



Studienordnung des FH-Masterstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement (berufsbegleitend)

zur Erlangung des akademischen Grads

Master of Arts in Business,
abgekürzt MA

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Berufsbegleitend (bb)

Dauer: 4 Semester

Umfang: 120 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 32

Inhalt

1	Berufsbilder & Qualifikationsziele	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsziele/Lernergebnisse.....</i>	3
2	Zugangsvoraussetzungen	5
3	Curriculum	6
3.1	<i>Curriculumsdaten</i>	6
3.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	7
3.3	<i>Modularisierung</i>	9
3.4	<i>Grafische Übersicht über die Module im Studienverlauf</i>	51

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 Masterstudiengangs Sports, Culture & Events Management stehen vielfältige berufliche Tätigkeitsfelder in regionalen, nationalen und internationalen Zusammenhängen offen. Erworbene Führungskompetenzen in Verbindung mit dem Bewusstsein für gesellschaftliche, ökologische, ökonomische und ethische Verantwortung ermöglichen die Übernahme leitender Funktionen in Sport- und Kulturorganisationen im allgemeinen sowie im sport- und kulturbezogenen Veranstaltungsmanagement. Spezialisierte Kenntnisse im Bereich Festivals, Sportevents und Entwicklung urbaner sowie regionaler Räume eröffnen Tätigkeiten bei Unternehmen, Gebietskörperschaften, Vereinen und (Dach)Verbänden. Durch die wirtschaftliche, sportliche und kulturelle Globalisierung erfahren internationale Projekte einen erhöhten Stellenwert für Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen und eröffnen Arbeitsmöglichkeiten im internationalen und interkulturellen Projektmanagement, in der strategischen Event-Planung für urbane und regionale Räume, im nachhaltigen Destinationsmanagement bei Sport-, Kultur- und Veranstaltungstourismus sowie in allgemeinen Belangen der Finanzierungsakquise und Vermittlung.

Das Masterstudium Sports, Culture & Events Management befähigt die AbsolventInnen für folgenden Tätigkeiten in Führungs- oder führungsnahe Positionen; die Tätigkeitsfelder umfassen Managementaufgaben in den Bereichen Marketing, Personal, Finanzierung und Controlling, Projektmanagement sowie Konzeptionierung unterschiedlicher Eventtypen:

- Internationales Projektmanagement im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich (Festivals, internationale Sport- und Kulturorganisationen sowie Kongresse, Sportmeisterschaften) in den Bereichen Vermittlung und Marketing, internationale Kommunikation, Fundraising und öffentliche Finanzierung, Controlling, Gäste- und Athletenbetreuung
- Internationales Projektmanagement im Sport-, Kultur- und Veranstaltungstourismus in den Bereichen Vermittlung und Marketing, Fundraising, Controlling, Kooperationen und Eventkonzeptionierung
- Leitende Tätigkeiten in Sport-, Kultur- und Veranstaltungszentren und -organisationen, insbesondere in den Bereichen Personalmanagement, Marketing, Vermittlung und in den kaufmännischen Abteilungen
- Nachhaltige Konzeptionierung für Regional Governance-Projekte in Zusammenhang mit Sport, Kultur und Veranstaltungswesen
- Projektmanagement und Eventkonzeptionierung im Bereich Städtetourismus mit den Schwerpunkten Sport, Kultur und/oder Veranstaltungen
- Leitende Tätigkeiten in Event-, Consulting- und Marketingagenturen
- Venue Management von Sport-, Kultur- und Veranstaltungseinrichtungen inklusive der Bereiche Budgetierung und Risikomanagement

1.2 Qualifikationsziele/Lernergebnisse

Die für die oben genannten Tätigkeiten benötigten Qualifikationen sollen im Rahmen des Masterstudiums Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement erworben werden – dabei ist nicht nur die reine Wissensvermittlung von zentraler Bedeutung. Die erworbenen Inhalte sollen verknüpft, transferiert und angewandt werden – ein Schwerpunkt liegt vor allem auf Analyse, Konzeption und Forschungsorientierung.

Die Besonderheit des Studiengangs liegt im **integrativen Ausbildungskonzept** – hierbei geht es darum, Betriebswirtschaft & Management nicht schlichtweg additiv neben Sport, Kultur und Events zu stellen, sondern die Bereiche praxisnah zu verbinden.

Das Studium soll theoriebasiert auf praktische Anwendung vorbereiten - die zentralen Qualifikationen lassen sich in vier Kompetenzbereiche einteilen:

Kernkompetenz „Sportmanagement“

Der Studiengang behandelt zentrale Aspekte der Besonderheiten des Sportmanagements. Inhalte von sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden und empirischer Forschung werden entsprechend aufgearbeitet, so dass AbsolventInnen diese in der Praxis anwenden können.

Kernkompetenz „Kulturmanagement“

Hierbei geht es vor allem um die Auseinandersetzung mit Schlüsseltheorien innerhalb der Kulturwissenschaften und des Kulturmanagements, um das strategische und abstrakte Denken der Studierenden zu fördern.

Kernkompetenz „Veranstaltungsmanagement“

Im Bereich Veranstaltungsmanagement sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, ihre Kreativität in konkrete Konzepte für Eventagenturen und Eventveranstalter zu gießen, diese bestmöglich umzusetzen und dann zu evaluieren.

Basiskompetenz „Leadership“

Die Kompetenz soll vor allem durch Lehrveranstaltungen mit Leadership Komponenten (Social Skills) entwickelt werden, um auf Führungsaufgaben bestmöglich vorbereitet zu sein.

AbsolventInnen sollen dazu in der Lage sein, fundierte Kenntnisse aus dem Fachbereich mitsamt jeglichen Implikationen aus Psychologie, Soziologie, Technik oder Judikatur in der Praxis anzuwenden. Neben einer Bewertung und Analyse von (infra-)struktureller, soziologischer sowie kulturpolitischer Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Auseinandersetzung mit der Erlebnisgesellschaft, sollen Events geplant, strukturiert, budgetiert und durchgeführt werden. Zudem gilt es, Forschungsergebnisse aus den Kultur- und Sportwissenschaften verwerten zu können, um durch das Verständnis der systemischen und organisationalen Besonderheiten Handlungsmöglichkeiten auszuloten.

