities, not audiences. ArtsEngaged</p> <p>Hal, Marieke van et al (ed.) (2010): The biennial reader.</p> <p>Feld, Brad (2012): Start Up Communities. Wiley and Sons</p> <p>Föhl, Patrick & Wolfram, Gernot (2014): Masters of Interspaces. Goethe-Institut</p> <p>Goldsmith, Stephen & Eggers, William D. (2004): Governing by network. The new shape of the public sector. Brookings Institution Press</p> <p>Henze, Raphaela / Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2013): Exporting Culture, VS Verlag</p> <p>Enwezor, Okwui: Mega Exhibitions and The Antinomies of a Transnational Global Form, Wilhem Fink Verlag</p> <p>Teissl, Verena (2013): „How and Why Film Festivals Contributed and Contribute to the Reception of the Latin American Film“, in: Maurer Queipo, Isabel (Hrsg.): Directory of World Cinema: Latin America. Bristol/Chicago: Intellect publishing, P. 20-27</p> <p>Schindhelm, Michael (2014): Lavapolis. Matthes & Seitz</p> <p>Shils, Edward (2001): Towards a General Theory of Action. Transaction Publ</p> <p>Shifman, Limor (2013): Memes in Digital Culture. MiT</p> <p>Hal, Marieke van et al (ed.) (2010): The biennial reader.</p> <p>Henze, Raphaela / Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2013): Exporting Culture, VS Verlag</p> <p>Enwezor, Okwui: Mega Exhibitions and The Antinomies of a Transnational Global Form, Wilhem Fink Verlag</p> <p>Teissl, Verena (2013): „How and Why Film Festivals Contributed and Contribute to the Reception of the Latin American Film“, in: Maurer Queipo, Isabel (Hrsg.): Directory of World Cinema: Latin America. Bristol/Chicago: Intellect publishing, P. 20-27</p> <p>Valck, Marijke de (2007): Filmfestivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia: University Press of Amsterdam</p>
--	--

	<p>Journals: Cultural Policy Intl Journal of Arts Management</p> <p>Networks: http://www.ifacca.org/acorns/</p> <p>International Sports Management (E)</p> <p>Chappelet, J.-L. & Kübler-Mabbott, B. (2008). The International Olympic Committee and the Olympic System: The Governance of World Sport. London, New York: Routledge.</p> <p>Desbordes, M. & Richelieu, A. (2014). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice. London: New York: Routledge.</p> <p>Giulianotti, R. & Robertson, R. (2007). Globalization and Sport. Chichester: Wiley-Blackwell.</p> <p>Holt, R. & Ruta, D. (2014). Routledge Handbook of Sport and Legacy: Meeting the Challenge of Major Sports Events. London, New York: Routledge.</p> <p>Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G. (Eds.) (2012). International Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics.</p>
Kompetenzerwerb	<p>Area Studies (E)</p> <p>Die Studierenden erwerben im Auslandssemester ein Verständnis über die potenziellen interkulturellen Herausforderungen. Sie haben einen klaren Blick auf die zur Auswahl stehenden Partnerhochschulen, deren Kompetenzprofile sowie die besonderen kulturellen Perspektiven der Destinationen.</p> <p>International Arts Management (E)</p> <p>Students can distinguish levels of internationalization and their respective challenges within the concepts of Globalization and Glocalization and also in their historical development. They are able to differ between European challenges and worldwide phenomenons and they gain sensibility for North-South-relations and cultural dominance. They know the basic terms such as "Cultural Transfer" and they realize the worldwide pluralism of aesthetic practice. They understand the involvement of governmental institutions and policies as well as of self-determined umbrella organizations and non-governmental art institutions. They can discuss the necessary skills and competences for international projects.</p> <p>International Sports Management (E)</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis von internationalen Strukturen des Sports (insbesondere des Olympischen Systems), der sportbezogenen Globalisierung und der nationalen Sportsstrukturen anderer Länder in vergleichender Perspektive. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die</p>

	korrespondierenden empirischen Befunde) der Global Governance im Sport, der sportbezogenen Globalisierung und der vergleichenden Sportsystemanalyse verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Area Studies (E)
Umfang	1 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	In diesem Seminar setzen sich die Studierenden als Vorbereitung auf das verpflichtende Auslandssemester mit den interkulturellen Besonderheiten der Kontinente und Subkontinente auseinander.
Titel der Lehrveranstaltung	International Arts Management (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>On an international level, both terms of "Arts Management" and "Cultural Management" are linked to the purpose of achieving aesthetic or artistic goals. The meaning of "international" has been object of several changes in the German Speaking countries: After the Second World war, "international" was mainly reduced to the USA and Europe. Postcolonial Studies, Cultural Studies and, recently, Festival Studies have advanced the concept of "international" to a global level, considering, for example, North-South-Relations and communities of low acceptance by the dominating countries. Examinations of "international programs" in European cultural enterprises still echo a preference of occidental art-forms, on their behalf, the US-American Cultural Industries have developed a strong presence on global markets. This situation is the starting point to analyze the importance of international arts management and the institutions involved with cross-border arts management.</p> <p>International Arts Management focuses on dynamic processes such as cultural transfer and mutual impacts of worldwide aesthetic practices. The seminar connects developments of internationalization to institutional frameworks and cultural policies. Skills and competences for working within the international arts market are as well considered as differences in organizational policies and approaches in the international context.</p> <p>Key aspects:</p> <ul style="list-style-type: none"> • the concept of ECoC and its impact on European identities beyond cultural tourism • the impact of "world cultures" on the European identity • arts institutions that serve as worldwide platforms for cultural transfer and international exchanges such as festivals; umbrella

	<p>organizations and real time Networks – the advance of the digital age and its impact on international arts and cultural collaboration (digital community building, Glocalization)</p> <ul style="list-style-type: none"> • cross-border funding institutions, programs like artist in residency, international collaboration in creative practice, cross-border regulations and IP strategies • Cultural policy strategies, impacts and outcomes in the international arena • international trends of emerging cultures, strong consideration of the “peripheries”
Titel der Lehrveranstaltung	International Sports Management (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Die Konzepte, Theorien und Befunde der Globalisierungsforschung, der Global Governance-Forschung und der vergleichenden Systemforschung werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an internationalen Strukturen und Prozessen erfahren die Studierenden die Wechselwirkungen zwischen nationaler und internationaler Ebene im Sport.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EVE	Events	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Place & Mobile Events (E)</p> <p>Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited</p> <p>Destination Management (E)</p> <p>BIEGER, Thomas (2008): Management von Destinationen. 7. unveränderte Auflage. Ouldenboug Wissenschaftsverlag, München.</p> <p>MUELLER, Hansruedi (2005): Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Bern.</p> <p>Literatur auf der Lernplattform</p> <p>KOCH, Klaus-Dieter (2013): 10 Thesen zur Zukunft des alpinen Destinationsmanagements.</p> <p>KOCH, Klaus-Dieter (2011): Schluss mit der Bettenzählerei. Die Zukunft des Wintertourismus liegt in der Wertschöpfung. Veröffentlichter Aufsatz. Quelle: www.brand-trust.de</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Place & Mobile Events (E)</p> <p>Die Studierenden kennen Mega-Events aus Sport und Kultur und deren ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte. Sie verstehen die jeweiligen positiven und negativen Effekte von Place & Mobile Events für eine Destination.</p> <p>Destination Management (E)</p> <p>Die Studierenden verstehen die besonderen Herausforderungen an Destinationsmanagement in Orten, Regionen, Bundesländern oder Staaten. Sie haben ein Verständnis über die einzubauenden Stakeholder, die Bedeutung von Positionierung und strategischem Marketing. Weiters kennen sie die wesentlichen Tools der operativen Umsetzung.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Place & Mobile Events (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Überblick über Großveranstaltungen in Sport, Kultur und Wirtschaft Besonderheiten des Eventmanagements, Schwerpunkt Planungs-, Vorbereitungs- und Umsetzungsphase Ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte Auswirkungen auf die Infrastruktur
Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Neue Strategien des Destination Managements und Destination Brandings am Beispiel verschiedener nationaler wie internationaler Branding-Strategien Infrastrukturelle Investitionen als zentrale Impulse für das DM (Beispiele aus nationalen und internationalen Destinationen, z.B. Wien, Linz, Erl, München, Berlin, Eisenhüttenstadt, Mantua, Molde, New York, Sydney) Politische Implikationen des DM (Regionenentwicklung, Förderale Stakeholder vs. nationale Stakeholder, Einfluss von Verbänden, Stiftungen, lokalen Vereinen) Europapolitische Einflüsse auf das DM in europäischen Ländern (Standardisierung, Qualitätsmanagement, Kommunikationsmanagement) „Symbolisches Kapital“ im Destination Branding (Theorietransfer nach P. Bourdieu) E-Marketingstrategien

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EVT	Eventtechnik, Eventinszenierung & Konzeptwerkstatt / Creative Lab	6 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Konzeptwerkstatt / Creative Lab (E)</p> <p>Steirer, Wolfgang / Moser, Susanne / Matt, Gerald (2004): Kulturmanagement leicht gemacht: der kurze Weg zum Profi, Neuer Wissenschafts Verlag</p> <p>Homepages der Gebietskörperschaften, der EU und des CulturalContactPoint</p> <p>Eventinszenierung</p> <p>Bischof: Event-Marketing, 2008, Cornelsen Verlag Blättler, Gassert, Parikka-Hug, Ronsdorf: Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung, 2010, transcript Verlag Creative Commons Attribution: Wikipedia, 2011 Fuchs: Warum das Gehirn Geschichten liebt, 2009, Haufe Verlag Geißlinger: Die Imagination der Wirklichkeit, 1992, Campus Verlag Geißlinger: Überfälle auf die Wirklichkeit, 1999, Carl-Auer Verlag Geißlinger/Raab: Strategische Inszenierung, 2007, Carl-Auer Verlag Latzner (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation, 1999, Studienverlag Miller: Digital Storytelling, 2008, Focal Press Verlag Mikunda: Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung, 2005, Redline Verlag Philippi: 30 Minuten für Veranstaltungs-Dramaturgie, 2003, Gabal Verlag Rössler: Massenphänomen Online-Sport-Events: Am Beispiel der Ski Challenge, 2009, Grin Verlag Schäfer-Mehdi: Event-Marketing, 2006, Cornelsen Verlag Urthaler: Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events, 2010, VDM Verlag Weinberg: Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co, 2010, O´Reilly Verlag Wirtz: Medien- und Internetmanagement, 2006, Gabler Verlag</p> <p>Eventtechnik</p>	

	<p>David Lewis Yewdall: The Practical Art of Motion Picture Sound - Focal Press ISBN 0-240-80525-9; Michael Dickreiter: Mikrofon Aufnahmetechnik - Hirzel Verlag ISBN 3-7776-1199-9; production partner - Monatliche Fachzeitschrift für Beschallung, Licht, Bühne, Projektion, Eventtechnik; David Sonnenschein: Sound Design - Michael Wiese Productions ISBN 0-941188-26-4; Michael Lück, Chris Böttger: Praxis des Riggings. Planung und Ausführung; Michael Lück. Mechanik in der Veranstaltungstechnik; Rainer Bewer und Kai Steckmann: Das Praxisbuch der Lichttechnik. Einführung in die professionelle Bühnenbeleuchtung</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Konzeptwerkstatt / Creative Lab (E)</p> <p>Die Studierenden lernen, aus einer Projektidee ein profilstarkes Konzept zu gestalten und es einreichfähig darzustellen. Sie argumentieren die Notwendigkeit einer Finanzierung oder Kooperation unter Berücksichtigung der Förder- oder Sponsorkriterien aus kultur- oder sportmanagerialer Argumentation. Sie setzen die erworbenen Kenntnisse aus den Kernfächern für inhaltliche Überzeugungskraft und professionelle Darstellung unter Bezugnahme auf regionale/nationale/internationale Kontexte. Sie erstellen einen ausgewogenen Budgetplan und veranschaulichen die Vermittlungsstrategie, inklusive sozialer, kultureller und ökonomischer Nachhaltigkeit. Profil und Ansatz des Konzepts werden veranschaulicht, Mut zu Innovation und Eigenständigkeit wird benannt.</p> <p>Eventinszenierung</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie und des Storytellings. Sie erwerben einen Überblick über klassische, sowie „Events 2.0“ und die damit verbundenen Inszenierungsmöglichkeiten.</p> <p>Eventtechnik</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fachkompetenz eine inhaltliche und planerische Kommunikation mit den relevanten Fachleuten im Bereich Veranstaltungstechnik zu führen. Sie verstehen die Grundbegriffe und Aufgaben der Veranstaltungstechnik im Hinblick auf Aufnahme- und Beschallungsanlagen sowie lichttechnische Komponenten.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Konzeptwerkstatt / Creative Lab*</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>4. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>UE</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-immanenter Prüfungscharakter (Konzepterstellung)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Die Konzeptwerkstatt ist ein praxisorientiertes Tool, in dem der Wissenserwerb aus den Kernfächern Sportmanagement und –wissenschaft, Kulturmanagement und –wissenschaft sowie Eventmanagement in umfassenden Konzepten individuell oder in Gruppen</p>

	<p>erarbeitet wird. Die erstellten Konzepte sind einreichfähig und umfassen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eine nachvollziehbare Konzeptbeschreibung, die ... <ul style="list-style-type: none"> - ... formalen Kriterien entspricht, inkl. Angaben zum Projekteinreichenden - ... einer bestimmten Ausschreibung oder einem bestimmten Fördertopf entspricht - ... inhaltlich stimmig und in der Formulierung auch Fachfremden verständlich ist und in der Notwendigkeit einer Förderung durch eine durchdachte Argumentation überzeugt - ... sich in das regionale Umfeld hinsichtlich Angebot und Bedarf einpasst - ... die Länge von drei bis vier Seiten nicht überschreitet 2. Einen Budgetplan mit einfacher Ausgaben-Einnahmen-Struktur, den Einreichkriterien entsprechend und nach Kriterien geordnet (Programm, Marketing, Infrastruktur usw.) 3. Einen Vermittlungs- bzw. Marketing- und PR-Plan 4. Angaben zur Einmaligkeit oder nachhaltigen Struktur 5. Bei Sponsoransuchen: Argumente, warum der Sponsor zur Veranstaltung passt und wie die Partnerschaft gestaltet werden kann 6. Ein professionelles Begleitschreiben
Titel der Lehrveranstaltung	Eventinszenierung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>Welche Stellung nehmen Events im Marketingmix ein?</p> <ul style="list-style-type: none"> o Welche Kommunikationsziele gibt es? Wer ist die Zielgruppe? o Checklisten für Marketingevents o Programm-, Zeit- und Kostenplanung <p>Was ist Dramaturgie?</p> <ul style="list-style-type: none"> o Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling o Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften o Die äußere Bauform – Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen <p>Die Inszenierung</p> <ul style="list-style-type: none"> o Transmedia Storytelling o Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung o Die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen o Die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers <p>Die Selbstinszenierung des Eventleiters vor Ort</p> <ul style="list-style-type: none"> o Das Drehbuch <p>Neue Formen der Eventinszenierung – Events 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> o Die Entstehung neuer Eventformen o Social Media Marketing als Event-Tool o Weitere interaktive Events 2.0 Tools

Titel der Lehrveranstaltung	Eventtechnik
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Physikalische Grundlagen der Eventtechnik Audiotechnik Videotechnik Licht Verkabelung Rigging Bühnenmechanik

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIR	Wirtschaftswissenschaften	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Einführung in die BWL</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Wöhe, G. u. U. Döring. (2013): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 25. Aufl., München.</p> <p>Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Einführung in die VWL</p> <p>Mankiw, N.G. (2012): Principles of Economics, 6th edition, South Western; deutsche Ausgabe unter dem Titel Grundzüge der Volkswirtschaftslehre bei Verlag Schäffer-Poeschel erschienen</p> <p>Mankiw, N.G. (2003): Makroökonomik. Schäffer-Poeschel</p> <p>Blanchard, O. (2009): Macroeconomics, 5th edition, Pearson Education; Deutsche Ausgabe unter dem Titel Makroökonomie bei Pearson Studium erschienen</p> <p>Pindyck, R., Rubinfeld, D. (2012): Microeconomics, 8th ed., Pearson.</p> <p>Varian, H.R. (2010): Intermediate Microeconomics, 8th ed., Norton</p> <p>Bofinger, P. (2003): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. München.</p> <p>Krugman, P., Wells, R. (2010): Volkswirtschaftslehre. Stuttgart.</p> <p>Samuelson, Paul A. and William D. Nordhaus (2009): Economics. 19th ed., Boston.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Einführung in die BWL</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigsten Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre. • sind in der Lage, ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden. • sind in der Lage, Lösungsansätze professionell zu präsentieren. • kennen die wichtigsten Konzepte der Organisation von Produktions- und Dienstleistungsprozessen. • sind in der Lage, diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen anzuwenden. 	

	<p>Einführung in die VWL</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende makroökonomischen Begriffe und Tools zur Analyse von gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen darzustellen. • die wesentlichen Elemente und Funktionsweisen einer Volkswirtschaft zu kennen und einschätzen zu können. • grundlegende mikro- und makroökonomischen Tools zur Analyse von Entscheidungen von Individuen und Unternehmen auf Märkten in unterschiedlichen Wettbewerbssituationen anzuwenden und die Ergebnisse zu analysieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung in die BWL
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Themenbereiche/Problemfelder in der BWL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Konstitutive Unternehmensentscheidungen (Rechtsformen und Standortwahl) • Funktionale Unternehmensentscheidungen (Grundlagen: Beschaffung, Produktion, Absatz, Rechnungswesen und Kapitalwirtschaft) • Betriebswirtschaftliche Führungsentscheidungen: Management und Ethik, Strategische Planung und Kontrolle, Personal und Organisation (Aufbau- und Ablauforganisation)
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung in die VWL
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliches Denken • Wichtige makroökonomische Konzepte: BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit sowie deren Messung • Langfristiges Wachstum • Analyse von kurzfristigen Schwankungen • Offene Volkswirtschaft • Grundlagen von Angebot und Nachfrage • Märkte und Wohlstand: Konsumenten- und Produzentenrente, Effizienz von Märkten, wirtschaftspolitische Maßnahmen und ihre Auswirkungen • Unternehmensverhalten: Produktionskosten, Gewinnmaximierung, Marktformen und Wettbewerb (vollständiger Wettbewerb, Monopol und Oligopol)

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
CON	Rechnungswesen & Controlling	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Einführung Rechnungswesen</p> <p>Auer, K. (2011): Buchhaltung + Jahresabschluss, Schritt für Schritt zu Bilanz, GuV und Cashflow-Statement, Wien, Linde</p> <p>Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p> <p>Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2013): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 20. Auflage, Band I + Band II, Verlag facultas</p> <p>Olfert, K. (2011): Finanzierung, 15. verbesserte und aktualisierte Auflage, Neckargemünd, Kiehl Verlag</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Controlling</p> <p>Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p> <p>Horváth & Partners (2009): Das Controllingkonzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, München, Beck Wirtschaftsberater im dtv</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Weber, J. & Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</p> <p>Ziegenbein (2012): Controlling, Ludwigshafen, Kiehl Friedrich Verlag GmbH</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Einführung Rechnungswesen</p> <p>Die Studierenden beherrschen die Grundlagen und Begriffe des externen und internen Rechnungswesens und können diese auf einfache Fallbeispiele anwenden. Sie erkennen Unterschiede in der Einnahmen- und Ausgabenrechnung und der doppelten Buchhaltung. Die Studierenden kennen die Elemente und Vorgehensweisen in der Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems.</p> <p>Die Studierenden können die Auswirkungen von üblichen Geschäftsvorfällen auf die Jahresabschlussrechnungen (Bilanz und GuV) ermitteln und können Kostenkalkulationen und Erfolgsrechnungen verstehen und anwenden (Vollkosten- und Teilkostenrechnung).</p> <p>Sie beherrschen die Grundlagen der Finanzierung, können einfache Finanzplanungen durchführen sowie Finanzierungsangebote kritisch prüfen. Weiters lernen sie alternative Formen der Finanzierung kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.</p> <p>Controlling</p> <p>Die Studierenden beherrschen ausgewählte Controlling-Instrumente, die im Kontext eines Management Accounting Systems wesentliche Bestandteile, wie Kosten- und Leistungsrechnung sowie Finanzrechnung und Budgetierung beinhalten.</p> <p>Sie verstehen die wesentlichen Inhalte von Jahresabschlüssen und können Jahresabschlüsse anhand der wichtigsten Kennzahlen analysieren.</p> <p>Die Studierenden werden für die Wichtigkeit eines IKS (Internes Kontrollsystem) sensibilisiert und dazu angeregt, kritische Fragen zum Thema Finanz- und Rechnungswesen zu stellen.</p> <p>Sie können einfache Kalkulationen durchführen, einen einfachen Finanzplan und ein Budget erstellen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung Rechnungswesen
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Grundbegriffe, Aufgaben und Ziele des Rechnungs- und Finanzwesens</p> <p>Grundlagen externes Rechnungswesen (Einnahmen-Ausgaben Rechnung, Doppelte Buchführung: Grundsätze der Buchführung; Bilanz: Aufgaben und Aufbau, Gewinn- und Verlustrechnung (GuV), Zusammenhang zwischen Bilanz und GuV)</p> <p>Grundlagen internes Rechnungswesen (Aufgaben der Kostenrechnung, Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung, Deckungsbeitragsrechnung)</p> <p>Grundlagen Finanzwesen (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung, Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung)</p> <p>Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und</p>