Die inhaltliche Konzeption des Studiengangs beruft sich auf die Anforderungen aus dem relevanten Berufsumfeld für die AbsolventInnen. Als wichtige Anforderungen hierfür sind zu nennen:

- Die wichtigste Qualifikationsanforderung ist die Kompetenz, Lösungen für Fragestellungen aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement kreativ und selbständig zu erarbeiten und zu verschriftlichen.
- Zentral sind die Entwicklung von Führungskompetenzen und das Verständnis für die Bausteine des strategischen Managements, auch in einem internationalen Kontext.
- **Neben der theoretischen Perspektive wird auch die Praxisnähe** zentral genannt – diese wird durch Lehrveranstaltungen wie Praxisprojekt, Eventdesign/-kreation/-inszenierung oder Mediatraining sichergestellt.
- Innerhalb des relevanten Berufsfelds sind auch **vielseitige Kenntnisse in unterschiedlichen Bereichen** gewünscht. Abgesehen von der Vielfältigkeit des Studiengangs an sich, sollen auch Inhalte wie wirtschaftliche, soziale und persönliche Kompetenzen diese Anforderungen erfüllen. Der Masterstudiengang soll aufbauend auf eine breite Fundierung Fachpersonal in den Bereichen Sport, Kultur und Veranstaltung ausbilden. Besonderer Wert wird hierbei, wie bereits erwähnt, auf soziale und persönliche Fähigkeiten gelegt – neben der direkten Anwendungen im interkulturellen Umfeld (Studienreise), werden Inhalte wie Leadership Skills und Mediatraining in den Studienplan aufgenommen.
- Durch **Electives und frei wählbare Vertiefungen** wird sichergestellt, dass die Studierenden Fachgebiete auswählen können, um die Möglichkeit zu haben, am Arbeitsmarkt auf spezifische Probleme einzugehen - auch dies geschieht durch Anregung von ExpertInnen.

2 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

- 1) Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt **§ 4 FHG idgF**, fachliche Zugangsvoraussetzung zu einem Fachhochschul-Masterstudiengang ist demnach ein abgeschlossener fach-einschlägiger Fachhochschul-Bachelorstudiengang oder der Abschluss eines gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung.
- 2) Als **facheinschlägig** gelten für den vorliegenden Antrag Bachelorstudien(gänge), die zumindestens einen der Kernfachbereiche Marketing, Management und Wirtschaftswissenschaften, Sport-, Kultur- oder Eventmanagement, Tourismus- und Freizeitwirtschaft in einem Gesamtumfang von zumindest 30 ECTS behandeln.
- 3) Die FH Kufstein Tirol sieht in ihrer Studiengangsarchitektur eine Vernetzung der Bachelor- und Masterprogramme im Sinne des Bologna-Prozesses vor: Nach erfolgreichem Abschluss eines Bachelorstudiums stehen den AbsolventInnen mehrere Möglichkeiten für ein Masterstudium an und außerhalb der FH Kufstein Tirol offen. Für den vorliegenden Masterstudiengang wären AbsolventInnen folgender Studiengänge der FH Kufstein Tirol (unabhängig von der Organisationsform) auf Grund der oben genannten fachlichen Vorbildung zugelassen:
 - Internationale Wirtschaft & Management
 - Marketing & Kommunikationsmanagement
 - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement
 - Unternehmensführung
 - Web-Business & Technology
 - Facility Management & Immobilienwirtschaft
- 4) Wenn eine für diesen Masterstudiengang relevante Berufserfahrung in den entsprechenden Berufsfeldern nach dem Abschluss eines nicht facheinschlägigen Studiums im Sinne von Absatz 2 erworben wurde, kann in Einzelfällen die Zulassung dennoch ermöglicht werden.
- 5) Die Unterrichts- und Prüfungssprache im berufsbegleitenden Masterstudiengang ist Deutsch. Somit ist für ausländische Studierende im Fach Deutsch (nicht deutschsprachiges Ausland) ein entsprechender Nachweis laut dem Europäischen Referenzrahmen eines anerkannten Institutes (z.B.: Goethe Institut, Österreich Institut) auf Niveau C 1 zu erbringen.
- 6) Die Überprüfung der Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen obliegt der Studiengangsleitung des Masterstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement.

3 CURRICULUM

3.1 Curriculumsdaten

	bb	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2014/15	2014/15 bezieht sich auf das überarbeitete Curriculum nach der internen Revision.
Regelstudiodauer (Anzahl Semester)	4	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	54	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	17	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme aller Sem.)	810	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	120	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	25.09.2014 KW 39	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	14.02.2015 KW 7	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	05.03.2015 KW 10	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	18.07.2015 KW 29	
WS Wochen	17	
SS Wochen	17	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	nein	Ein verpflichtendes Auslandssemester ist nicht eingeplant, jedoch ist im 2. Semester eine betreute Studienreise vorgesehen.
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch	35 % der Lehrveranstaltungen werden in Englisch abgehalten.
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	nein	

3.2 Curriculumsmatrix

Curriculums-Matrix

Masterstudiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement (bb)

1. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
				Gruppen				
AUFBAUMODULE (2 von 4 Modulen sind verpflichtend)								
ABM.SPO.1	Sportwissenschaften & Sportmanagement	ILV	2	1	2	30	SPO	4
ABM.KUL.1	Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	ILV	2	1	2	30	KUL	4
ABM.VAM.1	Veranstaltungsmanagement & -marketing	ILV	2	1	2	30	VAM	4
ABM.BUC.1	Budgetierung & Controlling	ILV	2	1	2	30	BUC	4
KERNMODULE								
SMA.1	Strategisches und Innovations-Management	SE	1	1	1	15	SMA	2
LDS.1	Intercultural Leadership (E)	ILV	2	1	2	30	LDS	3
SMA.2	Strategisches Marketing	SE	2	1	2	30	SMA	4
SOC.1	Team Building (Outdoor Training)	ILV	2	2	4	60	SOC	3
SKV.1	Sport- und Kulturpolitik	SE	2	1	2	30	SKV	4
EVE.1	Event Design (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
EVE.2	Veranstaltungsbudgetierung	SE	1	1	1	15	EVE	2
EVE.3	Veranstaltungsrecht	SE	1	1	1	15	EVE	2
Summenzeile:			16		22	330		30
LVS = Summe SWS*LV-Wochen			240					

2. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
				Gruppen				
WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	SE*	3	1	3	45	WIS	5
SOC.2	Studienreise (E)	ILV	2	2	4	60	SOC	3
LDS.2	Leadership Skills	ILV	1	1	1	15	LDS	2
PRA.1	Praxisprojekt I	PT	2	2	4	60	PRA	4
EVE.4	Strategic Event Management (E)	SE	1	1	1	15	EVE	2
TRE.1	Trends in Sportmanagement	SE	1	2	2	30	TRE	2
SMA.3	Digital Marketing (E)	SE	2	1	2	30	SMA	4
WAHLPFLICHTMODULE (2 von 4 Modulen sind verpflichtend)								
WPM.VEN.1	Venue Management: Foundations (E)	SE	2	1	2	30	VEN	4
WPM.UCD.1	Urban Studies/City Development: Urban Studies (E)	SE	2	1	2	30	UCD	4
WPM.SPD.1	Strategic Project Development: Foundations (E)	SE	2	1	2	30	SPD	4
WPM.DES.1	Destination Management: Alpine Destinations (E)	SE	2	1	2	30	DES	4
Summenzeile:			16		25	375		30
LVS = Summe SWS*LV-Wochen			240					

3. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
KERNMODULE								
MFO.1	Sportmanagementforschung	SE	2	2	4	60	MFO	4
MFO.2	Kulturmanagementforschung	SE	2	2	4	60	MFO	4
ELE.1	Elective I (E)	ILV	2	1	2	30	ELE	3
PRA.2	Praxisprojekt II	PT	2	2	4	60	PRA	4
SOC.3	Mediatraining	ILV	2	1	2	30	SOC	3
TRE.2	Trends in Kulturmanagement	SE	1	2	2	30	TRE	2
WIS.2	Vorbereitendes wissenschaftliches Seminar	SE	1	1	1	15	WIS	2
WAHLPFLICHTMODULE (2 von 4 Modulen sind verpflichtend)								
WPM.VEN.2	Venue Management : Sports & Cultural Venues (E)	SE	2	1	2	30	VEN	4
WPM.UCD.2	Urban Studies/City Development: City Development (E)	SE	2	1	2	30	UCD	4
WPM.SPD.2	Strategic Project Development: Leisure Project Development (E)	SE	2	1	2	30	SPD	4
WPM.DES.2	Destination Management: International Destinations (E)	SE	2	1	2	30	DES	4
Summenzeile:			16		27	405		30
LVS = Summe SWS*LV-Wochen			240					

4. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
KERNMODULE								
ELE.2	Elective II (E)	ILV	2	1	2	30	ELE	3
TRE.3	Trends in Veranstaltungsmanagement	SE	1	1	1	15	TRE	2
SKV.2	Synergetische Potenziale in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement	SE*	2	1	2	30	SKV	5
WIS.3	Kolloquium zur Masterarbeit	SE	1	1	1	15	WIS	2
WIS.4	Masterarbeit	MA	0,6	32	19,2	288	WIS	18
Summenzeile:			6,6		25,2	378		30
LVS = Summe SWS*LV-Wochen			99					
Summe über alle Semester			54,6		99,2	1488		120
Summe über alle Semester			819					

Abkürzungen

LV	Lehrveranstaltung	ILV	Integrierte Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)	PT	Projekt
ALVS	Angebotene LVS	SE	Seminar
SWS	Semesterwochenstunde(n)	SE*	Seminar mit hohem Workload
ASWS	Angebotene SWS	UE	Übung
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte	MA	Masterarbeit
(E)	Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache abgehalten.		