	Finanzwesens
Titel der Lehrveranstaltung	Controlling
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung und des Controllings – Aufgaben und Zielsetzungen</p> <p>Interne Kontrollsysteme in Unternehmen</p> <p>Strategisches Controlling</p> <p>Wesentliche Controllingaufgaben wie Budgetierung, Soll-Ist Vergleiche und Maßnahmenplanung</p> <p>Operatives Controlling</p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung: Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung</p> <p>Bezugskalkulation, Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung – Kostenträgerrechnung, Absatzkalkulation</p> <p>Finanz- und Liquiditätsplanung</p> <p>Bilanzanalyse, Kennzahlen, Quicktest</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MAK	Marketing- & Kommunikationsmanagement	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Marketing (E)</p> <p>Kotler; Armstrong (2011): Principles of Marketing, 14th Edition, Prentice Hall.</p> <p>Kotler, Keller (2011): Marketing-Management, 14 edition, Prentice Hall.</p> <p>Homburg (2012): Marketingmanagement, Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung, 4. Auflage, SpringerGabler</p> <p>Meffert, Burmann, Kirchgeorg (2012): Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Gabler</p> <p>Sander (2011): Marketing-Management, Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung, 2. Auflage, UTB</p> <p>Kommunikationsmanagement</p> <p>Merten, K. (2007): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. LitVerlag</p> <p>Baecker, D. (2005): Kommunikation. Reclam</p> <p>Burkart, R. (2007): Kommunikationstheorien - Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Marketing (E)</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine marktorientierte Unternehmensführung zu erkennen. • Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing Managements für Konsumgüter, Investitionsgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes zu identifizieren. • Instrumente des Marketing-Mix anzuwenden. • grundlegende Marktforschungsmethoden darzustellen. <p>Kommunikationsmanagement</p> <p>Die Studierenden sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Marketing (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Grundzüge der Marktforschung, Marketingstrategien, Marketing-Mix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.
Titel der Lehrveranstaltung	Kommunikationsmanagement
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseaussendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet.</p> <p>Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen.</p> <p>Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen.</p> <p>Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ANG	Angewandte Marketing- & Finanzplanung	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Angewandte Marketingplanung</p> <p>Meffert, H. (2005): Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung., Gabler.</p> <p>Lüppens, M. (2006): Der Markendiamant, Gabler.</p> <p>Rushkoff, D. (2006): Die neue Renaissance, auf dem Weg zu einer vernetzten sozialen Wirtschaft.</p> <p>Riemann; Zernisch, P. (2003): Markenglauben managen.</p> <p>Bruhn, M.: Sponsoring (2003): systematische Planung und integrativer Einsatz, Wiesbaden, Gabler.</p> <p>Hermanns, A. (2003): Sponsoring und Events im Sport: von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform, München, Vahlen.</p> <p>Angewandte Finanzplanung</p> <p>Auer, K. (2011): Buchhaltung + Jahresabschluss, Schritt für Schritt zu Bilanz, GuV und Cashflow-Statement, Wien, Linde</p> <p>Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p> <p>Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2013): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 20. Auflage, Band I + Band II, Verlag facultas</p> <p>Olfert, K. (2011): Finanzierung, 15. verbesserte und aktualisierte Auflage, Neckargemünd, Kiehl Verlag</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Gerlach-March Rita (2010): Kulturfinanzierung, Wiesbaden, Springer Verlag</p> <p>Horváth & Partners (2009): Das Controllingkonzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, München, Beck Wirtschaftsberater im dtv</p> <p>Weber, J. & Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</p> <p>Ziegenbein (2012): Controlling, Ludwigshafen, Kiehl Friedrich Verlag GmbH</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Angewandte Marketingplanung</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente in Realsituationen des Sport-, Kultur- und Eventmanagements anwenden. Sie sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen umzusetzen. Sie können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. Sie sind in der Lage, selbständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen.</p> <p>Angewandte Finanzplanung</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - einen Business Plan mit den Schwerpunkten Budgetierung, Finanzierung, Controlling zu erstellen. - an einem konkreten Fallbeispiel eine Rechtsformentscheidung zu treffen und Finanzierungsmöglichkeiten aufzuzeigen. - Vision, Mission, Corporate Identity zu definieren, strategische und operative Projektziele zu formulieren. - Instrumente des strategischen Controllings auf das Fallbeispiel zu übertragen und konkret auszuarbeiten (SWOT Analyse, Umfeldanalyse, Portfolio, Szenario Technik, Gap Analyse). - den Informationsbedarf/das Berichtswesen darzustellen, konkrete Maßnahmen im Rahmen eines internen Kontrollsystems (IKS) vorzuschlagen, Controlling Funktionen darzustellen und zu diskutieren. - ein Budget/Plan-Gewinn- und Verlustrechnung zu erstellen. - einen Finanzplan / Liquiditätsplan zu erstellen. - Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger zu definieren, eine Bezugs- und Absatzkalkulation durchzuführen.
Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Marketingplanung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Marketingplan)
Lehrinhalte	Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Tendenzen im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Dienstleistungsmarketings, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und -abläufe.

Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Finanzplanung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Business Plan Budgetierung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung und des Controlling – Aufgaben und Zielsetzungen Strategisches Controlling Interne Kontrollsysteme in Unternehmen Wesentliche Controllingaufgaben wie Budgetierung, Soll-Ist Vergleiche und Maßnahmenplanung Operatives Controlling Kosten- und Leistungsrechnung: Vollkostenrechnung-, Teilkostenrechnung Bezugskalkulation, Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung – Kostenträgerrechnung, Absatzkalkulation Finanz- und Liquiditätsplanung Bilanzanalyse, Kennzahlen, Quicktest

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MFO	Marktforschung	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Marktforschung</p> <p>Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek: rohvolt.</p> <p>Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler (Kap. 6.1).</p> <p>Kuckartz, U. (2013). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2. Auflage. Weinheim: Beltz Juventa.</p> <p>Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Weinheim: Beltz.</p> <p>Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 11. Auflage. Weinheim: Beltz.</p> <p>Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2005). Methoden empirischer Sozialforschung. 7. Auflage. München, Wien: Oldenbourg.</p> <p>Brosius, F. (2013). SPSS 21. Bonn: mitp.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Marktforschung</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Methoden der quantitativen und qualitativen Marktforschung (insbesondere der Datenerhebung, der deskriptiven und induktiven Datenanalyse und der Dateninterpretation).</p> <p>Sie können diese Methoden praxisnah anwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darstellen und beurteilen.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskörper zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie können interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen bearbeiten und die Lösungen vorstellen.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Marktforschung
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Projekt)
Lehrinhalte	Die Konzepte und Methoden qualitativer und (deskriptiver sowie induktiver) quantitativer Markt- und Sozialforschung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an unterschiedlichen methodischen Paradigmen erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Möglichkeiten der Durchführung wissenschaftlicher Studien. Dies geschieht durch die Entwicklung eines qualitativen Forschungsdesigns und die Entwicklung und Durchführung eines quantitativen Projektes, bei dem die Studierenden in der Veranstaltung ihr eigenes Untersuchungsthema festlegen und hierzu Daten erheben und mittels des so gewonnenen Datensatzes ausgewählte Datenanalysen und -interpretationen durchführen.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SOZ	Sozialkompetenz	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Teamwork & Kommunikation</p> <p>Kriz, W. C. (2002): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Mayer, C.-H. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann</p> <p>Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm</p> <p>Deissler, G. (2014): Die wirksamsten interkulturellen Management-Techniken, Grin Verlag</p> <p>Präsentationstechnik</p> <p>Bayer, K. (2007): Argument und Argumentation. Logische Grundlagen der Argumentation, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht</p> <p>Birkenbihl, V. F. (2004): Kommunikationstraining, Frankfurt/Main, mvg Verlag</p> <p>Klippert, H. (2002): Kommunikations-Training. Übungsbausteine für den Unterricht, Weinheim, Beltz</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Teamwork & Kommunikation</p> <p>Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teamphasen, schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. Dabei berücksichtigen sie spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab. Sie bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentation darstellen und gruppenweise umsetzen.</p> <p>Präsentationstechnik</p> <p>Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie</p>	

	beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. Sie beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.
Titel der Lehrveranstaltung	Teamwork & Kommunikation
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Gruppenarbeit)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgsparemtern. Outdoor-Anteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.
Titel der Lehrveranstaltung	Präsentationstechnik
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Präsentation)
Lehrinhalte	Begriff und Bedeutung von Präsentation werden erläutert. Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet. Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt. Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache, etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt. Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt. Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MUL	Multimedia	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Grafik & Design</p> <p>Robert Klaßen, Adobe Photoshop CS6 Der professionelle Einstieg, Galileo Design Andrea Forst, Adobe InDesign CS6, Galileo Design</p> <p>Medienwerkstatt Audio & Video</p> <p>Adobe Creative Team (2009): Design Premium –Classroom in a Book. Addison-Wesley Verlag</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Grafik & Design</p> <p>Die Studierenden wissen um die Wirkung von Form, Farbe und Schrift. Sie können Cross-Media-Produkte hinsichtlich der visuellen Aufbereitung (gestalterischer und handwerklicher Natur) und der Umsetzung eigenständig mit Adobe-Produkten erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, in Agenturen notwendige gestalterische Aufgaben zu entwickeln und umzusetzen.</p> <p>Medienwerkstatt Audio & Video</p> <p>Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis für Audio- und Videoproduktion – sowohl die ästhetische, als auch die technische Seite wird erlernt, diskutiert und interpretiert. Sie sind in der Lage, die Planung und Koordination eines multimedialen Projekts im Bereich Audio oder Video sowohl technisch als auch organisatorisch umzusetzen. Die Studierenden beherrschen technische Begriffe, Aufnahmetechniken und können eigenständig Projekte umsetzen.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Grafik & Design
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (angewandte Projektarbeit)
Lehrinhalte	Einführung in die Grundzüge der Crossmedia Produktion anhand von Projektbeispielen, Kompositionen mit Photoshop, Retusche und Korrekturverfahren in Photoshop, Rahmenstruktur von InDesign, Schriften und Grafiken in InDesign, Farbenlehre, Designgrundlagen hinsichtlich Dateiformaten und Navigation.
Titel der Lehrveranstaltung	Medienwerkstatt Audio & Video
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (angewandte Projektarbeit)
Lehrinhalte	<p>Es wird in der Lehrveranstaltung auf die Bereiche Audio- und Videoproduktion eingegangen. Sowohl Pre-, als auch Post- und die Produktion selbst stellen die Grundlage der Lehrveranstaltung dar. Um die Studierenden zur korrekten Konzeption von größeren, sowie zur eigenständigen Umsetzung von kleinen AV-Projekten zu ermächtigen, sind folgende theoretischen Lehrinhalte vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Drehbuch, Storyboard & Drehplanung für Film- & TV-Projekte - Vor- und Nachteile von Aufnahmetechniken und Speichermedien - Videoformate und Videoschnitt - Audio-Grundbegriffe und Audioformate <p>Anwendungskompetenz erlangen die Studierenden durch Übungsprojekte, die unter Anleitung durchzuführen sind.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
FRS	Fremdsprache	12 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	English: B2 (GERS) bzw. C1 (GERS) andere Fremdsprache: A1, A2, B1 oder B2	
Vorkenntnisse	English: B1 (GERS) bzw. B2 (GERS) andere Fremdsprache: Module mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse vorausgesetzt. Module mit Ziel B1: Niveau A2 vorausgesetzt. Module mit Ziel B2: Niveau B1 vorausgesetzt.	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	1., 2. und 3. des Vollzeitstudiengangs	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Verbindung zu in englischer Sprache gehaltenen Lehrveranstaltungen und zum Auslandssemester	
Literaturempfehlungen	<p>English (B2.1) Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English (C1.1) Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English (B2.2) Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed.</p>	

	<p>Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English (C1.2) Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English (B2.3) Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English (C1.3) Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p>
--	--

	<p>Andere Fremdsprache:</p> <p>Spanisch (A2): Martín Peris E./Sans N. (2014) Gente Hoy 1. Kurs- und Arbeitsbuch, Klett/Difusión. Spanisch (B1): Martín Peris E./Sans N. (2014) Gente Hoy 2. Kurs- und Arbeitsbuch, Klett/Difusión. Italienisch (A2): Fratter I./ Troncarelli C. (2007) Azzurro, Klett. Italienisch (B1) Merklinghaus, R./Toffolo,L. (2008) Azzurro più: Lehr- und Arbeitsbuch, Klett. Chinesisch (A2): Zhang Xiaohui (2006) Chinese for managers, Foreign Languages and Research Press. Arabisch (A2): Osman, N. (2005) Usrati - Lehrbuch für modernes Arabisch, Hueber. Russisch (A2): Skriptum. Französisch (A2-B1): Laudut, N. et al. (2008) On y va 1-2, Kurs- und Arbeitsbuch, Hueber Verlag. Französisch (B2): Penfornis, J. (2004) Francais.com, Schüler- und Arbeitsbuch. Cle International.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>English (B2) Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit auf dem Niveau B2 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau B2 werden Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen sowie Fachdiskussionen im eigenen Fachgebiet zu verstehen; - sich so spontan und fließend verständigen zu können, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist; - sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert auszudrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage zu erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten anzugeben. <p>In den drei Kursen, aus den das Modul besteht, werden die folgenden Kompetenzen erworben:</p> <p>English (B2.1) Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 festigen; - die Grundlage des Niveaus B2 bilden; - die grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten entwickeln. <p>English (B2.2) Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 vertiefen; - lernen, diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anzuwenden; - ihr wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse erweitern. <p>English (B2.3) Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau B2 vorsieht, erreichen;

	<p>- imstande sein, diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden.</p> <p>*****</p> <p>English (C1)</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit im internationalen Umfeld auf Niveau C1 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau C1 werden Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen; • sich spontan und fließend auszudrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen; • die Sprache im gesellschaftlichen, beruflichen und akademischen Leben wirksam und flexibel zu gebrauchen; • sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten zu äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen zu verwenden. <p>In den drei Kursen, aus den das Modul besteht, werden die folgenden Kompetenzen erworben:</p> <p>English (C1.1)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 festigen; - die Grundlage des Niveaus C1 bilden; - die grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten entwickeln. <p>English (C1.2)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus C1 vertiefen; - lernen, diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anzuwenden; - ihr wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse erweitern. <p>English (C1.3)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau C1 vorsieht, erreichen; <p>imstande sein, diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden</p> <p>*****</p> <p>Andere Fremdsprache:</p> <p><i>Bei einer Darstellung der Kompetenzen, die im Rahmen dieses Moduls zu erwerben sind, muss unterschieden werden, ob die Studierenden zu Beginn ihres Studiums Vorkenntnisse in der ausgewählten Sprache vorweisen können oder nicht. Dementsprechend können unterschiedliche Gruppen organisiert werden, deren Ziele den Kompetenzniveaus des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS) entsprechen:</i></p> <p>Gruppen mit Ziel A2: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS</p>
--	--

	<p>für das Niveau A2 vorsieht. So können sie u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). - mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. - sich in einfachen, routinemäßigen Situationen allgemeiner und beruflicher Kontexte verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. <p>Gruppen mit Ziel B1: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. So können sie u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge wie u.a. Arbeit, Bildungsort oder Freizeit geht. - die meisten Situationen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet, sprachlich und interkulturell bewältigen. - sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche bzw. berufliche Interessengebiete äußern. - Erfahrungen, Ereignisse, Hoffnungen und Ziele beschreiben. - zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen zu geben. <p>Gruppen mit Ziel B2: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. So können sie u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen sowie Fachdiskussionen im eigenen Fachgebiet zu verstehen. - sich so spontan und fließend verständigen zu können, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. - sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.
Titel der Lehrveranstaltung	Fremdsprache I (English B2.1 / English C1.1 / Spanisch 1 /Französisch 1 /Italienisch 1 /Russisch 1/Chinesisch 1 /Arabisch 1)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	English B2.1 und andere Fremdsprache: 20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis; 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion).

	<p>English C1.1 Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.</p>
Lehrinhalte	<p>English B2.1 Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau B2 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>English C1.1 Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau C1 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>Andere Fremdsprache: Gruppen mit Ziel A2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und jene Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. Gruppen mit Ziel B1: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. Gruppen mit Ziel B2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die</p>

	Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.
Titel der Lehrveranstaltung	Fremdsprache II (English B2.2 / English C1.2 / Spanisch 2 / Französisch 2 / Italienisch 2 / Russisch 2 / Chinesisch 2 / Arabisch 2)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	<p>English B2.2 / Andere Fremdsprache: 20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis; 10 % Leseverständnis; 10 % Mündliche Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion).</p> <p>English C1.2: Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.</p>
Lehrinhalte	<p>English B2.2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau B2 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>English C1.2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau C1 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>Andere Fremdsprache: Gruppen mit Ziel A2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. Gruppen mit Ziel B1: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters</p>

	<p>weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.</p> <p>Gruppen mit Ziel B2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.</p>																														
Titel der Lehrveranstaltung	Fremdsprache III (English B2.3 / English C1.3 / Spanisch 3 / Französisch 3 / Italienisch 3 / Russisch 3 / Chinesisch 3 / Arabisch 3)																														
Umfang	4 ECTS																														
Lage im Curriculum	3. Semester																														
Lehr- und Lernformen	ILV																														
Prüfungsmodalitäten	<p>English B2.3: 15 % Mitarbeit und Zwischentest; 15 % Hörverständnis, 15 % Leseverständnis; 15 % Mündlicher Ausdruck; 40 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion), bei Einhaltung folgender Prüfungsdauerangaben:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>GERS-Niveau</th> <th>Leseverständnis</th> <th>Schriftlicher Ausdruck</th> <th>Hörverständnis</th> <th>Mündlicher Ausdruck</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>B2</td> <td>60 Minuten</td> <td>60 Minuten</td> <td>15 Minuten</td> <td>15 Minuten</td> </tr> </tbody> </table> <p>English C1.3: Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.</p> <p>Andere Fremdsprache: 15 % Mitarbeit und Zwischentest; 15 % Hörverständnis; 15 % Leseverständnis; 15 % Mündlicher Ausdruck; 40 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion), bei Einhaltung folgender Prüfungsdauerangaben:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>GERS-Niveau</th> <th>Leseverständnis</th> <th>Schriftlicher Ausdruck</th> <th>Hörverständnis</th> <th>Mündlicher Ausdruck</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A2</td> <td>35 Minuten</td> <td>35 Minuten</td> <td>10 Minuten</td> <td>10 Minuten</td> </tr> <tr> <td>B1</td> <td>40 Minuten</td> <td>40 Minuten</td> <td>11 Minuten</td> <td>11 Minuten</td> </tr> <tr> <td>B2</td> <td>60 Minuten</td> <td>60 Minuten</td> <td>15 Minuten</td> <td>15 Minuten</td> </tr> </tbody> </table>	GERS-Niveau	Leseverständnis	Schriftlicher Ausdruck	Hörverständnis	Mündlicher Ausdruck	B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten	GERS-Niveau	Leseverständnis	Schriftlicher Ausdruck	Hörverständnis	Mündlicher Ausdruck	A2	35 Minuten	35 Minuten	10 Minuten	10 Minuten	B1	40 Minuten	40 Minuten	11 Minuten	11 Minuten	B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten
GERS-Niveau	Leseverständnis	Schriftlicher Ausdruck	Hörverständnis	Mündlicher Ausdruck																											
B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten																											
GERS-Niveau	Leseverständnis	Schriftlicher Ausdruck	Hörverständnis	Mündlicher Ausdruck																											
A2	35 Minuten	35 Minuten	10 Minuten	10 Minuten																											
B1	40 Minuten	40 Minuten	11 Minuten	11 Minuten																											
B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten																											
Lehrinhalte	<p>English B2.3: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau B2 zu erreichen und diese</p>																														

Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.

English C1.3:

Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau C1 zu erreichen und diese Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.

Andere Fremdsprache:

Gruppen mit Ziel A2 (Spanisch, Französisch, Italienisch): Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau A2 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Gruppen mit Ziel A2 (Russisch, Chinesisch, Arabisch): Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der vorigen Semester weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Gruppen mit Ziel B1 (Spanisch, Französisch, Italienisch): Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau B1 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Gruppen mit Ziel B2 (Spanisch, Französisch, Italienisch): Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau B2 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den

	Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.
--	--

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AUS	Interkulturelle Kompetenz	30 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Interkulturelle Kompetenz	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	Auslandssemester Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited	
Kompetenzerwerb	Auslandssemester (Current Issues in Sports, Culture & Events Management / Business Studies/Electives: Sports, Culture & Event Management/Language & Area Studies) Das Auslandssemester für die Vollzeit-Studierenden an einer von über 160 Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil des Bachelorstudiums an der FH Kufstein Tirol. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen. Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Area Studies and Languages“ absolvieren.	
Titel der Lehrveranstaltung	Current Issues in Sports, Culture & Events Management (E)	
Umfang	2 ECTS	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Lehr- und Lernformen	VO	
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Präsentation)	
Lehrinhalte	Die Studierenden diskutieren mit den Vortragenden im Wege des Virtual Classroom aktuelle, international orientierte Trends und Perspektiven in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement.	
Titel der Lehrveranstaltung	Business Studies	
Umfang	6 ECTS	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Lehr- und Lernformen	ILV	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)	

Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Business Studies“ absolvieren.
-------------	---

Titel der Lehrveranstaltung	Electives: Sports, Culture & Event Management
Umfang	16 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule mehrere vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltungen aus dem Bereich „Sports, Culture & Events Management“ absolvieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Language & Area Studies
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Area Studies and Languages“ absolvieren.

<p>Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination für: Bangkok University, Thailand</p>
<ul style="list-style-type: none"> • IMK 321 Consumer Behavior (3 credits) Study consumer behavior and factors influencing consumers both internal and external factors such as social values, attitudes, beliefs, cultures, personality. Study thoughts influencing today consumer behavior such as mass media, family, modern fashion, and study marketing concepts developing benefits for encouraging more consumption. • IMK 335 Promotion Management (3 credits) Study promotion management and forms of promotion as sales promotion, publicity, discounting, and couponing. Study budgeting and allocation for marketing promotion and process for business, including evaluating promotion that used such as evaluation promotion that used such as evaluation of sales promotion and rewarding that have been implemented. • ICA 335 Event Planning (3 credits) This is a practical course where students will use the techniques and processes of event planning to plan an actual event. The actual planning, designing, coordinating, promoting and evaluating of events are emphasized. Types of events used by the communication industry and connecting events to communication goals are also discussed. • ICM 212 Introduction to Multimedia (3 credits) Introduction to the fundamental concepts in multimedia including media issues, representation, storage, transmission, text, graphics, audio and video concepts; multimedia design and delivery; multimedia development tools; and digital compression techniques. Also included will be printing technology and the process of multimedia production and distribution. • ITH 101 Thai Language for Foreigners I (3 credits) Intensive spoken and written Thai for beginners. The students focus on conversational skills sufficient to communicate in everyday activities. Elements of the Thai language are also taught in preparation for comprehensive studies.

Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination für:
Hanze University of Applied Sciences, Groningen, School of Sports Studies, Groningen, The Netherlands, Sport Health and Adventure Tourism Management

- HSVH3SATA: Sport Health and Adventure Tourism Management Assignment, Credits: 6, Department: School of Sports Studies: Minor: This Assignment includes an analyses of a city with the focus on sport tourism. Sport tourism frameworks have to be included as well at analysis of the target market with the following points: competition, future potential of growth and how tourist can be hold longer in the city. Furthermore a Zonal map has to be created and the different sport tourism attractions and possibilities have to be shown there.
- HSVH3SATE: Sport Health and Adventure Tourism Management Examination, Credits: 6, Department: School of Sports Studies, Program: Minor: At the end of the first seven weeks there will be a written examination testing the theoretical elements of the course including: a) Introduction Sport Health and Adventure Tourism, b) theoretical approaches of sport development, c) Sporting Events and Mega Sport Tourism, d) Urban Sport Tourism, c) Vacation Market themed resorts and cruises
- HSVH3ATR: Sport Health and Adventure Tourism Management Report, Credits: 6, School of Sports Studies, Program: Minor: Hall of Fame: Your group represents a company that own and manage a number of successful sport related attractions. You have been approached by a town/city council who are considering widening their existing tourism portfolio by including sport, and have asked you to come up with some ideas. Your idea will be either a Sport Hall of Fame or a Sports Museum.
- HSVH3ATP: Sport Health and Adventure Tourism Management Presentation & Report Credits: 6, School of Sports Studies, Program: Minor: Globalization of Sport: Choose a sport that is played internationally in more than around a dozen countries. For your chosen sport produce an analysis in terms of its global sport tourism contribution. The report should outline as a minimum the following: a) timeline of the sport development, b) calculation of the sport tourism contribution, c) an appraisal of the global flows, d) the impact on sport tourism
- HSVH3ATC: Sport Health and Adventure Tourism Management Examination Case Study, Credits: 6, School of Sports Studies, Program: Minor: Practical Case study: WOLRD TRAVEL MARKET – UTRECHT, a) trends and development, b) company report for a sport tourism organisation, c) analyses of brochures and websites on content, d) tourism event

Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination für:
Concordia University, Canada

- ADMI 202: Perspective on Canadian Business, Credits: 3, Department: Finance, Program: Undergraduate. This course is designed to review the historical development of business in Canada and to examine the relationships between the firm (management) and the owners, the employees, the customers, the government, and the community. Further, it studies some of the problems facing Canadian business today: the dehumanizing aspect, pollution problems, large vs. small firms, foreign ownership, and competition.
- COMM 212 Business Communication, Credits:3, Department: John Molson School of Business Courses, Program: Undergraduate. This course focuses on the principles and techniques of clear, concise, and effective, written and oral communication, especially as they apply to business. The formal, grammatical, and stylistic elements of written and oral business communication are emphasized. In addition, students are instructed in and experience the use of audiovisual means of communication.
- COMM 222 Organizational Behaviour and Theory, Credits: 3, Department John Molson School of Business Courses, Program: Undergraduate. This course is designed to provide students with an opportunity to study individual behaviour in formal organizations. Through theoretical case and experiential approaches, the focus of instruction progressively moves through individual, group and organizational levels of analysis. Topics in the course include perception, learning, personality, motivation, leadership, group behaviour, and organizational goals and structure.
- MARK 301 Marketing Management II, Credits: 3, Department: Marketing, Program: Undergraduate. This course focuses on the management of marketing in organizations. Target market selection

and each component of the organization's offer bundle are scrutinized. The course is application-oriented. Additionally, cases are used in order to reinforce learning and to help each student cultivate excellent problem-solving and decision-making skills. Other areas in which marketing can be applied are introduced.

- MARK 305 Consumer Behaviour, Credits: 3, Department: Marketing, Program: Undergraduate. This course analyzes the motivations, roles, and behaviour of the consumers, how they are affected by economic, social, and cultural influences, and how the marketer may model this behavior for decision-making purposes.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten	14 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3., 6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Wissenschaftliches Arbeiten Fahrner, M. & Burk, V. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten in der Sportwissenschaft. In V. Burk & M. Fahrner (Hrsg.), Einführung in die Sportwissenschaft (S. 211-244). Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2010). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Sesnik, W. (2010). Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten mit Internet, Textverarbeitung, Präsentation, E-Learning, Web2.0. 8. Auflage. München: Oldenbourg. Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Hug, T. (Hrsg.). (2001). Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Band 1: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Hohengehren: Schneider.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar I Brink, A. (2007). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium. 3. Auflage. München, Wien: Oldenbourg. Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Kruse, O. (2010). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Samac, K., Prenner, M. & Schwetz, H. (2009). Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule. Wien: facultas wuv (UTB).</p> <p>Bachelorarbeitsseminar II Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (Hrsg.). (2005). Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (UTB). Hug, T. & Poscheschnik, G. (2010). Empirisch Forschen. Konstanz: UVK (UTB). Porst, R. (2014). Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.</p>	

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Wissenschaftliches Arbeiten Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für das wissenschaftliche Arbeiten und hermeneutische Vorgehensweisen. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Wissenschaftstheorie (inkl. der Formulierung von Forschungsfragen und der Planung eines methodischen Vorgehens), der Wissenserarbeitung (Recherche und Bewertung von Literatur) und der Verschriftlichung von Wissen (Abfassung einer wissenschaftlichen Arbeit und Zitation) verstehen und anwenden sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit reflektieren.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar I Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der selbständigen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung mit dem Ziel der Erstellung einer hermeneutischen Bachelorarbeit. Sie vermögen fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. Selbstorganisation und Zeitmanagementfähigkeiten der Studierenden werden gefördert.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar II Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung. Sie vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. Selbstorganisation, Zeitmanagement, Recherche- und Ausdrucksfähigkeit werden ausgebaut.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Wissenschaftliches Arbeiten</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>2. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>SE</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Klausur oder Seminararbeit)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>In der einführenden Lehrveranstaltung zum wissenschaftlichen Arbeiten geht es vor allem darum, den Studierenden die Besonderheiten, Regeln und Grundzüge der Wissenschaft und wissenschaftlichen Arbeit nahezubringen. Schwerpunkt liegt hier auf dem Erlernen der hermeneutischen Textanalyse. Die Studierenden werden darauf vorbereitet, Seminararbeiten eigenständig und auf hohem wissenschaftlichem Niveau verfassen zu können. Diese</p>

	Vorbereitung beinhaltet sowohl einen Schwerpunkt auf dem Umgang mit Literatur (Recherche, Beschaffung und Beurteilung), die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte, als auch Diskussionen hinsichtlich der Qualität von wissenschaftlichen Arbeiten – hierbei sind vor allem die Begrifflichkeiten intellektuelle Redlichkeit und intersubjektive Nachvollziehbarkeit von Belang. Darüber hinaus entwickeln sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeitsseminar I
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Exzerpt und Exposé)
Lehrinhalte	Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars werden den Studierenden grundlegende Aspekte zur Struktur und Komposition einer hermeneutischen Bachelorarbeit vermittelt und sie haben die Gelegenheit, die Struktur ihrer eigenen Arbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der ersten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeitsseminar II
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Exzerpt und Exposé)
Lehrinhalte	Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit II im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der zweiten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BER	Berufspraktikum	24 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Berufspraktikum Brenner, D. Schön, dass Sie da sind!: Karrierestart nach dem Studium. BW Verlag, 2007. Andrea Hoyer, Judith Ziegler: Das Fachhochschul-Studium aus der Sicht der AbsolventInnen: eine österreichweite Studie zur beruflichen Situation und Bewertung des Fachhochschulstudiums. Wien 2002</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Berufspraktikum Die Vollzeit-Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihr erworbenes Wissen in der beruflichen Praxis anzuwenden. - Vorgänge im beruflichen Umfeld zu verstehen. - im Rahmen von beruflichen Projekten Problemstellungen zu lösen und Lösungen umsetzen zu können (praktische Kompetenz). - Argumente, Problemlösungen und Strategien selbständig zu erarbeiten und weiterzuentwickeln (Problemlösungskompetenz). <p>Zudem wird das Wissen um die Kommunikation mit Vorgesetzten, MitarbeiterInnen und KollegInnen vertieft, weiterentwickelt und gewinnbringend umgesetzt (soziale Kompetenz).</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Berufspraktikum	
Umfang	24 ECTS	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Lehr- und Lernformen	PT	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Nachweis des Praktikums durch Stellenbeschreibung und Abschlussbericht)	
Lehrinhalte	<p>Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und Fragestellungen in der Praxis. Mindestens 40 Arbeitsstunden und 15 KW lang Beschäftigung bei einem externen Unternehmen mit vollem Beschäftigungsausmaß. Das Berufspraktikum stellt sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in das Berufsleben zurechtfinden und durch bereits gesammelte Erfahrungen in der Umsetzung ihrer erworbenen Kenntnisse an Sicherheit gewinnen. Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen im beruflichen Umfeld sollen kennengelernt und verstanden werden, möglichst selbständiges Arbeiten geübt werden.</p> <p>Vorbereitung und Hilfe durch Career Center und Begleitung der</p>	

	Studierenden bei Berufspraktikum: Reflexion, Besprechung von Problemen und Success-Stories, bzw. Hilfe bei Problemen.	
Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PRA	Praxisprojekte & Projektmanagement	10 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Projektmanagement</p> <p>Bortoluzzi Dubach, E. & Frey, H. (2007): Sponsoring, Der Leitfaden für die Praxis, Bern, Haupt</p> <p>Ciconte, B. L. (2001): Fundraising Basics: A Complete Guide, New York, McGraw-Hill</p> <p>Friedrichsmeier, H. (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien, Wien, Linde</p> <p>Kerzner, H. (2009): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Klein, A. (2006): Projektmanagement für Kulturmanager, München, Vahlen</p> <p>Klose, B. (2002): Projektabwicklung, Arbeitshilfen, Fallbeispiele, Checklisten im Projektmanagement, Frankfurt, Wien, Moderne Industrie</p> <p>Hollaender, A. E. (2009): Bühnenrecht (für Österreich), Wien, Manz Verlag</p> <p>Larmann, R. (2007): Stage Design, Köln, Daab</p> <p>Lang, C. (2007): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Österreich und Deutschland, Bremen, Europäischer Hochschulverlag</p> <p>Litke, H.-D. & Kunow, I. (2004): Projektmanagement, Freiburg, Haufe</p> <p>Lewis, J. P. (2006): Fundamentals of Project Management, New York, McGraw-Hill</p> <p>Mallen, C. (2008): Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mantel, S. J. (2004): Project Management in practice, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Meredith, J. R. (2003): Project management: a managerial approach, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Nolte, M. (2009): Handbuch Sportrecht, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Olfert, K. (2004): Projektmanagement, Ludwigshafen, Kiehl Verlag</p> <p>Patzak, Gerold; Rattay, Günter: Projektmanagement. Linde, 2009</p> <p>Project Management Institute (2003): A Guide to the Project Management Body of Knowledge, B&T</p> <p>Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München, Vahlen</p> <p>Risch, M. (2009): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb, Berlin, Springer</p>	

	<p>Rübner, W. & Wünsch, U. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen, BusinessVillage</p> <p>Sterrer, C.; Winkler, G. Setting Milestones: Projektmanagement Methoden - Prozesse - Hilfsmittel. Goldegg, 2010.</p> <p>Tiemeyer, E. (2004): Projekte im Griff, Bielefeld, Bertelsmann</p> <p>Wolfram, G. (2009): Kann man Kulturverständnis trainieren? Interkulturelle Kompetenz im Projektmanagement und ihre neuen Konfliktfelder, in Dorn, Karlheinz: Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag</p> <p>Wottreng, S. (2003): Handbuch Handlungskompetenz, Cornelesn</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research, London, Sage</p> <p>Praxisprojekte I & II</p> <p>Berkun, S. (2008): Making Things Happen: Mastering Project Management, Sebastopol/CA, O'Reilly</p> <p>Bortoluzzi Dubach, E. & Frey, H. (2007): Sponsoring, Der Leitfaden für die Praxis, Bern, Haupt</p> <p>Ciconte, B. L. (2001): Fundraising Basics: A Complete Guide, New York, McGraw-Hill</p> <p>Friedrichsmeier, H. (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien, Wien, Linde</p> <p>Kerzner, H. (2009): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Klein, A. (2006): Projektmanagement für Kulturmanager, München, Vahlen</p> <p>Klose, B. (2002): Projektabwicklung, Arbeitshilfen, Fallbeispiele, Checklisten im Projektmanagement, Frankfurt, Wien, Moderne Industrie</p> <p>Hollaender, A. E. (2009): Bühnenrecht (für Österreich), Wien, Manz Verlag</p> <p>Larmann, R. (2007): Stage Design, Köln, Daab</p> <p>Lang, C. (2007): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Österreich und Deutschland, Bremen, Europäischer Hochschulverlag</p> <p>Litke, H.-D. & Kunow, I. (2004): Projektmanagement, Freiburg, Haufe</p> <p>Lewis, J. P. (2006): Fundamentals of Project Management, New York, McGraw-Hill</p> <p>Mallen, C. (2008): Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mantel, S. J. (2004): Project Management in practice, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Meredith, J. R. (2003): Project management: a managerial approach, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Nolte, M. (2009): Handbuch Sportrecht, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Olfert, K. (2004): Projektmanagement, Ludwigshafen, Kiehl Verlag</p> <p>Project Management Institute (2003): A Guide to the Project Management Body of Knowledge, B&T</p> <p>Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München, Vahlen</p> <p>Risch, M. (2009): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb, Berlin, Springer</p> <p>Rübner, W. & Wünsch, U. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen, BusinessVillage</p>
--	---

	<p>Tiemeyer, E. (2004): Projekte im Griff, Bielefeld, Bertelsmann</p> <p>Wolfram, G. (2009): Kann man Kulturverständnis trainieren? Interkulturelle Kompetenz im Projektmanagement und ihre neuen Konfliktfelder, in Dorn, Karlheinz: Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag</p> <p>Wottreng, S. (2003): Handbuch Handlungskompetenz, Cornelesn</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research, London, Sage</p>
Kompetenzerwerb	<p>Projektmanagement</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Projekte mit geringer Komplexität zu definieren, konzipieren, planen, umzusetzen und zu evaluieren. Sie sind ferner dazu befähigt, ein Projektteam aufzubauen und zu leiten.</p> <p>Praxisprojekt I:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, ein Projekt anhand professionellen Projektmanagements durchzuführen. - beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung. - kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts. - kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten. - haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme. <p>Praxisprojekt II</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, ein Projekt mit solider Organisation professionell durchzuführen. - beherrschen die systematische, strukturierte, fachlich professionelle und termingerechte Projektbearbeitung. - beherrschen die Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen). - haben vertiefte Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme.
Titel der Lehrveranstaltung	Projektmanagement
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Projekthandbuch)
Lehrinhalte	<p>Nach der grundlegenden Definition der Funktionen des Projektmanagements werden die Studierenden praktisch an die Anwendung herangeführt. Hierbei werden vor allem die Aufgaben des Projektleiters/der Projektleiterin, sowie weitere Rollen in Projektteams und die wichtigsten Projektmanagementwerkzeuge und -methoden besprochen. Die Lehrinhalte beinhalten sowohl den Projektbegriff und die Projektarten als auch Leistungsplanung, Ressourcen- und Kostenplanung,</p>

	Projektorganisation, IT-gestützte Projektdokumentation und das abschließende Projekthandbuch.
--	---

Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt I
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Projektdokumentation)
Lehrinhalte	<p>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 gleichen es mit Beobachtungen und Erfahrungen im Rahmen des Praxisprojekts ab. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt.</p> <p>Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch den Lehrveranstaltungsleiter bzw. die Lehrveranstaltungsleiterin: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt II
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Projektdokumentation)
Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf die im Praxisprojekt I erworbenen Erfahrungen und die in Fachlehrveranstaltungen erworbenen weiteren Kenntnisse und Fähigkeiten haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr erworbenes Wissen auf reale Projekte anzuwenden – vor allem die Kompetenzen im Bereich Projekt- und Qualitätsmanagement, sowie die fachspezifische Problemlösungskompetenz sollen so gefestigt und anwendbar gemacht werden. In Zusammenarbeit mit Unternehmen oder anderen Institutionen werden Problemstellungen aus den Bereichen des Studiengangs im Rahmen von Projekten bearbeitet. Die Planung, Durchführung, Budgetierung und Evaluierung der Projekte wird eigenständig durchgeführt – sowohl die Bildung des Projektteams als auch Implementierung von Qualitätsmanagement wird von den Studierenden selbst durchgeführt, um Entscheidungskompetenz zu fördern und reale Folgen zu vermitteln.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ELE	Electives	3 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Electives I & II (E):</p> <p>Sport Bortz, J.: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin u. a., Springer-Verlag, 20056 Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin u. a., Springer-Verlag, 20033 Breuer, Ch./Michels, H. (Hrsg.): Trendsport – Modelle, Orientierungen und Konsequenzen, Aachen, 2003 Galli, A.: Sportmanagement. München, Vahlen, 2002 Groll, M.: Transnationale Sportpolitik - Analyse und Steuerungs-ansatz sportpolitischer Interaktionen, Aachen, Meyer und Meyer, 2005 Heinemann, K.: Einführung in Methoden und Techniken empirischer Forschung im Sport. Sport und Sportunterricht; Bd. 15, Schorndorf, Hofmann, 1998 Lüschen, G./Rütten, A.: Sportpolitik – sozialwissenschaftliche Analysen, Stuttgart, Nagelschmid, 1996 Rittner, V./Breuer, C.: Kommunale Sportpolitik. Wege aus dem Dornröschenschlaf, Köln, Sport & Buch Strauss, 2000 Schildmacher, A.: Trends und Moden im Sport, in: dvs-Informationen, 13/1998, S. 14-19 Schmidt, R.: Pop – Sport – Kultur. Praxisformen körperlicher Aufführungen, Konstanz, 2000 Schneider, Sylvia/Erb, H. H.: Sport for fun: alle Trendsportarten - was du dafür brauchst, was sie dir bringen, Würzburg, Arena-Verlag, 2000 Schubert, K.: Politikfeldanalyse, Opladen, Leske und Budrich, 1991 Weiß, O.: Einführung in die Sportsoziologie, Wien, WUV, 1999</p> <p>Kultur Fuchs, M.: Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe. Eine Einführung in Theorie, Geschichte und Praxis, Opladen, VS Verlag, 1999 Heinrichs, W.: Kulturpolitik und Kulturfinanzierung. Strategien und Modelle für eine politische Neuorientierung der Kulturfinanzierung, München, Beck, 1997 Kramer, D.: Handlungsfeld Kultur. Zwanzig Jahre Nachdenken über Kulturpolitik, Texte zur Kulturpolitik, Band 8, Essen, Edition Umbruch, 1996</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Electives I & II (E):</p> <p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport- und Kulturentwicklung. Sie können Institutionen und Personen diesbezüglich beraten und die erworbenen Kenntnisse, insbesondere die Methoden der integrierten Sport- und Kulturentwicklung, anwenden. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Erfolgsfaktoren durch eigene theoretische und praktische Arbeit und die Auseinandersetzung mit Beispielen/Fallstudien. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen der Sport- und der Kulturbranche aufzeigen und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten abschätzen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Elective I
Umfang	1 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Bedeutung und Anwendung der Sport- und Kulturentwicklung Auftrag und Bedeutung des Sports und der Kultur, Aufgaben der Politik Wandel des Sports: Differenzierungs-, Individualisierungs- und Pluralisierungstendenzen, Kommerzialisierungs-, Professionalisierungs- und Mediatisierungsphänomene Wandel der Kultur: Kommerzialisierungs- und Professionalisierungsphänomene Integrierte Sport- und Kulturentwicklungsplanung und zukunftsorientierte Stadtentwicklungsplanung Angebots-, Organisations- und Infrastrukturentwicklung Beispiele/Fallstudien</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Elective II (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Die Zukunft des Sports und der Kultur: Branchen- und F&E-Aktivitäten Humanressourcen/Kompetenzen Aufbau der Sport- und der Kulturbranche Entwicklung der Sport- und der Kulturbranche Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms Erkennung von Entwicklungen/Trends Bewertung der Entwicklungen Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen Nutzung der Entwicklungen</p> <p>Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten</p>

Grafische Übersicht über die Module Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement VZ

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
1	SPW	SPW	SPM	EVT	AUS	BER
2			SPM			
3		KUM				
4	KUM		MUL			
5		KUM	ELE			
6	KUM		PRA			
7		KUM		PRA		
8	KUM		PRA			
9		KUM		PRA		
10	KUM		PRA			
11		KUM		PRA		
12	KUM		PRA			
13		KUM		PRA	CON	
14	KUM		PRA			CON
15		KUM		PRA	CON	
16	KUM		PRA			CON
17		KUM		PRA	CON	
18	KUM		PRA			CON
19		KUM		PRA	CON	
20	KUM		PRA			CON
21		KUM		PRA	CON	
22	KUM		PRA			CON
23		KUM		PRA	CON	
24	KUM		PRA			CON
25		KUM		PRA	CON	
26	KUM		PRA			CON
27		KUM		PRA	CON	
28	KUM		PRA			CON
29		KUM		PRA	CON	
30	KUM		PRA			CON

Zielsetzungen der Module (Organisationsform Vollzeit)

Vollzeit	ECTS		%
Sport, Kultur & Veranstaltung		35	19
SPW (Sportwissenschaften)	7		
SPM (Sportmanagement)	8		
KUW (Kulturwissenschaften)	7		
KUM (Kulturmanagement)	8		
VER (Veranstaltungsmanagement & Recht)	5		
Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ		17	10
INT (International Arts & Sports Management & Area Studies)	7		
EVE (Place/Mobile Events & Destination Management)	4		
EVT (Konzeptwerkstatt/Creative Lab & Eventinszenierung & Eventtechnik)	6		
Management & Wirtschaftswissenschaften		25	14
WIR (Wirtschaftswissenschaften)	5		
CON (Rechnungswesen & Controlling)	7		
MAK (Marketing & Kommunikationsmanagement)	5		
ANG (Angewandte Marketing- & Finanzplanung)	4		
MFO (Marktforschung)	4		
Sozialkompetenz & Multimedia		22	12
SOZ (Sozialkompetenz)	5		
MUL (Multimedia)	5		
FRS (Fremdsprache)	12		
Interkulturelle Kompetenz		30	17
AUS (Auslandssemester)	30		
Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten		51	28
WIS (Wissenschaftliches Arbeiten)	14		
BER (Berufspraktikum)	24		
PRA (Praxisprojekte & Projektmanagement)	10		
ELE (Electives)	3		
Summe		180	100

3.5 Modularisierung Berufsbegleitend)

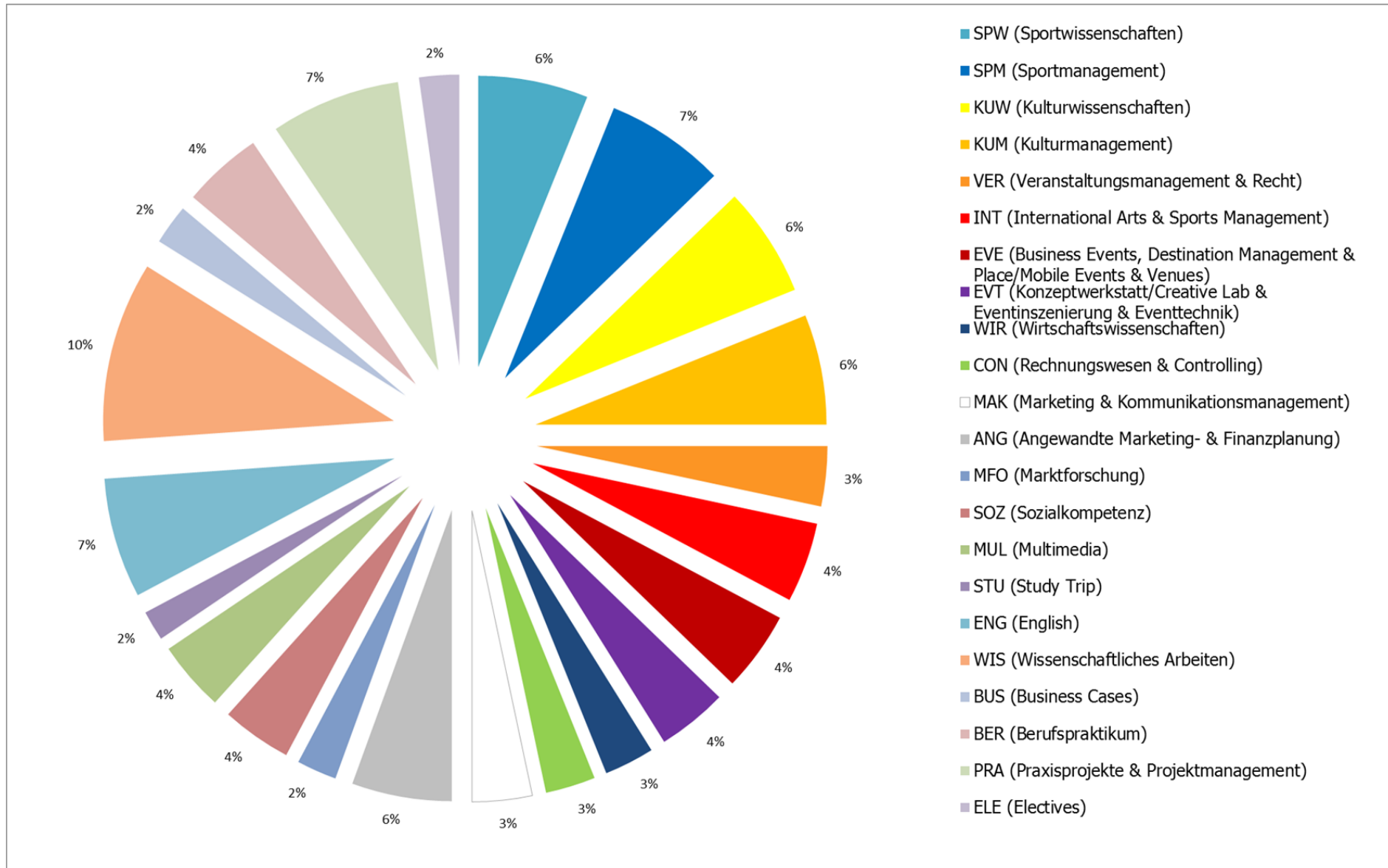
Das Programm des **berufsbegleitenden Studiengangs** unterteilt sich in 23 aufeinander abgestimmte Module. Für die nachfolgenden Modulbeschreibungen werden folgende Abkürzungen verwendet. Diese flossen auch in die Bezeichnungen der einzelnen Lehrveranstaltungen ein.