3.3 Modularisierung

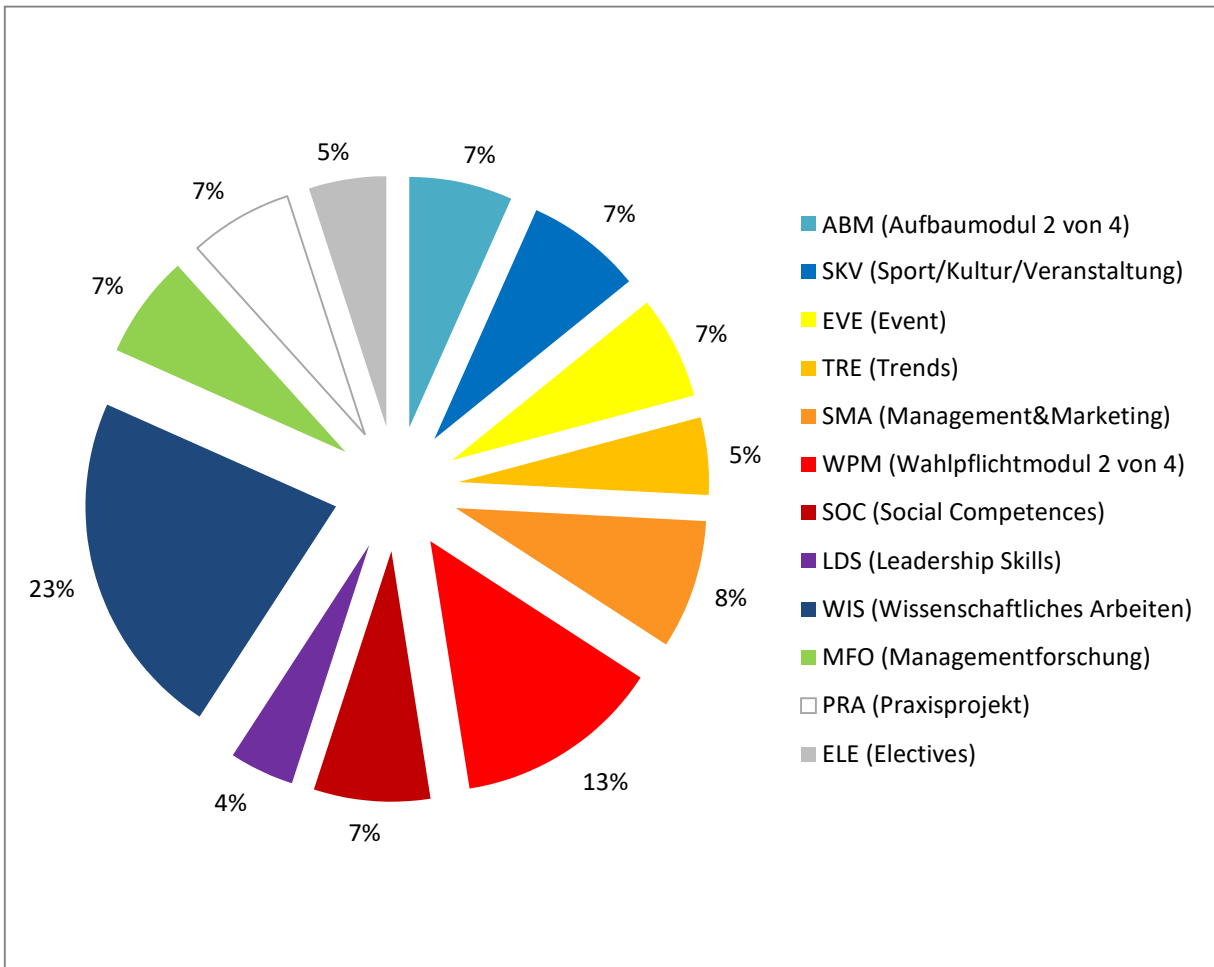
Das Programm des Studiengangs in der Organisationsform berufsbegleitend unterteilt sich in 18 aufeinander abgestimmte Module. Für die nachfolgenden Modulbeschreibungen werden folgende Abkürzungen verwendet. Diese flossen auch in die Bezeichnungen der einzelnen Lehrveranstaltungen ein.

Abkürzungen	
ABM.SPO	Aufbaumodul Sportwissenschaften & Sportmanagement
ABM.KUL	Aufbaumodul Kulturwissenschaften & Kulturmanagement
ABM.VAM	Aufbaumodul Veranstaltungsmanagement & -marketing
ABM.BUC	Aufbaumodul Budgetierung & Controlling
SKV	Sport/Kultur/Veranstaltung
EVE	Event
TRE	Trends
SMA	Management & Marketing
WPM.VEN	Wahlpflichtmodul Venue Management
WPM.UCD	Wahlpflichtmodul Urban Studies/City Development
WPM.SPD	Wahlpflichtmodul Strategic Project Development
WPM.DES	Wahlpflichtmodul Destination Management
SOC	Social Competences
LDS	Leadership Skills
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten
PRA	Praxisprojekt
MFO	Managementforschung
ELE	Electives

Die Module ordnen sich den folgenden Themenfeldern zu:

- Aufbaumodule in Sport- und Kulturwissenschaften, in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement sowie Marketing (ABM.SPO, ABM.KUL, ABM.VAM, ABM.BUC)
- Kernmodule zu den Themen: Sport, Kultur, Event, Trends, Management und Marketing (SKV, EVE, TRE, SMA)
- Fachspezifische Wahlpflichtmodule (WPM.VEN, WPM.UCD, WPM.SPD, WPM.DES)
- Social Competences & Leadership Management (SOC, LDS)
- Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten (WIS, MFO, PRA) inklusive FH-weite Wahlfächer (ELE)

Von den 4 angebotenen Aufbaumodulen bzw. Wahlpflichtmodulen sind zwei Aufbaumodule und zwei Wahlpflichtmodule von den Studierenden zu wählen. Damit ergibt sich folgende Aufteilung der Module nach ECTS über das gesamte Studium:



Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABM.SPO	Aufbaumodul Sportwissenschaften & Sportmanagement	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Aufbaumodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Wahlpflichtmodule	
Literaturempfehlungen	<p>Balz, E. & Kuhlmann, D. (Hrsg.). (2009). Sportentwicklung. Grundlagen und Facetten. Aachen: Meyer & Meyer.</p> <p>Houlihan, B. & Green, M. (Eds.). (2011). Routledge Handbook of Sports Development. London: Routledge.</p> <p>Hylton, K. (Ed.). (2013). Sport Development: Policy, Process and Practice. 3rd ed. London: Routledge.</p> <p>Leach, R., Robson, S. & Simpson, K. (2013). Strategic Sport Development. London: Routledge.</p> <p>Rütten, A., Kähler, R. & Nagel, S. (Hrsg.). (2013). Handbuch Sportentwicklungsplanung. Schorndorf: Hofmann.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden können die aktuellen Entwicklungen im Sport systematisch darstellen;</p> <p>Die Studierenden verstehen die grundlegenden Mechanismen von Entwicklungsdynamiken im Sport und können die zentralen Interventionsstrategien beschreiben;</p> <p>Die Studierenden können die grundlegenden Mechanismen der Entwicklungsdynamiken zur Analyse und Bewertung (Folgenabschätzung) neuartiger Entwicklungsdynamiken im Sport anwenden;</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Strategien zum Umgang mit den Entwicklungsdynamiken im Sport in unterschiedlichen Feldern zu entwickeln und diese zu begründen und zu evaluieren.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Sportwissenschaften & Sportmanagement	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Lehr- und Lernformen	ILV	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)	
Lehrinhalte	<p>Grundlegende Entwicklungsdynamiken im Sport (Modernisierung, Individualisierung, Pluralisierung, Kommerzialisierung, Professionalisierung, Technologisierung, Mediatisierung, Globalisierung)</p> <p>Mechanismen der Entwicklungsdynamiken im Sport (system- und akteurtheoretische Perspektiven)</p> <p>Management-, Planungs- und Steuerungsstrategien zum Umgang mit Entwicklungsdynamiken im Sport</p>	

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABM.KUL	Aufbaumodul Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Aufbaumodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Wahlpflichtmodule	
Literaturempfehlungen	Bourdieu, Pierre (1970/74): Zur Soziologie der symbolischen Formen. suhrkamp wissenschaft.; Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung. VS Verlag. Klein, Armin (2011): Der exzellente Kulturbetrieb. VS Verlag. Lewinski-Reuter, Verena / Lüddemann, Stefan (Hg.) (2008): Kulturmanagement der Zukunft. Perspektiven aus Theorie und Praxis. VS Verlag. Marchart, Oliver (2008): Cultural Studies. UTB; Müller-Funk, Wolfgang (2010): Kulturtheorie. Einführung in die Schlüsseltexte der Kulturwissenschaft. UTB. Wolfram, Gernot (Hg.) (2012): Europäisches Kulturmanagement. transcript Verlag; Fachzeitschriften: International journal of arts management (Montreal)	
Kompetenzerwerb	Die Studierenden besitzen integrative Kenntnisse und Interpretationskompetenz bezüglich: <ul style="list-style-type: none"> a) der Strukturen des Kulturbetriebes mit seinen zentralen Akteuren (Kunstschaffende, Kuratoren, Vermittler, Finanziers, Publikum) sowie b) des Zusammenhangs aus Kulturwissenschaft bzw. Kulturtheorie und Kulturmanagement. Neben den exemplarischen Kenntnissen erlangt der/die Studierende Wissen über den methodischen Wert dieser Paradigmen, um sie für das Kulturmanagement fruchtbar zu machen. Die Studierenden sind in der Lage, die Funktion von Kulturbetrieben und kultureller Aktivität zu diskutieren.	
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Lehr- und Lernformen	ILV	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)	
Lehrinhalte	Grundbegriffe und -strukturen des Kulturbetriebs (Trägerschaften, Finanzierungsstrukturen, zentrale Akteure wie Kuratoren und KünstlerInnen); Stellung des Kulturmanagers innerhalb dieser Strukturen; exemplarische Kulturtheorien (Kultursoziologie, Kulturanalyse, ...) und deren Interpretationsmöglichkeiten für Kulturbetriebe und kulturelle Aktivitäten; europäische und internationale Zusammenhänge und Verknüpfungen; dialektische Prinzipien von Kulturarbeit;	

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABM.VAM	Aufbaumodul Veranstaltungsmanagement & -marketing	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Aufbaumodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Wahlpflichtmodule	
Literaturempfehlungen	<p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Event Management. Pearson, Harlow</p> <p>Bladen, Charles Events management. - 1. publ. 2012</p> <p>Bowdin, G. A. J. Events management. - 3rd ed 2010</p> <p>Hladky, Andreas: Grundlagen professionelles Eventmarketing. - 1. Aufl. 2012</p> <p>Kotler, P. (2011): Grundlagen des Marketing, 5., aktualisierte Auflage, Pearson Studium, München</p> <p>Kotler, P. (2010): Die neue Dimension des Marketings, Marketing 3.0. Campus-Verl., Frankfurt am Main (u.a.)</p> <p>Kotler, P. (2007): Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln. 12., aktualisierte Aufl., Person Studium, München (u.a.)</p> <p>Nickel, Oliver Eventmarketing. - 2., vollständig überarb. Aufl. 2007</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Marketing: Die Studierenden kennen die grundlegenden Erkenntnisbereiche des Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markt und Marktforschung - Produkte und Dienstleistungen - Preis - Marketingkommunikation - Distribution <p>Darüber hinaus verfügen sie über Vorstellungen darüber, wie diese Bereiche aufeinander wirken und im Rahmen einer Marketingstrategie harmonisiert werden müssen.</p> <p>Veranstaltungsmanagement: Die Studierenden kennen die grundlegenden Erkenntnisbereiche des Eventmanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventbegriff und Bedeutung - Eventorganisation - Eventkonzeption - Aufplanung und Logistik - Grundkenntnisse in Health & Safety - Eventpsychologie und Kreativität - Kommunikationstechniken <p>Darüber hinaus unterscheiden sie die verschiedenen Eventarten, analysieren deren Anwendungsbereich und identifizieren die wichtigsten Tools im Eventmanagement.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsmanagement & -marketing
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktentscheidungen und Markenmanagement - Sortimentspolitik - Produktlebenszyklus - Dienstleistungsmarketing - Preispolitik - Integrierte Marketingkommunikation - Werbung und PR - Verkauf und Verkaufsförderung - Direkt- und Onlinemarketing - Vertriebswege <p>Veranstaltungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neben einer Einführung in die Begriffswelt des Eventmanagement werden die verschiedenen Eventarten und deren Anwendungsbereiche identifiziert, - die Gründe (Marketing, Gewinnerzielung, Imagetransfer) für Events (B2B, B2C) analysiert, - die verschiedenen Erfolgsfaktoren für Veranstaltungen abgestimmt; - die Einflussfaktoren dargestellt, - die Umsetzung von Eventideen, -ziele, -gestaltung, -steuerung und Endbewertungen beschrieben, - die sicherheitsrelevanten Faktoren eines verantwortungsvollen health & Safety Managements analysiert, - die psychologischen Elemente einer erfolgreichen Veranstaltungsplanung illustriert und - Grundsätze der kreativen Eventgestaltung umrissen.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABM.BUC	Aufbaumodul Budgetierung & Controlling	4 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Aufbaumodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Wahlpflichtmodule	
Literaturempfehlungen	Peter Horvath: Controlling 12. Vollst. Überarb. Aufl. Vahlen Verlag München 2011 Jürgen Weber: Einführung in das Controlling 13. Aufl. Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart 2011 Horvath&Partners [Hrsg.] Balanced Scorecard umsetzen 3. Aufl. Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart 2011 Johannes N. Stelling Kostenmanagement und Controlling Oldenbourg Verlag München Wien 2003 Robert Rachlin Praxishandbuch Budgetplanung. Grundlagen und Instrumente für ein erfolgreiches Finanzmanagement. Campusverlag Frankfurt 2001 David Müller [Hrsg.] Controlling für kleinere und mittlere Unternehmen Oldenbourg Verlag München 2009 Carl-Christian Freidank, Elmar Mayer [Hrsg.] Controlling-Konzepte. Neue Strategien und Werkzeuge für die Unternehmenspraxis. 6. Vollst. Überarb. Und erw. Aufl. Gabler Verlag Wiesbaden 2003	
Kompetenzerwerb	Die Studierenden werden aufbauend auf Grundkenntnissen der Betriebswirtschaftslehre Ansätze des Kostenmanagements und Controllings als Managementfunktionen kennenlernen. Vor allem in Bezug auf KMU im SKVM-Bereich und auf die dominierenden Fragestellungen in der Projektsteuerung werden sie Planungs- und Kontrollsysteme kennen und anwenden lernen, die den Einsatz traditioneller Kosten und Erfolgsrechnung ergänzen und das Management bei strategischen Entscheidungen unterstützen. Direct costing und break even-Analysen, angewandte Deckungsbeitragsrechnungen, Prozesskostenkontrolle und Gemeinkostenwertanalyse und darauf fußende Kennzahlensysteme sind Instrumente, die die Studierenden in ihrer Bedeutung einordnen und in ausgewählten Fällen anwenden können. Insbesondere die Balanced Scorecard als Verbindung des strategischen Controllings und der operativen Steuerung wird mit den konkreten Anwendungsfällen im SKVM in Verbindung gebracht. Die Studierenden sind in der Lage, die Planung und Budgetierung für konkrete Veranstaltungskonzepte durchzuführen und dabei die Ansatzpunkte für ein wertorientiertes Controlling zu finden. Die entstehenden Wettbewerbsvorteile durch effiziente Kostenstrukturen können sie beurteilen.	