Abkürzungen	
SPW	Sportwissenschaften
SPM	Sportmanagement
KUW	Kulturwissenschaften
KUM	Kulturmanagement
VER	Veranstaltungsmanagement & Recht
INT	International Arts & Sports Management
EVE	Business Events, Destination Management & Place/Mobile Events & Venues
EVT	Konzeptwerkstatt/Creative Lab & Eventinszenierung & Eventtechnik
WIR	Wirtschaftswissenschaften
CON	Rechnungswesen & Controlling
MAK	Marketing & Kommunikationsmanagement
ANG	Angewandte Marketing- & Finanzplanung
MFO	Marktforschung
SOZ	Sozialkompetenz
MUL	Multimedia
ENG	English
STU	Study Trip
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten
BUS	Business Cases
BER	Berufspraktikum
PRA	Praxisprojekte & Projektmanagement
ELE	Electives

Die Module ordnen sich den folgenden Themenfeldern zu:

- Sport, Kultur & Veranstaltung (SPW, SPM, KUW, KUM, VER)
- Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ (DIS, INT, EVE, EVP, EVT)
- Management & Wirtschaftswissenschaften (WIR, CON, MAK, ANG, MFO)
- Sozialkompetenz & Multimedia (SOZ, MUL, ENG)
- Interkulturelle Kompetenz (STU)
- Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten (WIS, BUS, BER, PRA, ELE)

Somit ergibt sich folgende Aufteilung der Module nach ECTS über das gesamte Studium:



Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SPW	Sportwissenschaften	11 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Sportwissenschaften I</p> <p>Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.) (2013). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UVK Lucius (UTB). Jarvie, G. (2012). Sport, Culture and Society. An Introduction. 2nd edition. London, New York: Routledge. Krüger, M. & Langenfeld, H. (Hrsg.). (2010). Handbuch Sportgeschichte. Schorndorf: Hofmann. Tietjens, M. & Strauß, B. (Hrsg.). (2006). Handbuch Sportpsychologie. Schorndorf: Hofmann. Weis, K. & Gugutzer, R. (Hrsg.). (2008). Handbuch Sportsoziologie. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Sportwissenschaften II</p> <p>Graf, C. (Hrsg.). (2011). Lehrbuch Sportmedizin: Basiswissen, präventive, therapeutische und besondere Aspekte. 2. Auflage. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag. Gollhofer, A. & Müller, E. (Hrsg.) (2009). Handbuch Sportbiomechanik. Schorndorf: Hofmann. Hohmann, A., Lames, M. & Letzelter, M. (2014). Einführung in die Trainingswissenschaft. 6. Auflage. Wiebelsheim: Limpert. Plesch, C., Sieven, R. & Trzolek, D. (2011). Handbuch Sportverletzungen. 2. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer.</p> <p>Angewandte Sportwissenschaften</p> <p>Bös, K. & Brehm, W. (Hrsg.). (2006). Handbuch Gesundheitssport. 2. Auflage. Schorndorf: Hofmann. Neumann, P. & Balz, E. (2013). Sport-Didaktik: Pragmatische Fachdidaktik für die Sekundarstufe I und II. Berlin: Cornelsen.</p>	

	<p>Seewald, F., Kronbichler, E. & Größing, S. (2001). Sportökologie. Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung. Wiesbaden: Limpert (UTB).</p> <p>Schwark, J. (2013). Sporttourismus. Konstanz: UVK Lucius (UTB).</p>
--	---

Kompetenzerwerb	<p>Sportwissenschaften I</p> <p>Die Studierenden wissen um die historische Entwicklung von Bewegung sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung. Sie kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportpsychologie und Sportsoziologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorporus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p> <p>Sportwissenschaften II</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis bewegungswissenschaftlicher, trainingswissenschaftlicher und sportmedizinischer Aspekte des Sports. Sie kennen die anatomischen und physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorporus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p> <p>Angewandte Sportwissenschaften</p>
-----------------	--

	<p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der mehrperspektivischen Vermittlung des Sports in gesundheits- oder naturbezogenen Kontexten.</p> <p>Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Vermittlung von Sport in unterschiedlichen Bewegungsfeldern verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorporus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.</p> <p>Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften I
Umfang	5 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Psychologie und der Soziologie werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung am Individuum, seiner Einbettung in soziale Strukturen und Prozesse, den daraus historisch resultierenden Erwartungen und Rollen sowie den sozial geteilten und konstruierten Realitäten erfahren die Studierenden das komplexe Wechselspiel zwischen Individuum und Gesellschaft im Sport.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften II
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel anatomischer und physiologischer Strukturen und Prozesse und ihre Bedeutung für sportliche

	Bewegungen und das sportliche Training.
Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Sportwissenschaften
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Vermittlung von Sport werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung am Prinzip der Mehrperspektivität erfahren die Studierenden die multiplen Vermittlungsperspektiven des Sports.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SPM	Sportmanagement	12 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Sportmanagement I</p> <p>Breuer, C. & Thiel, A. (Hrsg.). Handbuch Sportmanagement. 2. Auflage. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.) (2012). Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Trenberth, L. & Hassan, D. (Eds.). (2012). Managing Sport Business. An Introduction. London, New York: Routledge.</p> <p>Sportmanagement II</p> <p>Ferrand, A., Torrigiani, L. & Camps i Povill, A. (2007). Routledge Handbook of Sports Sponsorship. Successful strategies. London, New York: Routledge.</p> <p>Hopwood, M., Skinner, J. & Kitchin, P. (Eds.). (2010). Sport Public Relations and Communication. Oxford, Burlington: Butterworth-Heinemann.</p> <p>Newman, T., Peck, J., Harris, C. & Wilhide, B. (2013). Social Media in Sport Marketing. Scottsdale: Holcomb Hathaway.</p> <p>Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Sport-Marketing. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Schaffrath, M. (2012). Sport-PR als Beruf: Empirische Studie zum Aufgaben- und Anforderungsprofil von Pressesprechern im Sport. Berlin, Münster: Lit.</p> <p>Schwarz, E.C., Hunter, J.D. & LaFleur, A. (Eds.). (2012). Advanced Theory and Practice in Sport Marketing. 2nd</p>	

	<p>edition. London, New York: Routledge.</p> <p>Sportmanagement III</p> <p>Balz, E. & Kuhlmann, D. (2009). Sportentwicklung, Grundlagen und Facetten. Aachen: Meyer & Meyer. Houlihan, B. (Ed.). (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge. Houlihan, B. & Green, M. (2008). Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy. Amsterdam: Elsevier. Hylton, K. (2013). Sport Development: Policy, Process and Practice. London: Routledge. Robson, S. (Ed.). (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge. Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.). (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung, Schorndorf: Hofmann.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Sportmanagement I</p> <p>Die Studierenden wissen um die Spezifika des Sportmarkts sowie seiner AkteurInnen und Güter. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmanagements verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sportmanagement II</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika des Marketings unterschiedlicher Typen von Sportanbietern. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmarketings, Sportsponsorings und der Kommunikation im Sport verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p> <p>Sportmanagement III</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, der Steuerung und Governance im Sport sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.</p>

Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement I
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde des Sportmanagements werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an den institutionellen Strukturen des österreichischen und deutschen Sportsystems erfahren die Studierenden die Komplexität des Managements im Sport.

Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde des Marketings, Sponsorings und der Kommunikation werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an den spezifischen Besonderheiten des Handlungsfelds Sports gewinnen die Studierenden einen fundierten Einblick in die beschriebenen Themenfelder.
Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagement III
Umfang	5 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Sportentwicklung, Steuerungs- und Governanceforschung sowie der Sportentwicklungsplanung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die zentralen AkteurInnen staatlicher Sportpolitik sowie die grundlegenden Maßnahmen staatlicher Sportförderung werden aufgearbeitet. Mit der Orientierung an Prozessen sozialen Wandels erfahren die Studierenden die komplexe Dynamik moderner Gesellschaften.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KUW	Kulturwissenschaften	11 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1.,2.,3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Kulturwissenschaften I</p> <p>Adorno, Theodor W. (2003): Kulturindustrie oder Aufklärung als Massenbetrug, in: Horkheimer, Max / Adorno, W. Theodor: Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente, Fischer Taschenbuch</p> <p>Assmann, Aleida (2013): Einführung in die Kulturwissenschaft. Schmidt</p> <p>Behrens, Roger (2004): Kulturindustrie. Transcript.</p> <p>Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit, Suhrkamp</p> <p>Eagleton, Terry (2001): Was ist Kultur? Eine Einführung, Beck.</p> <p>Hauser, Arnold (1988): Kunst und Gesellschaft, dtv</p> <p>Jauß, Hans Robert: „Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft“, in: Warning, Rainer (1975): Rezeptionsästhetik, UTB</p> <p>Jäger, Friedrich / Liebsch, Burkhard / Staub, Jürgen (2004): Handbuch der Kulturwissenschaft. Grundlagen und Schlüsselbegriffe; Paradigmen und Disziplinen; Themen und Tendenzen; Metzler Verlag</p> <p>Kerle, Dietrich (2003): Medienkunde, Reclam</p> <p>Lessig, Lawrence: remix, auf: http://remix.lessig.org/book.php</p> <p>Lord, Barry und Gail Dexter (2010): Artists, patrons, and the public: Why culture changes, AltamiraPress</p> <p>Lingensa, Annemone / Müller, Daniel (Hrsg.) (2008): Rezeption: die andere Seite der Medienumbrüche, Transcript</p> <p>Münker, Stefan / Roesler Alexander (Hrsg.) (2008): Was ist ein Medium?</p> <p>Reckwitz, Andreas (2004): „Die Kontingenzperspektive der ‚Kultur‘. Kulturbegriffe, Kulturtheorien und das kulturwissenschaftliche Forschungsprogramm“, in: Friedrich Jaeger et al (Hrsg.): Handbuch</p>	

Kulturwissenschaften. Band 3: Themen und Tendenzen, Stuttgart/Weimar: J.B.Metzler Verlag, 1-20.
 Seidler/Böhn (2008): Mediengeschichte.
 Stalder, Felix: Neun Thesen zur Remix-Kultur
 Stegbauer, Christian (Hrsg.) (2008): Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften, VS Verlag
 Welsch, Wolfgang (2010): Ästhetisches Denken. Reclam
 Wolfram, Gernot (2014): Der leuchtende Augenblick. Über Menschen und Orte des Lesens. Hentrich&Hentrich

Kulturwissenschaften II

Bhabha, Homi S. (2000): Die Verortung der Kultur. Stauffenberg.
 Breidenbach, Joana / Zukriegl, Ina (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo
 Bourdieu, Pierre (2001): Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes, Suhrkamp
 Bourdieu, Pierre (1987): Die feinen Unterschiede. : Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Suhrkamp
 Butler, Judith (2003): Das Unbehagen der Geschlechter. Suhrkamp.
 Erfurt, Jürgen (2005): Frankophonie: Sprache - Diskurs – Politik, Francke
 Hall, Stuart (2004): Ideologie, Identität, Repräsentation. Argument-Verlag.
 Hartmann, Frank (2008): Medien und Kommunikation, UTB
 Hepp, Alexander (2008): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
 Jurt, Joseph (2008): Pierre Bourdieu, Reclam.
 Tröndle, Martin et al (2014): Is this art? An experimental study on visitors judgement's of Contemporary Art.
<http://cus.sagepub.com/content/early/2014/04/07/1749975513507243>
 Klüger, Ruth (1996): Frauen lesen anders. Deutsche Literatur in anderer Beleuchtung, dtv
 Kumoll, Karsten (2005): „From the native's point of view“?: kulturelle Globalisierung nach Clifford Geertz und Pierre Bourdieu, transcript
 Lüsebrink, Hans-Jürgen (2012): Interkulturelle Kommunikation. B.J. Metzler
 Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB
 Marschall, Susanne / Bieberstein, Rada (2014): Indiens Kino Kulturen. Geschichte – Dramaturgie – Ästhetik, Schüren Verlag
 Mörtenböck, Peter / Mooshammer, Helge (2010): Netzwerk Kultur: Die Kunst der Verbindung in einer globalisierten Welt, Transcript

	<p>Rose, Tricia (2008): The Hip Hop Wars, Basic Civitas Books Terkessidis, Mark (2010): Interkultur. Suhrkamp Yousefi, Hamid Reza (2014): Interkulturelle Kommunikation. Eine praxisorientierte Einführung. UVK Wolfram, Gernot (2013): Das verschlossene Zimmer. Von der Schwierigkeit, über die neuen Revolutionen zu sprechen. Ein interkultureller Ansatz. In: Bettermann, Erik und Grätz, Ronald (2013): Zwischen den Fronten. Grenzen neutraler Berichterstattung. Ifa-Institut in Zusammenarbeit mit Deutsche Welle Akademie. Steidl</p> <p>Journals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Journal of Cultural Sociology • International Review of the aesthetics and Sociology of Music • Theory Culture & Society <p>Angewandte Kulturwissenschaften Vgl. Kulturwissenschaft I, II, Kulturmanagement I, II, III</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Kulturwissenschaften I</p> <p>Die Studierenden werden an kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen herangeführt und mit zentralen Paradigmen kultureller und gesellschaftlicher Entwicklungen vertraut gemacht. Sie können die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte beschreiben und zusammenfassen, Einflüsse aus der Medienentwicklung identifizieren und zeitlich verorten sowie große Themen wie „Identität“ und „Gedächtnis“ erläutern. Sie erkennen den Zusammenhang aus Kunst und Gesellschaft und können diesen rezeptionsästhetisch und kommunikationstheoretisch erklären.</p> <p>Kulturwissenschaften II</p> <p>Die Studierenden erkennen die unterschiedlichen Einflüsse auf kulturelle und soziale Repräsentationsstrukturen und könnten diese auf kulturmanageriale und kulturbetriebliche Zusammenhänge umlegen. Sie sind mit den Begrifflichkeiten und Ansätzen der Kultursoziologie nach Pierre Bourdieu vertraut und können diese an Beispielen erläutern. Sie können Zusammenhänge der Interkulturellen Kommunikation erläutern und sowohl für grenzüberschreitende als auch für multikulturelle Anordnungen einordnen. Sie können Machtverhältnisse hinterfragen und die Ansätze der Cultural Studies beschreiben und erläutern.</p> <p>Angewandte Kulturwissenschaften</p>

	Die Studierenden können am konkreten Beispiel Themen und Analysemöglichkeiten finden und Ergebnisse kritisch hinterfragen. Sie setzen die kulturmanagerialen und kulturwissenschaftlichen Termini ein und erläutern und begründen Zusammenhänge zwischen Kunst, Kulturbetrieb und Gesellschaft.
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften I
Umfang	5 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Kulturwissenschaft I führt in die grundlegenden Zusammenhänge kulturwissenschaftlicher Betrachtungsweisen und Forschungsschwerpunkte ein und zielt darauf ab, den Referenzrahmen für Kulturmanagement zu erweitern. Definitionen von Kultur und Implikationen von Kulturbegriffen, kulturelle Prozesse, künstlerische Produktion und Rezeption werden in kulturwissenschaftliche Paradigmen eingebettet und historisch verankert. Kulturelle Konstrukte, die Gesellschaften zur Orientierungshilfe dienen, werden in ihren Veränderungen betrachtet, wie die Vorstellungen von „Zeit“ und „Raum“. Zentrale Fragen wie jene nach der Entstehung von individuellen und kollektiven Identitäten, nach dem Zusammenhang aus „Gedächtnis“ und „Erinnerung“ und der Bedeutung des kulturellen Gedächtnisses werden nach u.a. Aleida Assmann dargestellt und diskutiert. Eine besondere Berücksichtigung erfährt die „Medialität“, der fundamentale Einfluss von Sprache und Buchdruck sowie der technologiebasierten, elektronischen und digitalen Medien auf gesellschaftliche Neuordnungen und menschliche Wahrnehmung. Schließlich wird die Beziehung zwischen Kunst und Gesellschaft im Zusammenhang mit der „ästhetischen Kultur“ als gesellschaftliches Grundmuster (nach Barry und Gail Dexter Lord) beleuchtet.</p> <p>Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kultur und Kulturbegriffsdefinitionen und historische Einordnung kulturphilosophischer Positionen

	<ul style="list-style-type: none"> - Sprache, Medien, Medienentwicklung und deren Auswirkungen auf Kunst und Gesellschaft (von der Gutenberg-Ära zur Industriellen Revolution über Kulturindustrie zu Remix Culture und Digitalen Revolution) - Kunst und Gesellschaft (nach rezeptionsästhetischen und kommunikationstheoretischen Ansätzen) - Zeit und Raum - Identität und Gedächtnis
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften II
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Kulturwissenschaften II fokussiert auf kultursoziologische Erkenntnisse, die Bedeutung von interkultureller Kommunikation und den Einfluss der Cultural Studies:</p> <p>Mit dem radikalen Perspektivenwechsel auf Alltags- und Populärkultur sowie die Hinterfragung hochkultureller Normen forderten die Cultural Studies mit einem „interventionalistischen Verständnis“ (Oliver Marchart) neue Betrachtungsweisen in der Kulturtheorie ein: Diese betreffen die Sichtbarmachung und Einbeziehung von Minderheiten (Race, Class, Gender), die Auseinandersetzung mit Sub- und Populärkulturen sowie die wissenschaftliche Berücksichtigung von Machtkonstellationen und deren Auswirkungen auf kulturelle Ordnungen und Repräsentationen. Die Kultursoziologie hebt in diesem Zusammenhang besonders soziale Phänomene hervor: Mit den theoretischen Ansätzen von Pierre Bourdieu lässt sich die Verschränkung von kulturellen Symboliken und sozialem Handeln als Regelwerk von habitualisierten Werten und Normen beschreiben. Anhand des Kunstfelds beschrieb Bourdieu wie sich der Geschmack des Bürgertums im 19. Jahrhundert durchgesetzt hat. Soziale und kulturelle Prägungen werden als implizite Voraussetzungen gesellschaftlicher Hierarchien erkennbar. Für Kulturmanagement eröffnen diese Ansätze die theoriegestützte Auseinandersetzung mit Kulturbetrieben als neuralgische Einrichtungen, in denen soziale Anordnungen reproduziert, oder aber erneuert werden können. In der interkulturellen Kommunikation spielen sowohl habitualisierte kulturelle und soziale Prägungen, wie auch normierte Werte eine tragende Rolle. Sowohl in Zusammenhang mit den neu entstehenden Einwanderungsgesellschaften in europäischen Ländern als auch im Zuge der intensivierten Globalisierung gewinnen interkulturelle Kommunikation sowie transkulturelle Reflektion an fundamentaler Bedeutung. Politische Modelle von multikulturellem Zusammenleben, Massentourismus, Neuordnungen in der Wirtschaft und die weltweiten Migrationsbewegungen zählen zu den zentralen Einflüssen. Mit strukturgebenden Begriffen wie Kulturtransfer und Kulturexport, Multi- und</p>