Titel der Lehrveranstaltung	Budgetierung & Controlling
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	In der Lehrveranstaltung sollen aufbauend auf den Ansätzen zu einem wertorientierten Controlling, sowohl bewährte Instrumente wie Zero based budgeting, performance measurement oder Deckungsbeitrags-Rechnung in ihrer Bedeutung kurz eingeordnet werden. Die Grundlagen der Budgetplanung, die Einordnung in den Planungsprozess und die Beurteilung des Unternehmens- und Projekterfolgs mit Hilfe geeigneter Kennzahlen und Kennzahlensysteme wie der Balanced Scorecard sollen die Studierenden in die Lage versetzen, sowohl was die Planung, als auch die Beurteilung von Soll-Ist-Abweichungen an betrifft, auch in konkreter Fallanwendung eine geeignete Strategie und Kennzahlensteuerung festzulegen.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SKV	Sport/Kultur/Veranstaltung	9 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester / 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Kernmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Sport- und Kulturmanagementforschung	
Literaturempfehlungen	<p>Sport- und Kulturpolitik Föhl, Patrick S. (2011): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik: ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven; VS Verlag. Konrad, Heimo (2011): Kulturpolitik: eine interdisziplinäre Einführung, Facultas. Mittag, J. & Nieland, J.-U. (2014). Sportpolitik: Ein Studienbuch. Wiesbaden: VS. Scheytt, Oliver (2008): Kulturstaat Deutschland - Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik, transcript Verlag. Tokarski, W. & Petry, K. (Hrsg.). (2010). Handbuch Sportpolitik. Schorndorf: Hofmann. Wimmer, Michael (2012): Kultur und Demokratie: eine systematische Darstellung von Kulturpolitik in Österreich, Studienverlag. Filzmaier, Peter (2004): Politische Aspekte der Olympischen Spiele, Online-Publikation Groll, Michael (2005): Transnationale Sportpolitik: Analyse und Steuerungsansatz sportpolitischer Interaktionen, Meyer&Meyer; Henry, I. & Ko, L.-M. (Eds.) (2013). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Schindler, Jörg Michael (2011): Kulturpolitik und Recht 3.0: von der Kulturverträglichkeitsprüfung zur kulturbezogenen Folgenabschätzung, ARCCultmedia; Quenzel, Gudrun (2005): Konstruktionen von Europa: die europäische Identität und die Kulturpolitik der Europäischen Union, transcript;</p> <p>Synergetische Potenziale in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement Enwezor, Okwui (2002): Großausstellungen und die Antinomien einer transnationalen globalen Form. Wilhelm Fink Verlag; Garcia, Beatriz (2012): The olympic games and cultural policy; Gebhard, Winfried: „Fans und Distinktion“, in: Roose, Jochen et al (Hg.) (2010): Fans. Soziologische Perspektiven. VS Verlag Wiesbaden Jarvie, Grant (2012): Sport, culture and society: an introduction. Kothenschulte, Daniel (2009): Pixel aus Fleisch und Blut. Zhang Yimous Inszenierung der Olympia Eröffnung 2008. In: Frölich, Margrit et al (Hg.): Made in China. Schüren Verlag; Lamprecht, Markus & Stamm, Hanspeter (2002): Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz. Seismo Verlag; Palmer, C. (2013). Global Sports Policy. London: Sage. Schwark, Jürgen (2002): Sporttourismus zwischen Kultur und Ökonomie: ethische Reflexionen Steinecke, Albrecht (2007): Kulturtourismus: Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven;</p>	