	<p>Transkulturalität wird das Feld der interkulturellen Kommunikation so beleuchtet, dass die Verbindungen zu kulturbetrieblichen und kulturmanagerialen Aufgaben nachvollziehbar werden. Der institutionelle Einfluss von Global Playern wie Goethe-Institut und Frankophonie wird an Fallbeispielen verdeutlicht.</p> <p>Kultursoziologie, interkulturelle Kommunikation und Ansätze der Culture Studies ergänzen sich in ihren Theorien, um den aktuellen Herausforderungen von Kulturbetrieben in ihrer gesellschaftlichen Bedingtheit zu begegnen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Kulturwissenschaften
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>Angewandte Kulturwissenschaft bietet die Möglichkeit, Erkenntnisse und Wissen aus Kulturwissenschaft I und II sowie aus Kulturmanagement I und II zusammenzufügen und im praxisbezogenen Kontext zu analysieren. Dazu eignen sich unterschiedliche Formen und Umsetzungsmöglichkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aufbereitete Exkursion zu einem Kulturbetrieb inkl. Führungen und Gesprächen mit AbteilungsleiterInnen – Vergleichende Ausstellungsanalysen über einen längeren Zeitraum (im Unterschied zu einer kompakten Exkursion) – Festivalbesuch mit anschließender Programmanalyse und kritische Einpassung in kulturmanageriale sowie kulturwissenschaftliche Kontexte – Gastvorträge von KünstlerInnen, KuratorInnen, KulturpolitikerInnen und/oder KulturmanagerInnen mit moderiertem Plenum – Gemeinsame vergleichende Analyse zweier Städte/Regionen anhand ihrer Kulturangebote – Gemeinsame Analyse eines Kunstwerks auf ästhetische Codes, thematische Zusammenhänge, Verbreitungs- und Wirkungsgeschichte – Gemeinsame Analyse interkultureller Zusammenhänge in einer Region <p>Die Lehrveranstaltung soll Möglichkeit zur Vertiefung und Anwendung bieten und die Prozesshaftigkeit kulturwissenschaftlichen Wissenserwerbs unterstützen.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
KUM	Kulturmanagement	11 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2.,3.,4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Kulturmanagement I</p> <p>Bunz, Mercedes (2012): Die stille Revolution. Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen. Suhrkamp</p> <p>departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh (Hrsg.); Fritz, Martin; Dögl, Christian (2008): White Paper, focus Kunst – Handlungsfelder und Verwertungsstrategien, Wien; Download: http://www.departure.at/jart/prj3/departure_web/data/uploads/website_downloads/2011/white_papers/white_paper_kunst.pdf</p> <p>Dokalik, Dietmar (2010): Musik-Urheberrecht für Komponisten, Musiker, Produzenten und Musiknutzer. Extraplatte</p> <p>Elfert, Jennifer (2009): Theaterfestivals: Geschichte und Kritik eines kulturellen Organisationsmodells, Bielefeld: Transcript</p> <p>Glogner-Pilz (2010): Das Kulturpublikum. VS Verlag.</p> <p>Hausmann, Andrea (2011): Kunst und Kulturmanagement. Springer Verlag</p> <p>Heinrichs, W. (1999): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus</p> <p>Heinrichs, Werner (2006): Der Kulturbetrieb.</p> <p>Henze, Raphaela (2013): Kunst und Management. Eine Annäherung. Springer</p> <p>Höhne, Steffen (2009): Kunst- und Kulturmanagement. Eine Einführung. Fink Verlag</p> <p>Hünnekens, Annette (2011): Expanded Museum: kulturelle Erinnerung und virtuelle Realität. Transcript.</p> <p>Kennedy: The spectator and the spectacle: audiences in modernity and postmodernity. Cambridge University Press</p> <p>Klein, Armin (2007): Der exzellente Kulturbetrieb. Springer Verlag.</p>	

Korinek, Karl (2004) (Hrsg.): Kulturrecht im Überblick. Facultas Verlags GmbH
 Limper, Josef / Lücke, Martin (2013): Management in der Musikwirtschaft. Kohlhammer Edition Kreativwirtschaft
 Lüddemann, Stefan (2010): Kultur. Eine Einführung. Springer Verlag.
 Pomian, Krystoff (1998): Vom Ursprung des Museums: vom Sammeln. Wagenbach.
 Röper, Henning (2001): Handbuch Theatermanagement. Böhlau
 Schenk, Imbert (2010): Film- Kino- Zuschauer: Filmrezeption. Schüren.
 Schmid, Karlheinz (2007): Unternehmen Galerie. Schmid Verlag.
 Schneider, Wolfgang (2013): Theater entwickeln und planen: kulturpolitische Konzeptionen zur Reform der Darstellenden Künste.
 Schulze, Gerhard (2008): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Campus Verlag.
 Schoer, Hein (2014): The sounding museum box of treasures. Transcript.
 Teissl, Verena (2013): Kulturveranstaltung Festival. Formate, Entstehung und Potenziale. Transcript.
 Tschmuck, Peter (2003): Kreativität und Innovation in der Musikindustrie. Studienverlag
 Tschmuck, Peter (2008): Die ausgegliederte Muse: Budgetausgliederungen von Kulturinstitutionen in Österreich seit 1992. Studienverlag.
 Walz, Markus: Handbuch Museum. Geschichte, Aufgaben, Perspektiven
 Zembylas, Tasos (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. VS Verlag.
 Webjournale:
<http://www.on-curating.org/>
<http://www.kulturmanagement.net/>
<http://www.kulturenfokus.de/>

Kulturmanagement II

Anzinger, Kathrin / Philipp, Thomas (2011): Der neue Kulturentwicklungsplan für die Stadt Linz, PDF
http://kep.public1.linz.at/wp-content/uploads/2011/11/KEP_neu_Langfassung_Grunlagenpapier.pdf
 Birnkraut, Gesa (2011): Evaluation im Kulturbetrieb. VS Verlag
 Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2006): Kulturwirtschaft, Bonn
 Buysere, Kristof et al (2012): A Framework for European Crowdfunding. http://evpa.eu.com/wp-content/uploads/2010/11/European_Crowdfunding_Framework_Oct_2012.pdf
 Föhl, Patrick S. (2011): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik: ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven, VS Verlag.

	<p>Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung, VS Verlag</p> <p>Hanika, Karin (Hrsg.) (2003): Kulturelle Globalisierung und regionale Identität: Beiträge zum kulturpolitischen Diskurs; Dokumentation des Kulturpolitischen Kongresses vom 5. Bis 7. September 2002 in Ludwigsburg.</p> <p>Heimo, Konrad (2011): Kulturpolitik: Eine interdisziplinäre Einführung. Facultas.</p> <p>Heinze, T. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager, Westdeutscher Verlag</p> <p>Kohl, Monika (2007): Corporate Cultural Responsibility. Das kulturelle Engagement österreichischer Unternehmen, in: SWS-Rundschau (47. Jg.) Heft 3 / 2007, 343-362</p> <p>Knapp, Marion (2005): Österreichische Kulturpolitik und das Bild der Kulturnation: Kontinuität und Diskontinuität in der Kulturpolitik des Bundes seit 1944. Lang Verlag</p> <p>Martin Lücke (2014): Crowdfunding: Neue Finanzierungsform für kulturelle Projekte oder kurzer Hype? In: Steffen Höhne, Martin Tröndle (Hrsg.): Zeitschrift für Kulturmanagement: Kunst, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft</p> <p>Rögl, Heinz (1998): Kultur-Politik: Kulturverwaltung in Österreich, Wien: Österreichische Kulturdocumentation, Internationales Archiv für Kulturanalysen.</p> <p>Scheytt, Oliver (2008): Kulturstaat Deutschland: Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik. Transcript.</p> <p>Schindler, Jörg Michael: Kulturpolitik und Recht 3.0: von der Kulturverträglichkeitsprüfung zur kulturbezogenen Folgenschätzung. ARCCult Media.</p> <p>Schneider, Wolfgang: Ein Report: Porträts und Gespräche zur Kulturpolitik. Transcript.</p> <p>Schelepa, Susanne et al (2008): Zur sozialen Lage der Künstler und Künstlerinnen in Österreich, L&R Sozialforschung</p> <p>Teissl, Verena (2012): „Macht Geld die Welt rund? Betrachtungen zum kuratorischen und ökonomischen Prinzip in der europäischen Kulturarbeit“, in Wolfram, Gernot (Hrsg.): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript, S. 71-89</p> <p>Vakianis, Artemis (2008): Duales Controlling am Beispiel des Kulturbetriebes "Theater". Studienverlag.</p> <p>Vakianis, Artemis (2012): „Kooperationen als wichtige Überlebensstrategie und zentrale Arbeitsstruktur für Festivals am Beispiel des ‚steirischen herbst‘“, in: Wolfram, Gernot (Hrsg.): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript, S. 155-169.</p> <p>Wimmer, Michael (2011): Kultur und Demokratie. Studienverlag.</p> <p>Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2012): Kulturmanagement und europäische Kulturarbeit, Transcript.</p> <p>Zauner, Alfred (2003): Über Solidarität zu Wissen. Ein systemtheoretischer Zugang zu Nonprofit-Organisationen, in: BADEL, Christoph et al (Hrsg.) (2007): Handbuch der Nonprofit-Organisation, S. 141-164.</p> <p>Zembylas, Tasos / Alton, Juliane (2011): Evaluierung der Kulturförderung der Stadt Graz, Endbericht, PDF-Download http://personal.mdw.ac.at/zembylas/Texte/Studie_Evaluierung_der_Kulturfoerderung_in_Graz.pdf, unter</p>
--	--

Zembylas, Tasos (Hrsg.) (2000): Kunst und Politik. Kunstfreiheit. Geschlechterasymmetrie. Innsbruck/Wien: StudienVerlag.

Zelizer, Viviana (1995): The social meaning of money. Basic Books.

Kulturmanagement III

Ackermann, Felix (2013): Partizipative Erinnerungsräume. Dialogische Wissensbildung in Museen und Ausstellungen

Bamford, Anne (2006, dt. 2010): Der Wow-Faktor: eine weltweite Analyse der Qualität künstlerischer Bildung, Münster: Waxmann.

Besand, Anja (Hrsg.) (2012): Politik trifft Kunst. Zum Verhältnis von politischer und kultureller Bildung

Ehrmayer, Cornelia (2002): Kulturvermittlung und Partizipation. Bewertung von fünf Kulturvermittlungsprojekten unter dem Aspekt der Partizipation im Auftrag des Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Wien: BMUKK

Früchtl, Josef (2001): Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens. Suhrkamp.

Hofmann, Anna (2013): Kino erleben und begreifen: Filmanalyse mit Kindern und Jugendlichen. Facultas.

Hoffman, Hilmar (1979): Kultur für alle.

Kawashima, Nobuko (2000): Beyond the Division of Attenders vs. Non-attenders: a study into audience development in policy and practice, University of Warwick.

Klein, Naomi (2005): No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht – Ein Spiel mit wenigen Gewinnern und vielen Verlierern.

Mandel, Birgit (2005): Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing: Eine Profession mit Zukunft. Bielefeld, Transcript

Mandel, Birgit (Hrsg.) (2008): Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung. Kopaed

Mandel, Birgit (2009): PR für Kunst und Kultur. Transcript.

Mandel, Birgit (2013): Interkulturelles Audience Development. Transcript

Mieke, Bal: Sagen, zeigen, Prahlen

Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen, in: dies., Kunstvermittlung 2, Berlin/Zürich: diaphanes, S. 9-33.

Muttenthaler, Roswitha / Wonisch, Regina (2006): Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen. Transcript.

Gudrun Quenzel (2005): Konstruktionen von Europa. Die europäische Identität und die Kulturpolitik der Europäischen Union, Transcript

	<p>Reijndas, Stijn (2011): Places of the imagination: media, tourism, culture, Ashgate Sandell R: Museums, Equality and Social Justice (2012) Taylor and Francis Spiller, Ralf (2010): Kultur 2.0: Neue Web-Strategien für das Kulturmanagement im Zeitalter von Social Media. Steinecke, Albrecht (2007): Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven. Oldenburg Verlag. Thiem, Marion (1994): Tourismus und kulturelle Identität. Die Bedeutung des Tourismus für die Kultur touristischer Ziel- und Quellgebiete. Bern und Hamburg 1994: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern Wallnöfer, Elsbeth (2011): Geraubte Tradition: Warum die Nazis unsere Kultur verfälscht haben. St. Ulrich.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Kulturmanagement I</p> <p>Die Grundlagenvorlesung Kulturmanagement I konzentriert sich darauf, die Studierenden auf die aufbauenden Module im Studium vorzubereiten. Die Studierenden erwerben eingehende und grundlegende Kenntnisse zum Kulturbetrieb, seinen Begrifflichkeiten, Strukturen und Rahmenbedingungen sowie seiner gesellschaftlichen Verankerung. Sie können diese Zusammenhänge beschreiben und Funktionsweisen, Aufgaben sowie aktuelle Herausforderungen und neue Tendenzen des Kulturbetriebs darstellen und durch Beispiele erläutern. Dem erworbenen Wissen können die Studierenden weiter die Bedeutung der nachfolgenden Module Kulturmanagement II und III entnehmen.</p> <p>Kulturmanagement II</p> <p>Die Studierenden kennen die Zusammenhänge von Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung und Sponsoring, können diese in ihren Grundsätzen unterscheiden und in ihrem jeweiligen Grundzusammenhang darstellen. Sie können die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen erläutern und an Beispielen veranschaulichen. Sie kennen neue Formate wie Crowdfunding und intensivierte Kooperationen in ihren Grundzügen und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen zu diskutieren und argumentieren.</p> <p>Kulturmanagement III</p> <p>In Kulturmanagement III werden die Ansätze, Potenziale und Wirkungsbereiche von Kulturvermittlung erläutert, die Studierenden können die unterschiedlichen Ansätze einordnen und an Beispielen erläutern. Sie erlangen die Fähigkeit kritischer Gegenüberstellung kulturvermittlerischer Ansätze und ihrer Wirkung auf Publika sowie ihrer Rückwirkung auf Kulturbetriebe. Sie können zwischen allgemeinen Marketinghandlungen und den besonderen</p>

	Anforderungen im Kulturbetrieb unterscheiden sowie die kulturmanageriale Perspektive auf interkulturelle und soziale Beziehungen identifizieren. Sie wissen um die konzeptionelle Bedeutung von Kulturvermittlung und die Diskurstiftung von PR und können diese zum Einsatz bringen.
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturmanagement I
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>In Kulturmanagement I steht als Grundlage für Kulturmanagement II und III der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Um die Strukturen des Kulturbetriebs zu verstehen, werden die Zusammenhänge im Kunst-, Musik-, Theater, Literatur-, Film- und Festivalbetrieb exemplarisch dargestellt. Dies umfasst das Zusammenwirken von produzierenden, vermittelnden, verwertenden und bewahrenden Institutionen, die Bedeutung von Trägerschaftsstrukturen (öffentlich-rechtliche, privatrechtlich-gemeinnützige, privatrechtlich-kommerzielle, privatwirtschaftliche u.a.); Aufgabenbereiche im Kulturbetrieb (Intendantz, Kuratoren, kreative und darstellende KünstlerInnen, ...), die Rolle von Interessensvertretungen, rechtliche Besonderheiten (z.B. Urheberrechtsregelungen, Arbeitsrecht) sowie Bezüge zum Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik.</p> <p>Der historischen Verankerung kommt insbesondere durch die Veränderungen von Angebots- und Publikumsstrukturen seit den 1970er Jahren eine bedeutsame Rolle zu: Eine hohe Anzahl traditioneller Kulturinstitutionen ging mit der Emanzipation des (Bildungs)Bürgertums im 18. und 19. Jahrhundert einher, während sich seit den 1970er Jahren gesellschaftliche Wandlungsprozesse in der Ausgestaltung von kulturellen Angeboten und seiner Wahrnehmung durch das Publikum abbilden. Diese relativ kurze Zeit tiefgehender Veränderungen hat den Kulturbetrieb vor neue Aufgaben gestellt, die mittels kulturmanagerialer Strategien bewältigt werden sollen.</p> <p>Die Grundaufgaben des Kulturbetriebs nach Werner Heinrichs (Initiieren, Produzieren, Vermitteln und Bewahren) erfahren vertiefte Bedeutung und Reflexion vor spezifischen Wirkungsbereichen und Angebotsformaten des Kulturbetriebs. Dabei werden in Erweiterung zu Heinrichs nicht nur die klassischen, sondern auch die neuen Formate berücksichtigt: Formen von soziokultureller Kultur, Kulturinitiativen, virtuelle Angebote, Netzwerke und Netzwerkkulturen. Mechanismen wie Gatekeeping werden reflektiert, das kulturbetriebliche Potenzial, Seh-, Hör-</p>

	<p>und Erlebensgewohnheiten im Rahmen der Aufgaben von Kulturbetrieben kontextualisiert und aktuelle interdisziplinäre Trends hin zu einem entgrenzten Kulturverständnis diskutiert.</p> <p>Die Entstehung von Kulturmanagement und seine Beziehung zum Kulturbetrieb werden abschließend dargestellt. Kulturmanagement I schließt mit einem Ausblick auf die Bedeutung von Kulturfinanzierung (Kulturmanagement II) und Kulturvermittlung bzw. -marketing (Kulturmanagement III): Vor dem Hintergrund demographischer, lebensstilorientierter und technologiebasierter Veränderungen rücken kulturelle Produktion, Verbreitung und Erfahrung für Erhalt und Neuerung in den Mittelpunkt von Kulturmanagement.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturmanagement II
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>Zahlreiche gesellschaftliche und kulturpolitische Veränderungen kennzeichnen Kulturfinanzierung als jenes zentrale Aufgabenfeld, das kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts der Stagnation öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit und Angebotsdichte zählt Kulturfinanzierung zu den zentralen Kompetenzen innerhalb des Kulturmanagements einerseits. Andererseits bieten neue Formen wie Crowdfunding, intensivierete nationale und internationale Kooperationen sowie Vernetzungsstrukturen neue Herausforderungen in rechtlicher, konzeptueller und vermittlerischer Hinsicht.</p> <p>Grundsätzlich lässt sich Kulturfinanzierung auf zwei Ebenen betrachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und Know-how von Finanzierungakquise und Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen, Verfahrensstandards und Kulturentwicklungspläne der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring in Form einer Partnerschaftsgestaltung als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Die besondere Herausforderung von Sponsoren-Finanzierung liegt in der reflektierten Auswahl möglicher Sponsoren, in der Schaffung adäquater Gegenleistungen und der darin begründeten nachhaltigen Partnerschaftsgestaltung auf Augenhöhe. - Auf der ideellen und ideologischen Ebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft

	<p>erfordert a) eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme und die Rückkoppelungen auf den Kulturbetrieb und b) das Verstehen der Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb.</p> <p>Schließlich sind neu entstehende Finanzierungsmodelle (z.B. Crowdfunding, internationale Kooperationen) Gegenstand von Kulturmanagement II.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturmanagement III
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanente Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>Setzt Kulturförderung bei der kulturellen Produktion und ihren aktuellen Herausforderungen an, so sind Verbreitung und Vermittlung jene zentralen Handlungsfelder im Kulturmanagement, denen im besonderen Maße kultursoziologische und diskursstiftende Ansprüche erwachsen. Seit den 1990er Jahren erfahren unterschiedliche Facetten von Kulturvermittlung sowie eine branchengerechte Gestaltung von Marketing erhöhte Aufmerksamkeit. Diese leitet sich aus mehreren Umständen ab:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vor der Dichte kultureller Angebote rückt die Aufmerksamkeitsökonomie in den Mittelpunkt, um Publika zu erreichen - Veränderungen in der Demographie verändern Publika - Technologische Entwicklungen verändern kulturelles Nutzerverhalten und Erleben - Das von der UNESCO propagierte und in der Kulturpolitik im deutschsprachigen Raum formulierte Gebot der kulturellen Teilhabe und Vielfalt sind in ihrer Umsetzung erst in Entwicklung <p>Kulturvermittlung etabliert sich seit den 1980er Jahren in diversen Ausgestaltungen: Kulturpädagogik, kulturelle Bildung, Kunstvermittlung, Partizipation, interkulturelle Vermittlung, Kulturnutzung und Audience Development. Von der Anregung zu künstlerischer Betätigung für Laien im Sinne einer Persönlichkeitsentwicklung über Übersetzungsleistungen von künstlerischen Gütern bis zu strategischen Entwürfen, um Kunst und Kultur zu entgrenzen – durch besondere Konzepte, Öffnungszeiten, Orte – stellt Kulturvermittlung ein umfassendes kulturmanageriales Praxis- und Theoriefeld dar. Den kritischen typologischen Ansätzen von Carmen Mörsch folgend, spiegeln die unterschiedlichen kulturvermittlerischen Methoden und Ansätze der Kulturbetrieben enge und weite Möglichkeiten, um Kulturbetriebe durch Miteinbeziehung von Publika weiter zu entwickeln und institutionelle Wandlungsprozesse zu ermöglichen.</p>

Kulturmarketing ist nach Birgit Mandel ein Teilaspekt von Kulturvermittlung. Diese Sichtweise unterstreicht die Bedeutung von PR- und Presse-Strategien für Kulturbetriebe, um a) dialogische Beziehungen mit Publika und Öffentlichkeit zu etablieren und b) im Sinne künstlerischer Anliegen Diskursstiftung zu ermöglichen. Kunst und Kultur verhandeln Emotionen, sind Kraftfelder von Werten und symbolischen Repräsentationen – und damit auch von Wertewandel und Neuordnungen von Repräsentation. Darin liegen die Besonderheiten von Kulturmarketing, das sich zum einen klassische Marketingstrategien zu Nutze macht, zum anderen darüber hinaus reicht, um seinem Gegenstand gerecht zu werden: Künstlerische Güter für kulturelle Prozesse fruchtbar zu machen und Zugänglichkeit bei Publika zu schaffen.

Die neue Bedeutung von **Kulturtourismus**, die seit den 1990er Jahren auch im Kulturmanagement eine tragende Rolle spielt, wird als Angebotsfeld interkultureller Begegnungen und darin auch als Kulturvermittlung berücksichtigt.

Aufbau und Schwerpunkte:

- Ausgewählte Ansätze von Kulturvermittlung, deren Bedeutung für Angebotskonzepte sowie die Weiterentwicklung von Kulturbetrieben, unter besonderer Berücksichtigung des angelsächsischen Audience Development
- Besonderheiten Kulturmarketing und Stellenwert von diskursstiftender Öffentlichkeitsarbeit (inkl. Social Media und klassischer Pressearbeit)
- Kulturtourismus aus kulturmanagerialer, wirkungsorientierter Perspektive
- Partizipation als Methode

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
VER	Veranstaltungsmanagement & Recht	6 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Veranstaltungsmanagement</p> <p>Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited</p> <p>Bodwin, Glenn e.a. (2011): Events Management. Butterworth-Heinemann</p> <p>Nickel, O. (2007): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele. Vahlen</p> <p>Nufer, G. (2007): Eventmarketing und -Management: Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. Dt. Univ.-Verl.</p> <p>Einführung Recht</p> <p>Vögl, Klaus Christian (2012): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht. Lexis Nexis</p> <p>Vögl, Klaus Christian (2013): Veranstaltungen von A-Z. LexisNexis</p> <p>Koziol, H. / Welser, R. (2006): Grundriss des bürgerlichen Rechts I, Wien.</p> <p>Koziol, H. / Welser, R. (2007): Grundriss des bürgerlichen Rechts II, Wien</p> <p>Barta, H.: Zivilrecht. Einführung und Grundriss. (online).</p> <p>Bydlinski, P.(2010): Bürgerliches Recht I Allgemeiner Teil, Wien.</p> <p>Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Veranstaltungsmanagement</p> <p>Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation einschließlich der juristischen und technischen Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie beherrschen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzepte erstellen. Sie beherrschen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. Die Studierenden berücksichtigen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden.</p> <p>Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen bedeutsamen Fachkräfte auswählen.</p> <p>Die Studierenden reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vornehmen sollen. Dabei gewinnen sie ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events.</p> <p>Einführung Recht</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter den entsprechenden Bestimmungen zu subsumieren.</p> <p>Sie können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. Die Studierenden kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns.</p> <p>Es werden gesellschaftsrechtliche Normen sowie relevante Veranstaltungsgesetze vermittelt und anhand von Beispielfällen analysiert, eingeordnet und juristisch interpretiert.</p>
-----------------	---

Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsmanagement
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet.</p> <p>Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt.</p> <p>Die Phasen der Eventorganisation und –konzeption werden gezeigt.</p> <p>Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt.</p> <p>Konzepte für Business-events werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung Recht
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Das Fach Einführung Recht ermöglicht die Auseinandersetzung mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken.</p> <p>Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privaten Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen.</p> <p>Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung.</p> <p>Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im</p>

	<p>Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutz, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.</p>
--	--

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
INT	International Arts & Sports Management	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>International Arts Management (E)</p> <p>Borwick, Doug (2012): Building Communities, not audiences. ArtsEngaged Hal, Marieke van et al (ed.) (2010): The biennial reader. Feld, Brad (2012): Start Up Communities. Wiley and Sons Föhl, Patrick & Wolfram, Gernot (2014): Masters of Interspaces. Goethe-Institut Goldsmith, Stephen & Eggers, William D. (2004): Governing by network. The new shape of the public sector. Brookings Institution Press Henze, Raphaela / Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2013): Exporting Culture, VS Verlag Enwezor, Okwui: Mega Exhibitions and The Antinomies of a Transnational Global Form, Wilhem Fink Verlag Teissl, Verena (2013): „How and Why Film Festivals Contributed and Contribute to the Reception of the Latin American Film“, in: Maurer Queipo, Isabel (Hrsg.): Directory of World Cinema: Latin America. Bristol/Chicago: Intellect publishing, P. 20-27 Schindhelm, Michael (2014): Lavapolis. Matthes & Seitz Shils, Edward (2001): Towards a General Theory of Action. Transaction Publ Shifman, Limor (2013): Memes in Digital Culture. MIT Hal, Marieke van et al (ed.) (2010): The biennial reader. Henze, Raphaela / Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2013): Exporting Culture, VS Verlag Enwezor, Okwui: Mega Exhibitions and The Antinomies of a Transnational Global Form, Wilhem Fink Verlag Teissl, Verena (2013): „How and Why Film Festivals Contributed and Contribute to the Reception of the Latin</p>	

	<p>American Film", in: Maurer Queipo, Isabel (Hrsg.): Directory of World Cinema: Latin America. Bristol/Chicago: Intellect publishing, P. 20-27</p> <p>Valck, Marijke de (2007): Filmfestivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia: University Press of Amsterdam</p> <p>Journals: Cultural Policy Intl Journal of Arts Management</p> <p>Networks: http://www.ifacca.org/acorns/</p> <p>International Sports Management (E)</p> <p>Chappelet, J.-L. & Kübler-Mabbott, B. (2008). The International Olympic Committee and the Olympic System: The Governance of World Sport. London, New York: Routledge.</p> <p>Desbordes, M. & Richelieu, A. (2014). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice. London: New York: Routledge.</p> <p>Giulianotti, R. & Robertson, R. (2007). Globalization and Sport. Chichester: Wiley-Blackwell.</p> <p>Holt, R. & Ruta, D. (2014). Routledge Handbook of Sport and Legacy: Meeting the Challenge of Major Sports Events. London, New York: Routledge.</p> <p>Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G. (Eds.) (2012). International Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics.</p>
Kompetenzerwerb	<p>International Arts Management (E)</p> <p>Students can distinguish levels of internationalization and their respective challenges within the concepts of Globalization and Glocalization and also in their historical development. They are able to differ between European challenges and worldwide phenomena and they gain sensibility for North-South-relations and cultural dominance. They know the basic terms such as "Cultural Transfer" and they realize the worldwide pluralism of aesthetic practice. They understand the involvement of governmental institutions and policies as well as of self-determined umbrella organizations and non-governmental art institutions. They can discuss the necessary skills and</p>

competences for international projects.

International Sports Management (E)

Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis von internationalen Strukturen des Sports (insbesondere des Olympischen Systems), der sportbezogenen Globalisierung und der nationalen Sportsstrukturen anderer Länder in vergleichender Perspektive.

Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Global Governance im Sport, der sportbezogenen Globalisierung und der vergleichenden Sportsystemanalyse verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren.

Titel der Lehrveranstaltung	International Arts Management (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>On an international level, both terms of "Arts Management" and "Cultural Management" are linked to the purpose of achieving aesthetic or artistic goals. The meaning of "international" has been object of several changes in the German Speaking countries: After the Second World war, "international" was mainly reduced to the USA and Europe. Postcolonial Studies, Cultural Studies and, recently, Festival Studies have advanced the concept of "international" to a global level, considering, for example, North-South-Relations and communities of low acceptance by the dominating countries. Examinations of "international programs" in European cultural enterprises still echo a preference of occidental art-forms, on their behalf, the US-American Cultural Industries have developed a strong presence on global markets. This situation is the starting point to analyze the importance of international arts management and the institutions involved with cross-border arts management.</p> <p>International Arts Management focuses on dynamic processes such as cultural transfer and mutual impacts of worldwide aesthetic practices. The seminar connects developments of internationalization to institutional frameworks and cultural policies. Skills and competences for working within the international arts market are as well considered as differences in organizational policies and approaches in the international context.</p> <p>Key aspects:</p> <ul style="list-style-type: none"> • the concept of ECoC and its impact on European identities beyond cultural tourism • the impact of "world cultures" on the European identity • arts institutions that serve as worldwide platforms for cultural transfer and international exchanges such as festivals; umbrella organizations and real time Networks – the advance of the digital age and its impact on international arts and cultural collaboration (digital community building, Glocalization) • cross-border funding institutions, programs like artist in residency, international collaboration in creative practice, cross-border regulations and IP strategies • Cultural policy strategies, impacts and outcomes in the international arena • international trends of emerging cultures, strong consideration of the "peripheries"

Titel der Lehrveranstaltung	International Sports Management (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Konzepte, Theorien und Befunde der Globalisierungsforschung, der Global Governance-Forschung und der vergleichenden Systemforschung werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an internationalen Strukturen und Prozessen erfahren die Studierenden die Wechselwirkungen zwischen nationaler und internationaler Ebene im Sport.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EVE	Events	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4., 5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Place & Mobile Events (E)</p> <p>Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited</p> <p>Destination Management (E)</p> <p>BIEGER, Thomas (2008): Management von Destinationen. 7. unveränderte Auflage. Ouldenboug Wissenschaftsverlag, München.</p> <p>MUELLER, Hansruedi (2005): Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Bern.</p> <p>Literatur auf der Lernplattform</p> <p>KOCH, Klaus-Dieter (2013): 10 Thesen zur Zukunft des alpinen Destinationsmanagements.</p> <p>KOCH, Klaus-Dieter (2011): Schluss mit der Bettenzählerei. Die Zukunft des Wintertourismus liegt in der Wertschöpfung. Veröffentlichter Aufsatz. Quelle: www.brand-trust.de</p> <p>Business Events (E)</p> <p>Bischof, Roland (2008): Emotionale Erlebniswelten schaffen-Zielgruppen nachhaltig binden. Berlin:Cornelsen</p> <p>Bowdin, Glenn (2011): Events Management, Oxford:Butterworth-Heinemann</p>	

Davidson, Rob & Hyde, Anthony (2014): Winning Meetings and Events for Your Venue. Goodfellow Publishers Limited.

Davidson R. (2010) What Does Generation Y want from Conferences and Incentive programmes? Implications for the Tourism Industry. In: Yeoman, I. et al. (eds.) Tourism and Demography, Goodfellow Publishers.

Hermanns, A. (2003): Sponsoring und Events im Sport: von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform, München, Vahlen

Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauss, B. & Moser, R. (2003): Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Springer

Hosang, M. (Hrsg.) (2004): Event & Marketing 2: Konzepte, Beispiele, Trends, Frankfurt/Main, Deutscher Fachverlag

Maro, F. (2002): Mitreißende Meetings und gelungene Events, Düsseldorf, Metropolitan

Schäfer, S. (2002): Event-Marketing, Berlin, Cornelsen

Skinner, B. E. & Rukavina, V. (2003): Event sponsorship, New York, John Wiley & Sons

Sports, Culture & Business Venues (E)

Von Lanzanauer, C., Klemm, K. (Hrsg..) Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte . Berlin: Erich Schmidt Verlag

Moesch, C. (2008) Infrastrukturbedarf von Sport-Mega-Events, Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus

Wagner, B. (2004) Kulturentwicklungsplanung – Kulturelle Planung. In: Klein, A. (Hrsg.) Kompendium Kulturmanagement, München, Vahlen

Hudson, W. R., Haas, R. & Uddin, W. (1997) Infrastructure Management: Integrating Design, Construction, Maintenance, Rehabilitation and Renovation

Harland, J., Kinder, K. (1999) Crossing the Line: Extending Young People's Access to Cultural Venues

Rogers, T., Davidson, R. (2006) Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events (Events Management)

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Place & Mobile Events (E)</p> <p>Die Studierenden kennen Mega-Events aus Sport und Kultur und deren ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte. Sie verstehen die jeweiligen positiven und negativen Effekte von Place & Mobile Events für eine Destination.</p> <p>Destination Management (E)</p> <p>Die Studierenden verstehen die besonderen Herausforderungen an Destinationsmanagement in Orten, Regionen, Bundesländern oder Staaten. Sie haben ein Verständnis über die einzubauenden Stakeholder, die Bedeutung von Positionierung und strategischem Marketing. Weiters kennen sie die wesentlichen Tools der operativen Umsetzung.</p> <p>Business Events (E)</p> <p>Die Studierenden verstehen die gerade für Österreich wichtige Branche der Business Events, wie Kongresse, Konferenzen, Seminare und Messen und deren wichtigste Locations und Anbieter und kennen die Grundzüge eines PCO (Professional Congress Organizer).</p> <p>Sports, Culture & Business Venues (E)</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, den Bedarf für die Errichtung von neuen Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen zu analysieren und zu bewerten. Sie sind vertraut mit den Stakeholdern bei der Konzeption von Infrastruktur (Behörden, Auftraggebern, Investoren, zukünftigen Betreibern) und verfügen über die Kompetenz, mit allen zu verhandeln. Sie verfügen über das notwendige Know-how für die effiziente Vermarktung und das ökonomische Management der Immobilien. Die Studierenden kennen die besonderen Anforderungen an die Entwicklung bzw. das Vermarkten und den Betrieb von Infrastruktur in den Bereichen Sport (Indoor Hallen, Outdoor Sportstätten), Kultur (Theater, Museen, Outdoor-Bühnen), und Business (Konferenzzentren, Kongresshäuser). Weiters verstehen sie den Unterschied in der Nutzung von permanenter und temporärer Infrastruktur und verstehen den Lebenszyklus der Infrastruktur.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Place & Mobile Events (E)</p>
<p>Umfang</p>	<p>2 ECTS</p>

Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Überblick über Großveranstaltungen in Sport, Kultur und Wirtschaft Besonderheiten des Eventmanagements, Schwerpunkt Planungs-, Vorbereitungs- und Umsetzungsphase Ökonomische, sozio-kulturelle, infrastrukturelle, politische und psychologische Effekte Auswirkungen auf die Infrastruktur
Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Neue Strategien des Destination Managements und Destination Brandings am Beispiel verschiedener nationaler wie internationaler Branding-Strategien Infrastrukturelle Investitionen als zentrale Impulse für das DM (Beispiele aus nationalen und internationalen Destinationen, z.B. Wien, Linz, Erl, München, Berlin, Eisenhüttenstadt, Mantua, Molde, New York, Sydney) Politische Implikationen des DM (Regionenentwicklung, Förderale Stakeholder vs. nationale Stakeholder, Einfluss von Verbänden, Stiftungen, lokalen Vereinen) Europapolitische Einflüsse auf das DM in europäischen Ländern (Standardisierung, Qualitätsmanagement, Kommunikationsmanagement) „Symbolisches Kapital“ im Destination Branding (Theorietransfer nach P. Bourdieu) E-Marketingstrategien

Titel der Lehrveranstaltung	Business Events (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Bedeutung von Meetings, Kongressen, Corporate Events und Incentives</p> <p>Gestaltung von Corporate Events und Incentives unter Berücksichtigung der Unternehmensvision, -ziele und -strategien</p> <p>Abstimmung mit der Unternehmensführung und Entwicklung des Eventkonzepts und des Dreh-/Regiebuchs, Schwerpunkte Programm, Personal und Kosten</p> <p>Überblick über die wesentlichen Stakeholder der Branche</p> <p>Durchführung eines Kongresses, Corporate Events oder eines Incentives</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sports, Culture & Business Venues (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Sports Venues</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Allgemeine Einführung in das Sportimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private EigentümerInnen II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien Besonderheiten der Sportinfrastruktur Indoor Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor Monofunktionale vs. Multifunktionale Sportstätten III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien Öffentliche vs. Private BetreiberInnen Nutzungskonflikte Leistungs- vs. Breitensport Akquisition von NutzerInnen – Vermarktungsstrategien <p>Cultural Venues</p>

	<ul style="list-style-type: none">I. Allgemeine Einführung in das Kulturimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private EigentümerInnenII. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien Besonderheiten der Kulturinfrastruktur Indoor (Museen, Theater, Opernhäuser) Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor (Festivals, Konzerte, Festspiele) Monofunktionale vs. Multifunktionale Kulturstätten Temporäre vs. Permanente KulturinfrastrukturIII. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien Öffentliche vs. Private BetreiberInnen Akquisition von NutzerInnen – Vermarktungsstrategien <p>Business Venues</p> <ul style="list-style-type: none">I. Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private EigentümerII. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (Gartenschauen, Waterfront Development)III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien Öffentliche vs. Private Betreiber Nutzungskonflikte Akquisition von Nutzern – Vermarktungsstrategien
--	--

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EVT	Konzeptwerkstatt/Creative Lab & Eventinszenierung und –technik	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Konzeptwerkstatt/Creative Lab (E)</p> <p>Steirer, Wolfgang / Moser, Susanne / Matt, Gerald (2004): Kulturmanagement leicht gemacht: der kurze Weg zum Profi, Neuer Wissenschafts Verlag</p> <p>Homepages der Gebietskörperschaften, der EU und des CulturalContactPoint</p> <p>Eventinszenierung</p> <p>Bischof: Event-Marketing, 2008, Cornelsen Verlag</p> <p>Blättler, Gassert, Parikka-Hug, Ronsdorf: Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung, 2010, transcript Verlag</p> <p>Creative Commons Attribution: Wikipedia, 2011</p> <p>Fuchs: Warum das Gehirn Geschichten liebt, 2009, Haufe Verlag</p> <p>Geißlinger: Die Imagination der Wirklichkeit, 1992, Campus Verlag</p> <p>Geißlinger: Überfälle auf die Wirklichkeit, 1999, Carl-Auer Verlag</p> <p>Geißlinger/Raab: Strategische Inszenierung, 2007, Carl-Auer Verlag</p> <p>Latzer (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation, 1999, Studienverlag</p> <p>Miller: Digital Storytelling, 2008, Focal Press Verlag</p> <p>Mikunda: Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung, 2005, Redline Verlag</p>	

Philippi: 30 Minuten für Veranstaltungs-Dramaturgie, 2003, Gabal Verlag
Rössler: Massenphänomen Online-Sport-Events: Am Beispiel der Ski Challenge, 2009, Grin Verlag
Schäfer-Mehdi: Event-Marketing, 2006, Cornelsen Verlag
Urthaler: Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events, 2010, VDM Verlag
Weinberg: Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co, 2010, O´Reilly Verlag
Wirtz: Medien- und Internetmanagement, 2006, Gabler Verlag

Eventtechnik

David Lewis Yewdall: The Practical Art of Motion Picture Sound - Focal Press ISBN 0-240-80525-9;
Michael Dickreiter: Mikrofon Aufnahmetechnik - Hirzel Verlag ISBN 3-7776-1199-9;
production partner - Monatliche Fachzeitschrift für Beschallung, Licht, Bühne, Projektion, Eventtechnik;
David Sonnenschein: Sound Design - Michael Wiese Productions ISBN 0-941188-26-4;
Michael Lück, Chris Böttger: Praxis des Riggings. Planung und Ausführung;
Michael Lück. Mechanik in der Veranstaltungstechnik;
Rainer Bewer und Kai Steckmann: Das Praxisbuch der Lichttechnik. Einführung in die professionelle
Bühnenbeleuchtung

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Konzeptwerkstatt/Creative Lab (E)</p> <p>Die Studierenden lernen, aus einer Projektidee ein profilstarkes Konzept zu gestalten und es einreichfähig darzustellen. Sie argumentieren die Notwendigkeit einer Finanzierung oder Kooperation unter Berücksichtigung der Förder- oder Sponsor Kriterien aus kultur- oder sportmanagerialer Argumentation. Sie setzen die erworbenen Kenntnisse aus den Kernfächern für inhaltliche Überzeugungskraft und professionelle Darstellung unter Bezugnahme auf regionale/nationale/internationale Kontexte. Sie erstellen einen ausgewogenen Budgetplan und veranschaulichen die Vermittlungsstrategie, inklusive sozialer, kultureller und ökonomischer Nachhaltigkeit. Profil und Ansatz des Konzepts werden veranschaulicht, Mut zu Innovation und Eigenständigkeit wird benannt.</p> <p>Eventinszenierung</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie und des Storytellings. Sie erwerben einen Überblick über klassische, sowie „Events 2.0“ und die damit verbundenen Inszenierungsmöglichkeiten.</p> <p>Eventtechnik</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fachkompetenz eine inhaltliche und planerische Kommunikation mit den relevanten Fachleuten im Bereich Veranstaltungstechnik zu führen. Sie verstehen die Grundbegriffe und Aufgaben der Veranstaltungstechnik im Hinblick auf Aufnahme- und Beschallungsanlagen sowie lichttechnische Komponenten.</p>
------------------------	--

Titel der Lehrveranstaltung	Konzeptwerkstatt/Creative Lab (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	UE*
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Konzepterstellung)
Lehrinhalte	<p>Die Konzeptwerkstatt ist ein praxisorientiertes Tool, in dem der Wissenserwerb aus den Kernfächern Sportmanagement und –wissenschaft, Kulturmanagement und –wissenschaft sowie Eventmanagement in umfassenden Konzepten individuell oder in Gruppen erarbeitet wird. Die erstellten Konzepte sind einreichfähig und umfassen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eine nachvollziehbare Konzeptbeschreibung, die ... <ul style="list-style-type: none"> - ... formalen Kriterien entspricht, inkl. Angaben zum Projekteinreichenden - ... einer bestimmten Ausschreibung oder einem bestimmten Fördertopf entspricht - ... inhaltlich stimmig und in der Formulierung auch Fachfremden verständlich ist und in der Notwendigkeit einer Förderung durch eine durchdachte Argumentation überzeugt - ... sich in das regionale Umfeld hinsichtlich Angebot und Bedarfeinpasst - ... die Länge von drei bis vier Seiten nicht überschreitet 2. Einen Budgetplan mit einfacher Ausgaben-Einnahmen-Struktur, den Einreichkriterien entsprechend und nach Kriterien geordnet (Programm, Marketing, Infrastruktur usw.) 3. Einen Vermittlungs- bzw. Marketing- und PR-Plan 4. Angaben zur Einmaligkeit oder nachhaltigen Struktur 5. Bei Sponsoransuchen: Argumente, warum der Sponsor zur Veranstaltung passt und wie die Partnerschaft gestaltet werden kann 6. Ein professionelles Begleitschreiben
Titel der Lehrveranstaltung	Eventinszenierung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester

Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>Welche Stellung nehmen Events im Marketingmix ein?</p> <ul style="list-style-type: none"> o Welche Kommunikationsziele gibt es? Wer ist die Zielgruppe? o Checklisten für Marketingevents o Programm-, Zeit- und Kostenplanung <p>Was ist Dramaturgie?</p> <ul style="list-style-type: none"> o Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling o Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften o Die äußere Bauform – Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen <p>Die Inszenierung</p> <ul style="list-style-type: none"> o Transmedia Storytelling o Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung o Die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen o Die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers <p>Die Selbstinszenierung des Eventleiters vor Ort</p> <ul style="list-style-type: none"> o Das Drehbuch <p>Neue Formen der Eventinszenierung – Events 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> o Die Entstehung neuer Eventformen o Social Media Marketing als Event-Tool o Weitere interaktive Events 2.0 Tools
Titel der Lehrveranstaltung	Eventtechnik
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Physikalische Grundlagen der Eventtechnik</p> <p>Audiotechnik</p> <p>Videotechnik</p> <p>Licht</p> <p>Verkabelung</p> <p>Rigging</p>

	Bühnenmechanik
--	----------------

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIR	Wirtschaftswissenschaften	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Einführung in die BWL</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Wöhe, G. u. U. Döring. (2013): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 25. Aufl., München.</p> <p>Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Einführung in die VWL</p> <p>Mankiw, N.G. (2012): Principles of Economics, 6th edition, South Western; deutsche Ausgabe unter dem Titel Grundzüge der Volkswirtschaftslehre bei Verlag Schäffer-Poeschel erschienen</p> <p>Mankiw, N.G. (2003): Makroökonomik. Schäffer-Poeschel</p> <p>Blanchard, O. (2009): Macroeconomics, 5th edition, Pearson Education; Deutsche Ausgabe unter dem Titel Makroökonomie bei Pearson Studium erschienen</p> <p>Pindyck, R., Rubinfeld, D. (2012): Microeconomics, 8th ed., Pearson.</p> <p>Varian, H.R. (2010): Intermediate Microeconomics, 8th ed., Norton</p> <p>Bofinger, P. (2003): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. München.</p> <p>Krugman, P., Wells, R. (2010): Volkswirtschaftslehre. Stuttgart.</p> <p>Samuelson, Paul A. and William D. Nordhaus (2009): Economics. 19th ed., Boston.</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Einführung in die BWL</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigsten Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre. • sind in der Lage, ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden. • sind in der Lage, Lösungsansätze professionell zu präsentieren. • kennen die wichtigsten Konzepte der Organisation von Produktions- und Dienstleistungsprozessen. • sind in der Lage, diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen anzuwenden. <p>Einführung in die VWL</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende makroökonomischen Begriffe und Tools zur Analyse von gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen darzustellen. • die wesentlichen Elemente und Funktionsweisen einer Volkswirtschaft zu kennen und einschätzen zu können. • grundlegende mikro- und makroökonomischen Tools zur Analyse von Entscheidungen von Individuen und Unternehmen auf Märkten in unterschiedlichen Wettbewerbssituationen anzuwenden und die Ergebnisse zu analysieren.
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung in die BWL
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Themenbereiche/Problemfelder in der BWL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Konstitutive Unternehmensentscheidungen (Rechtsformen und Standortwahl) • Funktionale Unternehmensentscheidungen (Grundlagen: Beschaffung, Produktion, Absatz, Rechnungswesen und Kapitalwirtschaft) • Betriebswirtschaftliche Führungsentscheidungen: Management und Ethik, Strategische Planung und Kontrolle,