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Sport- und Kulturpolitik Die Studierenden können Entstehung, Strukturen und Wirkungsin- tentionen der Sport- und Kulturpolitik im deutschsprachigen Raum darstellen, interpretieren und diskutieren. Sie können die wichtigsten rechtlichen und institutionellen Grundlagen der Sport- und Kulturpoli- tik benennen. Die Studierenden können die institutionellen und ge- sellschaftspolitischen Zusammenhänge der europäischen und inter- nationalen Sport- und Kulturpolitik darstellen und kritisch reflektie- ren.</p> <p>Synergetische Potenziale in Sport-, Kultur- und Veranstal- tungsmanagement Die Studierenden werden auf Basis soziologischer und kulturtheoreti- scher Bezüge mit Synergien und Differenzen im Sport- und Kultur- veranstaltungswesen vertraut gemacht. Dies soll ihre Kompetenzen für Konzeptionierung, Theorienbildung und Praxistransfer schärfen, z.B. für synergetische Formate wie Kulturprogramme bei Sportgroß- veranstaltungen oder aber subkulturellen Veranstaltungsformaten und Trendsportarten. Fans und Distinktion, Organisationsmodelle und Partizipation, Ästhetik und Lifestyle, Globalisierung und Glokali- sation bilden thematische Schwerpunkte. Die Studierenden können gesellschaftspolitische, ethische, ökonomische, ökologische und glo- bale Auswirkungen unterschiedlicher Veranstaltungstypen (wie z.B. Olympische Spiele, Festivals) identifizieren, kritisch reflektieren und konzipieren.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Sport- und Kulturpolitik
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Einführung in die rechtlichen und institutionellen Rahmenbedingun- gen von Sport- und Kulturpolitik; zentrale Akteure und Entschei- dungsstrukturen; politische und historische Verankerung der beiden Felder im deutschsprachigen Raum;</p> <p>Europäische und internationale Strukturen, Institutionen und Ent- scheidungsträger von Sport- und Kulturpolitik.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Synergetische Potenziale in Sport-, Kultur- und Veranstal- tungsmanagement
Umfang	5 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>Fankulturen in Kulturindustrie und Leistungssport und Audience De- velopment; Identitätskonstrukte bei Sportgroßveranstaltungen und Europäische Kulturhauptstädte; Globalisierung und Internationalisie- rung: Beispiele Film Festival Circuit, Biennalen und Olympische Spie- le; Kulturprogramme bei Sportgroßveranstaltungen und (Sub)Kultur als Imagerträger von Sportfirmen; Kommerzialisierung in Sport und Kultur;</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
EVE	Event	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester/ 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Kernmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	ELE, MFO, Wahlpflichtmodule 2	
Literaturempfehlungen	<p>Event Design (E) Bischof, Roland (2008): Event-Marketing. Cornelsen Verlag; Blättler, Gassert, Parikka-Hug, Ronsdorf (2010): Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. transcript Verlag; Geißlinger/Raab (2007): Strategische Inszenierung. Carl-Auer Verlag; Mikunda, Christian. (2005): Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Redline Verlag; Miller (2008): Digital Storytelling. Focal Press Verlag; Philippi, Reinhard (2003): 30 Minuten für Veranstaltungs-Dramaturgie. Gabal Verlag; Urthaler, Daniela (2010): Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events. VDM Verlag;</p> <p>Veranstaltungsbudgetierung Bowdin.G.: Events Management, Oxford, Butterworth-Heinemann 2011 Allen, J.: The Business of Event Planning, Hoboken, NJ, u. a., Wiley & Sons, 2002 Dressler, M.: Events und Veranstaltungen professionell managen, Göttingen, BusinessVillage, 2004 Trosien, G. (Hrsg.): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events: Faktoren, Fallbeispiele, Folgerungen, Butzbach-Griedel, Afra Verlag, 2003</p> <p>Veranstaltungsrecht Vögl, Klaus Christian (Hrsg.) (2012): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht: Vertragsfragen, Jugendschutz & Steuern; Landesgesetze, Veranstaltungsstätten & Baurecht; Arbeitsrecht, Public Viewing & Urheberrecht. LexisNexis-Verl. ARD Orac, Wien.</p> <p>Strategic Event Management Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow Masterman, G. (2009): Strategic sports event management: an international approach. 2. ed., Olympic ed., Elsevier Butterworth-Heinemann, Amsterdam (u.a.)</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Event Design (E) Die Studierenden setzen sich mit der Kreation von Events auseinander. Sie verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und was der letzte Stand der Technik ist.</p> <p>Veranstaltungsbudgetierung Die Studierenden kennen die Grundlagen zur Finanzierung von Veranstaltungen: - Budgeterstellung - Eventfinanzierung (Kredite) - Kalkulation Darüber hinaus erlangen sie eine grundlegende Kenntnis des Controllings: - Grundlagen der Eventkontrolle - Planung, Steuerung von Events - Bestimmung und Bewertung der Wirkungen von Events - Deckungsbeitrag berechnen - Liquiditätskontrolle Die Studierenden erfassen die finanziellen Aspekte einer erfolgreichen Eventumsetzung. Sie erkennen vorab potenzielle finanzielle Risiken und sind in der Lage, eine umfassende Ablaufkontrolle (Vorbereitung, Umsetzung, Nachbereitung) und entsprechende Ergebniskontrolle durchzuführen.</p> <p>Veranstaltungsrecht Die Studierenden kennen die grundlegenden Erkenntnisbereiche des österreichischen Veranstaltungsrechts: - Rechtsterminologie - Eventarten und deren rechtliche Konsequenzen - Rechtsquellen und -auslegung - haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen - Vertragsausgestaltung - arbeitsrechtliche Grundlagen - Steuerrecht - behördliche Genehmigungen Darüber hinaus haben sie Kenntnis der verschiedenen juristischen Rechtsgrundlagen und unterscheiden deren Anwendungsbereiche.</p> <p>Strategic Event Management Die Studierenden verstehen die Herausforderungen für die Entwicklung eines Eventportfolios für eine Destination. Sie können die Auswirkungen (wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische) von Events auf eine Destination verstehen und messen und sind in der Lage, Stärken und Schwächen der einzelnen Events zu analysieren. Sie erwerben die Fähigkeit, lokale und regionale Eventstrategien zu entwickeln.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Event Design (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Was ist Dramaturgie? <ul style="list-style-type: none"> - Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling - Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften - Die äußere Bauform – Dramaturgische Bauformen in