	Personal und Organisation (Aufbau- und Ablauforganisation)
Titel der Lehrveranstaltung	Einführung in die VWL
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliches Denken • Wichtige makroökonomische Konzepte: BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit sowie deren Messung • Langfristiges Wachstum • Analyse von kurzfristigen Schwankungen • Offene Volkswirtschaft • Grundlagen von Angebot und Nachfrage • Märkte und Wohlstand: Konsumenten- und Produzentenrente, Effizienz von Märkten, wirtschaftspolitische Maßnahmen und ihre Auswirkungen • Unternehmensverhalten: Produktionskosten, Gewinnmaximierung, Marktformen und Wettbewerb (vollständiger Wettbewerb, Monopol und Oligopol)

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
CON	Rechnungswesen & Controlling	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Einführung Rechnungswesen</p> <p>Auer, K. (2011): Buchhaltung + Jahresabschluss, Schritt für Schritt zu Bilanz, GuV und Cashflow-Statement, Wien, Linde</p> <p>Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p> <p>Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2013): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 20. Auflage, Band I + Band II, Verlag facultas</p> <p>Olfert, K. (2011): Finanzierung, 15. verbesserte und aktualisierte Auflage, Neckargemünd, Kiehl Verlag</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Controlling</p> <p>Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag</p> <p>Horváth & Partners (2009): Das Controllingkonzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, München, Beck Wirtschaftsberater im dtv</p> <p>Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p> <p>Weber, J. & Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</p> <p>Ziegenbein (2012): Controlling, Ludwigshafen, Kiehl Friedrich Verlag GmbH</p>	

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Einführung Rechnungswesen</p> <p>Die Studierenden beherrschen die Grundlagen und Begriffe des externen und internen Rechnungswesens und können diese auf einfache Fallbeispiele anwenden. Sie erkennen Unterschiede in der Einnahmen- und Ausgabenrechnung und der doppelten Buchhaltung. Die Studierenden kennen die Elemente und Vorgehensweisen in der Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems.</p> <p>Die Studierenden können die Auswirkungen von üblichen Geschäftsvorfällen auf die Jahresabschlussrechnungen (Bilanz und GuV) ermitteln und können Kostenkalkulationen und Erfolgsrechnungen verstehen und anwenden (Vollkosten- und Teilkostenrechnung).</p> <p>Sie beherrschen die Grundlagen der Finanzierung, können einfache Finanzplanungen durchführen sowie Finanzierungsangebote kritisch prüfen. Weiters lernen sie alternative Formen der Finanzierung kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.</p> <p>Controlling</p> <p>Die Studierenden beherrschen ausgewählte Controlling-Instrumente, die im Kontext eines Management Accounting Systems wesentliche Bestandteile, wie Kosten- und Leistungsrechnung sowie Finanzrechnung und Budgetierung beinhalten.</p> <p>Sie verstehen die wesentlichen Inhalte von Jahresabschlüssen und können Jahresabschlüsse anhand der wichtigsten Kennzahlen analysieren.</p> <p>Die Studierenden werden für die Wichtigkeit eines IKS (Internes Kontrollsystem) sensibilisiert und dazu angeregt, kritische Fragen zum Thema Finanz- und Rechnungswesen zu stellen.</p> <p>Sie können einfache Kalkulationen durchführen, einen einfachen Finanzplan und ein Budget erstellen.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Einführung Rechnungswesen</p>
<p>Umfang</p>	<p>3 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>1. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>ILV</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Klausur)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Grundbegriffe, Aufgaben und Ziele des Rechnungs- und Finanzwesens Grundlagen externes Rechnungswesen (Einnahmen-Ausgaben Rechnung, Doppelte Buchführung: Grundsätze der</p>

	<p>Buchführung; Bilanz: Aufgaben und Aufbau, Gewinn- und Verlustrechnung (GuV), Zusammenhang zwischen Bilanz und GuV)</p> <p>Grundlagen internes Rechnungswesen (Aufgaben der Kostenrechnung, Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung, Deckungsbeitragsrechnung)</p> <p>Grundlagen Finanzwesen (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung, Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung)</p> <p>Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und Finanzwesens</p>
--	--

Titel der Lehrveranstaltung	Controlling
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung und des Controllings – Aufgaben und Zielsetzungen Interne Kontrollsysteme in Unternehmen Strategisches Controlling Wesentliche Controllingaufgaben wie Budgetierung, Soll-Ist Vergleiche und Maßnahmenplanung Operatives Controlling Kosten- und Leistungsrechnung: Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung Bezugskalkulation, Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung – Kostenträgerrechnung, Absatzkalkulation Finanz- und Liquiditätsplanung Bilanzanalyse, Kennzahlen, Quicktest

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MAK	Marketing & Kommunikations-management	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Marketing (E)</p> <p>Kotler; Armstrong (2011): Principles of Marketing, 14th Edition, Prentice Hall. Kotler, Keller (2011): Marketing-Management, 14 edition, Prentice Hall. Homburg (2012): Marketingmanagement, Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung, 4. Auflage, SpringerGabler Meffert, Burmann, Kirchgeorg (2012): Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Gabler Sander (2011): Marketing-Management, Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung, 2. Auflage, UTB</p> <p>Kommunikationsmanagement</p> <p>Merten, K. (2007): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. LitVerlag Baecker, D. (2005): Kommunikation. Reclam Burkart, R. (2007): Kommunikationstheorien - Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Marketing (E)</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine marktorientierte Unternehmensführung zu erkennen. • Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing Managements für Konsumgüter, Investitionsgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes 	

	<p>zu identifizieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente des Marketing-Mix anzuwenden. • grundlegende Marktforschungsmethoden darzustellen. <p>Kommunikationsmanagement</p> <p>Die Studierenden sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Marketing (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Grundzüge der Marktforschung, Marketingstrategien, Marketing-Mix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.
Titel der Lehrveranstaltung	Kommunikationsmanagement
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseaussendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet. Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen.

	<p>Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen. Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.</p>
--	---

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ANG	Angewandte Marketing- & Finanzplanung	10 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Angewandte Marketingplanung</p> <p>Meffert, H. (2005): Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung., Gabler. Lüppens, M. (2006): Der Markendiamant, Gabler. Rushkoff, D. (2006): Die neue Renaissance, auf dem Weg zu einer vernetzten sozialen Wirtschaft. Riemann; Zernisch, P. (2003): Markenglauben managen. Bruhn, M.: Sponsoring (2003): systematische Planung und integrativer Einsatz, Wiesbaden, Gabler. Hermanns, A. (2003): Sponsoring und Events im Sport: von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform, München, Vahlen.</p> <p>Angewandte Finanzplanung</p> <p>Auer, K. (2011): Buchhaltung + Jahresabschluss, Schritt für Schritt zu Bilanz, GuV und Cashflow-Statement, Wien, Linde Exler, M. (2009): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2013): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 20. Auflage, Band I + Band II, Verlag facultas Olfert, K. (2011): Finanzierung, 15. verbesserte und aktualisierte Auflage, Neckargemünd, Kiehl Verlag Schauer, R (2013): Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Wien, Linde Verlag</p>	

	<p>Gerlach-March Rita (2010): Kulturfinanzierung, Wiesbaden, Springer Verlag Horváth & Partners (2009): Das Controllingkonzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingssystem, München, Beck Wirtschaftsberater im dtv Weber, J. & Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Ziegenbein (2012): Controlling, Ludwigshafen, Kiehl Friedrich Verlag GmbH</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Angewandte Marketingplanung</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente in Realsituationen des Sport-, Kultur- und Eventmanagements anwenden. Sie sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen umzusetzen. Sie können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. Sie sind in der Lage, selbständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen.</p> <p>Angewandte Finanzplanung</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - einen Business Plan mit den Schwerpunkten Budgetierung, Finanzierung, Controlling zu erstellen. - an einem konkreten Fallbeispiel eine Rechtsformentscheidung zu treffen und Finanzierungsmöglichkeiten aufzuzeigen. - Vision, Mission, Corporate Identity zu definieren, strategische und operative Projektziele zu formulieren. - Instrumente des strategischen Controllings auf das Fallbeispiel zu übertragen und konkret auszuarbeiten (SWOT Analyse, Umfeldanalyse, Portfolio, Szenario Technik, Gap Analyse). - den Informationsbedarf/das Berichtswesen darzustellen, konkrete Maßnahmen im Rahmen eines internen Kontrollsystems (IKS) vorzuschlagen, Controlling Funktionen darzustellen und zu diskutieren. - ein Budget/Plan-Gewinn- und Verlustrechnung zu erstellen. - einen Finanzplan / Liquiditätsplan zu erstellen. - Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger zu definieren, eine Bezugs- und Absatzkalkulation durchzuführen.
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Angewandte Marketingplanung</p>
<p>Umfang</p>	<p>4 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>46. Semester</p>

Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Marketingplan)
Lehrinhalte	Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Tendenzen im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Dienstleistungsmarketing, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und -abläufe.

Titel der Lehrveranstaltung	Angewandte Finanzplanung
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Business Plan Budgetierung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung und des Controllings – Aufgaben und Zielsetzungen Strategisches Controlling Interne Kontrollsysteme in Unternehmen Wesentliche Controllingaufgaben wie Budgetierung, Soll-Ist Vergleiche und Maßnahmenplanung Operatives Controlling Kosten- und Leistungsrechnung: Vollkostenrechnung-, Teilkostenrechnung Bezugskalkulation, Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung – Kostenträgerrechnung, Absatzkalkulation Finanz- und Liquiditätsplanung Bilanzanalyse, Kennzahlen, Quicktest

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MFO	Marktforschung	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Management & Wirtschaftswissenschaften	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Marktforschung</p> <p>Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek: rohvolt.</p> <p>Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler (Kap. 6.1).</p> <p>Kuckartz, U. (2013). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2. Auflage. Weinheim: Beltz Juventa.</p> <p>Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Weinheim: Beltz.</p> <p>Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 11. Auflage. Weinheim: Beltz.</p> <p>Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2005). Methoden empirischer Sozialforschung. 7. Auflage. München, Wien: Oldenbourg.</p> <p>Brosius, F. (2013). SPSS 21. Bonn: mitp.</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Marktforschung</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Methoden der quantitativen und qualitativen Marktforschung (insbesondere der Datenerhebung, der deskriptiven und induktiven Datenanalyse und der Dateninterpretation).</p> <p>Sie können diese Methoden praxisnah anwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darstellen und beurteilen.</p> <p>Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskörper zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten.</p> <p>Sie können interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen bearbeiten und die Lösungen vorstellen.</p>
-----------------	---

Titel der Lehrveranstaltung	Marktforschung
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Projekt)
Lehrinhalte	Die Konzepte und Methoden qualitativer und (deskriptiver sowie induktiver) quantitativer Markt- und Sozialforschung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Mit der Orientierung an unterschiedlichen methodischen Paradigmen erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Möglichkeiten der Durchführung wissenschaftlicher Studien. Dies geschieht durch die Entwicklung eines qualitativen Forschungsdesigns und die Entwicklung und Durchführung eines quantitativen Projektes, bei dem die Studierenden in der Veranstaltung ihr eigenes Untersuchungsthema festlegen und hierzu Daten erheben und mittels des so gewonnenen Datensatzes ausgewählte Datenanalysen und -interpretationen durchführen.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SOZ	Sozialkompetenz	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Teamwork & Kommunikation</p> <p>Kriz, W. C. (2002): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Mayer, C.-H. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm Deissler, G. (2014): Die wirksamsten interkulturellen Management-Techniken, Grin Verlag</p> <p>Präsentationstechniken</p> <p>Bayer, K. (2007): Argument und Argumentation. Logische Grundlagen der Argumentation, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Birkenbihl, V. F. (2004): Kommunikationstraining, Frankfurt/Main, mvg Verlag Klippert, H. (2002): Kommunikations-Training. Übungsbausteine für den Unterricht, Weinheim, Beltz</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Teamwork & Kommunikation</p> <p>Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teamphasen, schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. Dabei berücksichtigen sie spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen</p>	

	<p>Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab. Sie bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentation darstellen und gruppenweise umsetzen.</p> <p>Präsentationstechnik Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. Sie beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Teamwork & Kommunikation
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgsparemtern. Outdoor-Anteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.
Titel der Lehrveranstaltung	Präsentationstechnik
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	UE*
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Präsentation)
Lehrinhalte	<p>Begriff und Bedeutung von Präsentation werden erläutert.</p> <p>Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet.</p> <p>Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt.</p>

	<p>Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache, etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt.</p> <p>Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt.</p> <p>Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.</p>
--	---

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MUL	Multimedia	7 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3., 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Grafik & Design</p> <p>Robert Klaßen, Adobe Photoshop CS6 Der professionelle Einstieg, Galileo Design Andrea Forst, Adobe InDesign CS6, Galileo Design</p> <p>Medienwerkstatt Audio & Video</p> <p>Adobe Creative Team (2009): Design Premium –Classroom in a Book. Addison-Wesley Verlag</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Grafik & Design</p> <p>Die Studierenden wissen um die Wirkung von Form, Farbe und Schrift. Sie können Cross-Media-Produkte hinsichtlich der visuellen Aufbereitung (gestalterischer und handwerklicher Natur) und der Umsetzung eigenständig mit Adobe-Produkten erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, in Agenturen notwendige gestalterische Aufgaben zu entwickeln und umzusetzen.</p> <p>Medienwerkstatt Audio & Video</p> <p>Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis für Audio- und Videoproduktion – sowohl die ästhetische, als auch die technische Seite wird erlernt, diskutiert und interpretiert. Sie sind in der Lage, die Planung und Koordination eines multimedialen Projekts im Bereich Audio oder Video</p>	

	<p>sowohl technisch als auch organisatorisch umzusetzen. Die Studierenden beherrschen technische Begriffe, Aufnahmetechniken und können eigenständig Projekte umsetzen.</p>
--	---

Titel der Lehrveranstaltung	Grafik & Design
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (angewandte Projektarbeit)
Lehrinhalte	Einführung in die Grundzüge der Crossmedia Produktion anhand von Projektbeispielen, Kompositionen mit Photoshop, Retusche und Korrekturverfahren in Photoshop, Rahmenstruktur von InDesign, Schriften und Grafiken in InDesign, Farbenlehre, Designgrundlagen hinsichtlich Dateiformate und Navigation.
Titel der Lehrveranstaltung	Medienwerkstatt Audio & Video
Umfang	3 5 ECTS
Lage im Curriculum	34. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (angewandte Projektarbeit)
Lehrinhalte	<p>Es wird in der Lehrveranstaltung auf die Bereiche Audio- und Videoproduktion eingegangen. Sowohl Pre-, als auch Post- und die Produktion selbst stellen die Grundlage der Lehrveranstaltung dar. Um die Studierenden zur korrekten Konzeption von größeren, sowie zur eigenständigen Umsetzung von kleinen AV-Projekten zu ermächtigen, sind folgende theoretischen Lehrinhalte vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Drehbuch, Storyboard & Drehplanung für Film- & TV-Projekte - Vor- und Nachteile von Aufnahmetechniken und Speichermedien - Videoformate und Videoschnitt - Audio-Grundbegriffe und Audioformate <p>Anwendungskompetenz erlangen die Studierenden durch Übungsprojekte, die unter Anleitung durchzuführen sind.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ENG	English	12 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1., 2., 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz & Multimedia	
Niveaustufe	B2 (GERS) bzw. C1 (GERS)	
Vorkenntnisse	B1 (GERS) bzw. B2 (GERS)	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Studierende 1., 2. und 3. Semesters	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Verbindung zu in englischer Sprache gehaltenen Lehrveranstaltungen und zum Auslandssemester	
Literaturempfehlungen	<p>English I (B2.1) Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English I (C1.1) Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten</p> <p>English II (B2.2) Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.</p>	

Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan.
 Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson.
 Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten

English II (C1.2)

Kursbuch – nach Vereinbarung;
 Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan.
 Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson.
 Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten

English III (B2.3)

Kursbuch – nach Vereinbarung;
 Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan.
 Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson.
 Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten

English III (C1.3)

Kursbuch – nach Vereinbarung;
 Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillan.
 Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
 Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson.
 Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>English I-III (B2)</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit auf dem Niveau B2 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau B2 werden Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen sowie Fachdiskussionen im eigenen Fachgebiet zu verstehen; - sich so spontan und fließend verständigen zu können, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist; - sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert auszudrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage zu erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten anzugeben. <p>In den drei Kursen, aus den das Modul besteht, werden die folgenden Kompetenzen erworben:</p> <p>English I (B2.1)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 festigen; - die Grundlage des Niveaus B2 bilden; - die grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten entwickeln. <p>English II (B2.2)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 vertiefen; - lernen, diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anzuwenden; - ihr wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse erweitern. <p>English III (B2.3)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau B2 vorsieht, erreichen; - imstande sein, diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. <p>*****</p>
------------------------	---

	<p>English I-III (C1)</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit im internationalen Umfeld auf Niveau C1 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau C1 werden Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen; • sich spontan und fließend auszudrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen; • die Sprache im gesellschaftlichen, beruflichen und akademischen Leben wirksam und flexibel zu gebrauchen; • sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten zu äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen zu verwenden. <p>In den drei Kursen, aus den das Modul besteht, werden die folgenden Kompetenzen erworben:</p> <p>English I (C1.1)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 festigen; - die Grundlage des Niveaus C1 bilden; - die grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten entwickeln. <p>English II (C1.2)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus C1 vertiefen; - lernen, diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anzuwenden; - ihr wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse erweitern. <p>English III (C1.3)</p> <p>Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau C1 vorsieht, erreichen; - imstande sein, diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden.
Titel der Lehrveranstaltung	English I (B2.1 / C1.1)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	English I (B2.1) 20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis, 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 %

	<p>Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion)</p> <p>English I (C1.1) Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>English I (B2.1) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau B2 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>English I (C1.1) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau C1 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p>

Titel der Lehrveranstaltung	English II (B2.2 / C1.2)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	<p>English II (B2.2) 20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis, 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion)</p> <p>English II (C1.2) Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.</p>
Lehrinhalte	<p>English II (B2.2) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau B2 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p> <p>English II (C1.2) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau C1 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.</p>

Titel der Lehrveranstaltung	English III (B2.3 / C1.3)				
Umfang	4 ECTS				
Lage im Curriculum	3. Semester				
Lehr- und Lernformen	ILV				
Prüfungsmodalitäten	English III (B2.3) 15 % Mitarbeit und Zwischentest; 15 % Hörverständnis, 15 % Leseverständnis; 15 % Mündlicher Ausdruck; 40 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion), bei Einhaltung folgender Prüfungsdauerangaben:				
	GERS-Niveau	Leseverständnis	Schriftlicher Ausdruck	Hörverständnis	Mündlicher Ausdruck
	B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten
	English III (C1.3) Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.				
Lehrinhalte	English III (B2.3) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau B2 zu erreichen und diese Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.				
	English III (C1.3) Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau C1 zu erreichen und diese Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.				

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
STU	Interkulturelle Kompetenz	3 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Interkulturelle Kompetenz	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Study Trip (E) Thomas, A. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder. Vandenhoeck & Ruprecht, 2003. Thomas, A. (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 2: Grundlagen und Praxisfelder. Vandenhoeck & Ruprecht, 2003. Jones, E.: Cultures Merging. Princeton, Princeton University Press, 2006.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Study Trip (E) Die berufsbegleitenden Studierenden erwerben im Rahmen einer Studienreise in komprimierter Form interkulturelle Erfahrungen.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Study Trip (E)	
Umfang	3 ECTS	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Lehr- und Lernformen	ILV	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)	

Lehrinhalte	<p>Durch die Studienreise wird den berufsbegleitend Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, interkulturelle Kompetenz zu erwerben. Unter Anleitung der Lehrveranstaltungsleitung informieren sich die Studierenden über potenzielle Studienreiseziele, recherchieren relevante Daten und Fakten des Ziellandes und organisieren das Programm: Die Woche in internationalem Umfeld ist geprägt von Unternehmensbesuchen, Lehrveranstaltungsbesuchen an Partnerhochschulen sowie Vorträgen und Veranstaltungen im Kompetenzbereich Social Skills. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die Studierenden ein Verständnis für die kulturellen Hauptströmungen des betreffenden Landes erwerben. Diskussionen mit Fach- und Führungskräften, Besuche bei Außenwirtschaftszentren, Wirtschafts- und Sozialverbänden runden die internationalen und persönlichkeitsbildenden Erfahrungen der Studienreise ab.</p>
-------------	---

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten	18 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2., 3., 5., 6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Wissenschaftliches Arbeiten Fahrner, M. & Burk, V. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten in der Sportwissenschaft. In V. Burk & M. Fahrner (Hrsg.), Einführung in die Sportwissenschaft (S. 211-244). Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2010). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Sesnik, W. (2010). Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten mit Internet, Textverarbeitung, Präsentation, E-Learning, Web2.0. 8. Auflage. München: Oldenbourg. Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Hug, T. (Hrsg.). (2001). Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Band 1: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Hohengehren: Schneider.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar I Brink, A. (2007). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium. 3. Auflage. München, Wien: Oldenbourg. Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Kruse, O. (2010). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Samac, K., Prenner, M. & Schwetz, H. (2009). Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule. Wien: facultas wuv (UTB).</p>	

	<p>Diskurswerkstatt</p> <p>Denkwerk Demokratie (Hrsg.) (2012): Sprache.Macht.Denken. Campus Foucault, Michel (1991): Die Ordnung des Diskurses. Fischer Kahsnitz, Dietmar (2005): Integration von politischer und ökonomischer Bildung? VS Verlag Lorenz, Ansgar (2012): Michel Foucault. A Graphic Philosophy. Wilhelm Fink</p> <p>Bachelorarbeitsseminar II</p> <p>Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (Hrsg.). (2005). Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (UTB). Hug, T. & Poscheschnik, G. (2010). Empirisch Forschen. Konstanz: UVK (UTB). Porst, R. (2014). Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Wissenschaftliches Arbeiten</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für das wissenschaftliche Arbeiten und hermeneutische Vorgehensweisen. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Wissenschaftstheorie (inkl. der Formulierung von Forschungsfragen und der Planung eines methodischen Vorgehens), der Wissenserarbeitung (Recherche und Bewertung von Literatur) und der Verschriftlichung von Wissen (Abfassung einer wissenschaftlichen Arbeit und Zitation) verstehen und anwenden sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit reflektieren.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar I</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der selbständigen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung mit dem Ziel der Erstellung einer hermeneutischen Bachelorarbeit. Sie vermögen fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. Selbstorganisation und Zeitmanagementfähigkeiten der Studierenden werden gefördert.</p>

	<p>Diskurswerkstatt</p> <p>Die Studierenden können analytisch und selbständig Diskurse identifizieren, beschreiben und ihre medialen wie gesellschaftlichen Präsenzformen verstehen. Dabei können sie auch sensibel auf ideologische Muster reagieren und sie wissenschaftlich angemessen darstellen.</p> <p>Die Studierenden verstehen den Zusammenhang der Diskursdebatte zur politischen und kulturellen Bildung. Die Themenfelder des Studiengangs werden im Kontext auch ihrer politischen Verortung verstanden und diskutiert, wobei die Studierenden in der Lage sind, hier wissenschaftlich rationale und ethisch verantwortliche Haltungen einzunehmen.</p> <p>Bachelorarbeitsseminar II</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung.</p> <p>Sie vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren.</p> <p>Selbstorganisation, Zeitmanagement, Recherche- und Ausdrucksfähigkeit werden ausgebaut.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Wissenschaftliches Arbeiten
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur oder Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>In der einführenden Lehrveranstaltung zum wissenschaftlichen Arbeiten geht es vor allem darum, den Studierenden die Besonderheiten, Regeln und Grundzüge der Wissenschaft und wissenschaftlichen Arbeit nahezubringen. Schwerpunkt liegt hier auf dem Erlernen der hermeneutischen Textanalyse.</p> <p>Die Studierenden werden darauf vorbereitet, Seminararbeiten eigenständig und auf hohem wissenschaftlichem Niveau verfassen zu können. Diese Vorbereitung beinhaltet sowohl einen Schwerpunkt auf dem Umgang mit Literatur (Recherche, Beschaffung und Beurteilung), die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte, als auch Diskussionen hinsichtlich der Qualität von wissenschaftlichen Arbeiten – hierbei sind vor allem die Begrifflichkeiten intellektuelle Redlichkeit und intersubjektive Nachvollziehbarkeit von Belang.</p>

	Darüber hinaus entwickeln sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeitsseminar I
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Exzerpt und Exposé)
Lehrinhalte	Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars werden den Studierenden grundlegende Aspekte zur Struktur und Komposition einer hermeneutischen Bachelorarbeit vermittelt und sie haben die Gelegenheit, die Struktur ihrer eigenen Arbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der ersten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.
Titel der Lehrveranstaltung	Diskurswerkstatt
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>In der Diskurswerkstatt lernen die Studierenden, Diskurse in den gewählten Studienfeldern zu erkennen und ihre Verknüpfung mit anderen Gesellschaftsbereichen zu verstehen. Dabei steht zunächst die Frage nach dem Entstehen von dominanten und semi-dominanten Diskursen und ihrer Entfaltung zentral im Mittelpunkt. Sodann werden die AkteurInnen der Diskursgestaltung in Kultur, Sport, Medien und Wirtschaft methodisch klassifiziert. Sprache, Medien und Teilhabe spielen dabei eine zentrale Rolle. Die Lehrveranstaltung orientiert sich dabei an partizipativen Konzepten in der modernen Gesellschaft, wie etwa Teilhabeformen in der digitalen Sphäre. Politische und soziologische Rahmenkonzepte von Teilhabe und Partizipation werden dabei besonders fokussiert. Die Lehrveranstaltung fokussiert in der Folge vor allem folgende Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Politische Bildung als Grundlage gesellschaftlichen Handelns - Landeskunde und kulturelle Dominanz - Medienstrukturen und Diskursdistribution - Wahrnehmungsforschung und Diskursteilhabe

	<ul style="list-style-type: none"> - Trendforschung und kulturelle Dominanz - Mainstream-Diskurse und „Void-„Ansätze - Interdisziplinäre Kommunikationsstrukturen - Inklusions- und Exklusionsphänomene
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeitsseminar II
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Exzerpt und Exposé)
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit II im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der zweiten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BUS	Business Cases	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Business Cases in Sports, Culture & Events Management (E)</p> <p>Beech, Kaiser, & Kaspar (2014): The Business of Events Management, Harlow, United Kingdom. Pearson Education Limited</p> <p>Breuer, Ch./Michels, H. (Hrsg.): Trendsport – Modelle, Orientierungen und Konsequenzen, Aachen, 2003</p> <p>Galli, A.: Sportmanagement. München, Vahlen, 2002</p> <p>Groll, M.: Transnationale Sportpolitik - Analyse und Steuerungs-ansatz sportpolitischer Interaktionen, Aachen, Meyer und Meyer, 2005</p> <p>Schneider, Sylvia/Erb, H. H.: Sport for fun: alle Trendsportarten - was du dafür brauchst, was sie dir bringen, Würzburg, Arena-Verlag, 2000</p> <p>Weiß, O.: Einführung in die Sportsoziologie, Wien, WUV, 1999</p> <p>Fuchs, M.: Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe. Eine Ein-führung in Theorie, Geschichte und Praxis, Opladen, VS Verlag, 1999</p> <p>Heinrichs, W.: Kulturpolitik und Kulturfinanzierung. Strategien und Modelle für eine politische Neuorientierung der Kulturfinanzierung, München, Beck, 1997</p> <p>Kramer, D.: Handlungsfeld Kultur. Zwanzig Jahre Nachdenken über Kulturpolitik, Texte zur Kulturpolitik, Band 8, Essen, Edition Umbruch, 1996</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Business Cases in Sports, Culture & Events Management (E)</p> <p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport- und Kulturentwicklung. Sie können Institutionen und Personen diesbezüglich beraten und die erworbenen Kenntnisse, insbesondere die Methoden der integrierten Sport- und Kulturentwicklung, anwenden. Sie erkennen die dafür erforderlichen Erfolgsfaktoren durch eigene theoretische und praktische Arbeit und die Auseinandersetzung mit Beispielen/Praxisprojekten. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen der Sport- und der Kulturbranche aufzeigen und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten abschätzen. Sie sind überdies in der Lage, Auswirkungen auf die derzeitige Struktur der Sport- und der Kulturbranche anzugeben und das betriebliche Handeln in Sport und Kultur daraus abzuleiten. Die Studierenden sind ferner in der Lage, ausgewählte Business Cases in größere Zusammenhänge einzuordnen und zu beurteilen. Sie können darüber hinaus die Tätigkeiten der ExpertInnen aus der Wirtschaft angemessen bewerten. Sie können Kontakt zu den ExpertInnen aufnehmen und/oder ausbauen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Business Cases in Sports, Culture & Events Management (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	UE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Case Studies)
Lehrinhalte	<p>Vorstellung Internationaler Business Cases durch ExpertInnen aus der Wirtschaft</p> <p>Praxis-Theorie-Transfer: Inhalte, Methoden</p> <p>Entwicklung von Business Cases/Business Models</p> <p>Bewertung von Business Cases</p> <p>Best Practice Cases</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BER	Berufspraktikum	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	Berufspraktikum Brenner, D. Schön, dass Sie da sind!: Karrierestart nach dem Studium. BW Verlag, 2007. Andrea Hoyer, Judith Ziegler: Das Fachhochschul-Studium aus der Sicht der AbsolventInnen: eine österreichweite Studie zur beruflichen Situation und Bewertung des Fachhochschulstudiums. Wien 2002	
Kompetenzerwerb	Berufspraktikum Die berufsbegleitend Studierenden sollen: <ul style="list-style-type: none"> - ihr bisher erworbenes Erfahrungswissen aus der Praxis auf den Prüfstand stellen und mit dem im Studium erworbenen Wissen das berufliche Umfeld neu verstehen. (Praktische Kompetenz) - veränderte Projektumgebungen durch neues Wissen und veränderte Argumentationen neu bewerten und besser agieren können. (Problemlösungskompetenz) - Wissen und in studentischen Projekten erworbene Teamfähigkeit im praktischen Erfahrungsalltag neu umsetzen. (soziale Kompetenz) 	
Titel der Lehrveranstaltung	Berufspraktikum	
Umfang	8 ECTS	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Lehr- und Lernformen	PT	

Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Nachweis des Praktikums durch Stellenbeschreibung und Abschlussbericht)	
Lehrinhalte	<p>Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und Fragestellungen in der Praxis. Das Berufspraktikum im Rahmen einer 5-wöchigen Beschäftigung stellt sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in das evtl. thematisch neue Berufsleben zurechtfinden oder können, falls die berufliche Tätigkeit einschlägig ist und diese Zeit dann angerechnet werden kann. Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen im beruflichen Umfeld können so neu durchdacht werden.</p> <p>Vorbereitung und Hilfe durch Career Center und Begleitung der Studierenden bei Berufspraktikum: Reflexion, Besprechung von Problemen und Success-Stories, bzw. Hilfe bei Problemen.</p>	
Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PRA	Praxisprojekte & Projektmanagement	13 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	4., 5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Projektmanagement</p> <p>Bortoluzzi Dubach, E. & Frey, H. (2007): Sponsoring, Der Leitfaden für die Praxis, Bern, Haupt</p> <p>Ciconte, B. L. (2001): Fundraising Basics: A Complete Guide, New York, McGraw-Hill</p> <p>Friedrichsmeier, H. (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien, Wien, Linde</p> <p>Kerzner, H. (2009): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Klein, A. (2006): Projektmanagement für Kulturmanager, München, Vahlen</p> <p>Klose, B. (2002): Projektabwicklung, Arbeitshilfen, Fallbeispiele, Checklisten im Projektmanagement, Frankfurt, Wien, Moderne Industrie</p> <p>Hollaender, A. E. (2009): Bühnenrecht (für Österreich), Wien, Manz Verlag</p> <p>Larmann, R. (2007): Stage Design, Köln, Daab</p>	

Lang, C. (2007): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Österreich und Deutschland, Bremen, Europäischer Hochschulverlag

Litke, H.-D. & Kunow, I. (2004): Projektmanagement, Freiburg, Haufe

Lewis, J. P. (2006): Fundamentals of Project Management, New York, McGraw-Hill

Mallen, C. (2008): Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions, Oxford, Butterworth-Heinemann

Mantel, S. J. (2004): Project Management in practice, New York, John Wiley & Sons

Meredith, J. R. (2003): Project management: a managerial approach, New York, John Wiley & Sons

Nolte, M. (2009): Handbuch Sportrecht, Schorndorf, Hofmann

Olfert, K. (2004): Projektmanagement, Ludwigshafen, Kiehl Verlag

Patzak, Gerold; Rattay, Günter: Projektmanagement. Linde, 2009

Project Management Institute (2003): A Guide to the Project Management Body of Knowledge, B&T

Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München, Vahlen

Risch, M. (2009): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb, Berlin, Springer

Rübner, W. & Wünsch, U. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen, BusinessVillage

Sterrerr, C.; Winkler, G. Setting Milestones: Projektmanagement Methoden - Prozesse - Hilfsmittel. Goldegg, 2010.

Tiemeyer, E. (2004): Projekte im Griff, Bielefeld, Bertelsmann

Wolfram, G. (2009): Kann man Kulturverständnis trainieren? Interkulturelle Kompetenz im Projektmanagement und ihre neuen Konfliktfelder, in Dorn, Karlheinz: Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag

Wottreng, S. (2003): Handbuch Handlungskompetenz, Cornelesn

Yin, R. (2008): Case Study Research, London, Sage

Praxisprojekte I & II

Berkun, S. (2008): Making Things Happen: Mastering Project Management, Sebastopol/CA, O'Reilly

Bortoluzzi Dubach, E. & Frey, H. (2007): Sponsoring, Der Leitfaden für die Praxis, Bern, Haupt

Ciconte, B. L. (2001): Fundraising Basics: A Complete Guide, New York, McGraw-Hill

Friedrichsmeier, H. (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien, Wien, Linde

Kerzner, H. (2009): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, New York, John Wiley & Sons

Klein, A. (2006): Projektmanagement für Kulturmanager, München, Vahlen

	<p>Klose, B. (2002): Projektentwicklung, Arbeitshilfen, Fallbeispiele, Checklisten im Projektmanagement, Frankfurt, Wien, Moderne Industrie</p> <p>Hollaender, A. E. (2009): Bühnenrecht (für Österreich), Wien, Manz Verlag</p> <p>Larmann, R. (2007): Stage Design, Köln, Daab</p> <p>Lang, C. (2007): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Österreich und Deutschland, Bremen, Europäischer Hochschulverlag</p> <p>Litke, H.-D. & Kunow, I. (2004): Projektmanagement, Freiburg, Haufe</p> <p>Lewis, J. P. (2006): Fundamentals of Project Management, New York, McGraw-Hill</p> <p>Mallen, C. (2008): Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions, Oxford, Butterworth-Heinemann</p> <p>Mantel, S. J. (2004): Project Management in practice, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Meredith, J. R. (2003): Project management: a managerial approach, New York, John Wiley & Sons</p> <p>Nolte, M. (2009): Handbuch Sportrecht, Schorndorf, Hofmann</p> <p>Olfert, K. (2004): Projektmanagement, Ludwigshafen, Kiehl Verlag</p> <p>Project Management Institute (2003): A Guide to the Project Management Body of Knowledge, B&T</p> <p>Riedmüller, F. (2003): Sponsoring und Events im Sport, München, Vahlen</p> <p>Risch, M. (2009): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb, Berlin, Springer</p> <p>Rübner, W. & Wünsch, U. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen, BusinessVillage</p> <p>Tiemeyer, E. (2004): Projekte im Griff, Bielefeld, Bertelsmann</p> <p>Wolfram, G. (2009): Kann man Kulturverständnis trainieren? Inter-kulturelle Kompetenz im Projektmanagement und ihre neuen Konfliktfelder, in Dorn, Karlheinz: Projekte als Kulturerlebnis, Glashütten, dpunkt.verlag</p> <p>Wottreng, S. (2003): Handbuch Handlungskompetenz, Cornelesn</p> <p>Yin, R. (2008): Case Study Research, London, Sage</p>
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Projektmanagement</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Projekte mit geringer Komplexität zu definieren, konzipieren, planen, umzusetzen und zu evaluieren. Sie sind ferner dazu befähigt, ein Projektteam aufzubauen und zu leiten.</p> <p>Praxisprojekt I:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, ein Projekt anhand professionellen Projektmanagements durchzuführen. - beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung. - kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts. - kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten. - haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme. <p>Praxisprojekt II</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, ein Projekt mit solider Organisation professionell durchzuführen. - beherrschen die systematische, strukturierte, fachlich professionelle und termingerechte Projektbearbeitung. - beherrschen die Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen). - haben vertiefte Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme.
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Projektmanagement</p>
<p>Umfang</p>	<p>5 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>4. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>SE*</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Projekthandbuch)</p>

Lehrinhalte	Nach der grundlegenden Definition der Funktionen des Projektmanagements werden die Studierenden praktisch an die Anwendung herangeführt. Hierbei werden vor allem die Aufgaben des Projektleiters/der Projektleiterin, sowie weitere Rollen in Projektteams und die wichtigsten Projektmanagementwerkzeuge und -methoden besprochen. Die Lehrinhalte beinhalten sowohl den Projektbegriff und die Projektarten als auch Leistungsplanung, Ressourcen- und Kostenplanung, Projektorganisation, IT-gestützte Projektdokumentation und das abschließende Projekthandbuch.
-------------	--

Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt I
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Projektdokumentation)
Lehrinhalte	<p>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 gleichen es mit Beobachtungen und Erfahrungen im Rahmen des Praxisprojekts ab. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt.</p> <p>Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch den Lehrveranstaltungsleiter bzw. die Lehrveranstaltungsleiterin: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt II
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Projektdokumentation)

Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf die im Praxisprojekt I erworbenen Erfahrungen und die in Fachlehrveranstaltungen erworbenen weiteren Kenntnisse und Fähigkeiten haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr erworbenes Wissen auf reale Projekte anzuwenden – vor allem die Kompetenzen im Bereich Projekt- und Qualitätsmanagement, sowie die fachspezifische Problemlösungskompetenz sollen so gefestigt und anwendbar gemacht werden. In Zusammenarbeit mit Unternehmen oder anderen Institutionen werden Problemstellungen aus den Bereichen des Studiengangs im Rahmen von Projekten bearbeitet. Die Planung, Durchführung, Budgetierung und Evaluierung der Projekte wird eigenständig durchgeführt – sowohl die Bildung des Projektteams als auch Implementierung von Qualitätsmanagement wird von den Studierenden selbst durchgeführt, um Entscheidungskompetenz zu fördern und reale Folgen zu vermitteln.</p>
-------------	---

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ELE	Electives	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	5., 6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen & Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Siehe grafische Übersicht über die Module im Anschluss	
Literaturempfehlungen	<p>Electives I & II (E):</p> <p>Sport Bortz, J.: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin u. a., Springer-Verlag, 2005 Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin u. a., Springer-Verlag, 2003 Breuer, Ch./Michels, H. (Hrsg.): Trendsport – Modelle, Orientierungen und Konsequenzen, Aachen, 2003 Galli, A.: Sportmanagement. München, Vahlen, 2002 Groll, M.: Transnationale Sportpolitik - Analyse und Steuerungs-ansatz sportpolitischer Interaktionen, Aachen, Meyer und Meyer, 2005 Heinemann, K.: Einführung in Methoden und Techniken empirischer Forschung im Sport. Sport und Sportunterricht; Bd. 15, Schorndorf, Hofmann, 1998 Lüschen, G./Rütten, A.: Sportpolitik – sozialwissenschaftliche Analysen, Stuttgart, Nagelschmid, 1996 Rittner, V./Breuer, C.: Kommunale Sportpolitik. Wege aus dem Dornröschenschlaf, Köln, Sport & Buch Strauss, 2000 Schildmacher, A.: Trends und Moden im Sport, in: dvs-Informationen, 13/1998, S. 14-19 Schmidt, R.: Pop – Sport – Kultur. Praxisformen körperlicher Aufführungen, Konstanz, 2000 Schneider, Sylvia/Erb, H. H.: Sport for fun: alle Trendsportarten - was du dafür brauchst, was sie dir bringen, Würzburg, Arena-Verlag, 2000 Schubert, K.: Politikfeldanalyse, Opladen, Leske und Budrich, 1991</p>	

	<p>Weiß, O.: Einführung in die Sportsoziologie, Wien, WUV, 1999</p> <p>Kultur</p> <p>Fuchs, M.: Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe. Eine Einführung in Theorie, Geschichte und Praxis, Opladen, VS Verlag, 1999</p> <p>Heinrichs, W.: Kulturpolitik und Kulturfinanzierung. Strategien und Modelle für eine politische Neuorientierung der Kulturfinanzierung, München, Beck, 1997</p> <p>Kramer, D.: Handlungsfeld Kultur. Zwanzig Jahre Nachdenken über Kulturpolitik, Texte zur Kulturpolitik, Band 8, Essen, Edition Umbruch, 1996</p>
Kompetenzerwerb	<p>Electives I & II (E):</p> <p>Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport- und Kulturentwicklung. Sie können Institutionen und Personen diesbezüglich beraten und die erworbenen Kenntnisse, insbesondere die Methoden der integrierten Sport- und Kulturentwicklung, anwenden. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Erfolgsfaktoren durch eigene theoretische und praktische Arbeit und die Auseinandersetzung mit Beispielen/Fallstudien. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen der Sport- und der Kulturbranche aufzeigen und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten abschätzen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Elective I
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	5. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Bedeutung und Anwendung der Sport- und Kulturentwicklung</p> <p>Auftrag und Bedeutung des Sports und der Kultur, Aufgaben der Politik</p> <p>Wandel des Sports: Differenzierungs-, Individualisierungs- und Pluralisierungstendenzen, Kommerzialisierungs-, Professionalisierungs- und Mediatisierungsphänomene</p> <p>Wandel der Kultur: Kommerzialisierungs- und Professionalisierungsphänomene</p> <p>Integrierte Sport- und Kulturentwicklungsplanung und zukunftsorientierte Stadtentwicklungsplanung</p> <p>Angebots-, Organisations- und Infrastrukturentwicklung</p>

	Beispiele/Fallstudien
Titel der Lehrveranstaltung	Elective II (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Die Zukunft des Sports und der Kultur: Branchen- und F&E-Aktivitäten Humanressourcen/Kompetenzen Aufbau der Sport- und der Kulturbranche Entwicklung der Sport- und der Kulturbranche Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms Erkennung von Entwicklungen/Trends Bewertung der Entwicklungen Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen Nutzung der Entwicklungen</p> <p>Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten</p>

Grafische Übersicht über die Module Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement BB

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
1	SPW	SPW	SPM	SPM	EVT	ANG
2						
3						
4						
5						
6	KUW	SPM	KUM	KUM	PRA	
7						
8						
9	VER	KUW	MUL	EVE	EVE	
10						
11			MA K			PRA
12						
13						
14						
15						
16	WIR	KUM	MFO	PRA	EVE	
17						
18						
19	CON	VER	WIS	MUL	BER	
20						
21						
22	SOZ	MAK	WIS	CON	BUS	
23						
24						
25	ENG	WIS	STU	CON	WIS	
26						
27						
28						
29						
30						

Zielsetzungen der Module (Organisationsform berufsbegleitend)

Berufsbegleitend	ECTS		%
Sport, Kultur & Veranstaltung		51	28
SPW (Sportwissenschaften)	11		
SPM (Sportmanagement)	12		
KUW (Kulturwissenschaften)	11		
KUM (Kulturmanagement)	11		
VER (Veranstaltungsmanagement & Recht)	6		
Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ		23	13
INT (International Arts & Sports Management)	8		
EVE (Business Events, Destination Management & Place/Mobile Events & Venues)	8		
EVT (Konzeptwerkstatt/Creative Lab & Eventinszenierung & Eventtechnik)	7		
Management & Wirtschaftswissenschaften		30	17
WIR (Wirtschaftswissenschaften)	5		
CON (Rechnungswesen & Controlling)	5		
MAK (Marketing & Kommunikationsmanagement)	6		
ANG (Angewandte Marketing- & Finanzplanung)	10		
MFO (Marktforschung)	4		
Sozialkompetenz & Multimedia		26	14
SOZ (Sozialkompetenz)	7		
MUL (Multimedia)	7		
ENG (English)	12		
Interkulturelle Kompetenz		3	2
STU (Study Trip)	3		
Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten		47	26
WIS (Wissenschaftliches Arbeiten)	18		
BUS (Business Cases)	4		
BER (Berufspraktikum)	8		
PRA (Praxisprojekte & Projektmanagement)	13		
ELE (Electives)	4		
Summe		180	100