	<p>Hinblick auf den Spannungsbogen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Inszenierung <ul style="list-style-type: none"> - Transmedia Storytelling - Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung - Die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen - Die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers - Die Selbstinszenierung des Eventleiters vor Ort <ul style="list-style-type: none"> - Das Drehbuch - Neue Formen der Eventinszenierung – Events 2.0 <ul style="list-style-type: none"> - Die Entstehung neuer Eventformen - Social Media Marketing als Event-Tool - Weitere interaktive Events 2.0 Tools
Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsbudgetierung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Die Studierenden lernen verschiedene Eventbudgets zu unterscheiden und entsprechend einzuordnen. Die Lehrveranstaltung befasst sich mit Eventkalkulation und entsprechender Budgeterstellung. Den Studierenden wird eine Grundlage der Eventkontrolle insbesondere der Berechnung verschiedener Schlüsselzahlen in der Eventfinanzierung (Deckungsbeitrag, Liquidität, Bewertungen von Events) dargebracht.</p> <p>Die Studierenden werden in die finanziellen einer erfolgreichen Eventumsetzung eingeführt. Es werden potenzielle finanzielle Risiken analysiert und eine umfassende Ablaufkontrolle (Vorbereitung, Umsetzung, Nachbereitung) und entsprechende Ergebniskontrolle durchgeführt.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Veranstaltungsrecht
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<p>Neben der Einführung in die Rechtsterminologie im Veranstaltungsrecht werden die verschiedenen Veranstaltungsarten und deren Rechtskonsequenzen analysiert. Die Studierenden erkennen juristisch risiko-relevante Implikationen und subsumieren Sachverhalte unter Rechtsquellen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Es werden verschiedene veranstaltungsrelevante Rechtsbereiche wie Arbeitsrecht, Steuerrecht, Vertragsrecht, Bauverordnungen und die landesgesetzlichen Veranstaltungsgesetze sowie zivilrechtliche Maßgaben illustriert. Die Studierenden unterscheiden behördliche Vorgaben und Rechtsquellen nach deren Relevanz und Anwendungsfeldern.</p>

Titel der Lehrveranstaltung	Strategic Event Management (E)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Integrierte Kommunikation und integriertes Event-Marketing • Entwicklung von Eventstrategien für Destinationen • Mega Events – Sport, Kultur und Business • Wirkungen von Mega Events • Auswirkungen von Events auf das Destination Branding • Verknüpfungs- und Vermarktungserfordernisse • Verbindung von Events zu einer Ereignisreihe • Vernetzung von Sportevents in der Kommunikation

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
TRE	Trends	6 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester / 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Kernmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Trends in Sportmanagement Parks, J.B., Quarterman, J. & Thibault, L. (Eds.) (2007). Contemporary Sport Management. 3rd edition. Champaign, Ill.: Human Kinetics.</p> <p>European Sport Management Quarterly Journal of Sport Management</p> <p>Trends in Kulturmanagement Florida, R. (2002): The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Cambridge</p> <p>Trends in Veranstaltungsmanagement Burkert, G., Reiter, A. (2005): Die Mayflower-Strategie. Neue Märkte. Neue Produkte. Neue Ziele. München</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Trends in Sportmanagement Die Studierenden verstehen die neuesten Entwicklungen im Sportmanagement, insbesondere im Bereich Sportwetten, Sportmarketing und Sportsponsoring.</p> <p>Trends in Kulturmanagement Die Studierenden verstehen die neuesten Entwicklungen im Kulturmanagement und kennen die wesentlichen Herausforderungen in Kulturfinanzierung und -marketing.</p> <p>Trends in Veranstaltungsmanagement Die Studierenden kennen die grundlegenden Trends im Veranstaltungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklungstendenzen von Veranstaltungen hinsichtlich TeilnehmerInnen, Inhalt und technischer Neuerungen. - Integration neuer Medien und Techniken in Eventmarketing, -organisation und -planung. - Entwicklungstendenzen der Eventbranche, insbes. hinsichtlich Nachhaltigkeit und "Green Events" sowie im Bereich Event 2.0. <p>Die Studierenden bewerten die Entwicklung in Hinblick auf die ökonomischen, politischen und sozialen Auswirkungen. Neue Trends werden erkannt und spezifisch genutzt.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Trends in Sportmanagement
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Analyse der Trends im internationalen Sportmanagement. Diskussion von aktuellen Journalbeiträgen aus dem internationalen Sportmanagement Diskussion und Expertengespräche mit Gastvortragenden
Titel der Lehrveranstaltung	Trends in Kulturmanagement
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Analyse der Trends im Kulturmanagement. Diskussion von aktuellen Journalbeiträgen aus dem internationalen Kulturmanagement.
Titel der Lehrveranstaltung	Trends in Veranstaltungsmanagement
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Neben der Auseinandersetzung mit den neuesten Trends in der Eventbranche werden zukünftige Entwicklungstendenzen analysiert. Es werden Entwicklungen hinsichtlich Veranstaltungsumsetzung im technischen Bereich als auch im Marketing erkannt. Den StudentInnen werden Trends in der Branche hinsichtlich Nachhaltigkeit in der Umsetzung von Events ("Green Events") und die Inhalte hinsichtlich Events 2.0 dargelegt. Es erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit den aufkommenden Trends in der Eventbranche.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SMA	Management & Marketing	10 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester/ 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Kernmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Strategisches und Innovations-Management Mintzberg, H. / Ahlstrand, B. / Lampel, J. (2008): Strategy Safari - The Complete Guide Through the Wilds of Strategic Management. Prentice Hall Porter, M. (2003): The Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press Steinmann, H. / Schreyögg, G. (2002): Management, Grundlagen der Unternehmensführung, Konzepte - Funktionen - Fallstudien. Gabler Taylor, Tracy (2007) Managing People in Sports Organizations: A strategic Human Resource Perspective, Taylor& Francis;</p> <p>Strategisches Marketing Kotler, P., Keller, K., Bliemel, F. (2007): Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln. 12. Aufl., Pearson, München. Meffert, H., Baumann, Ch., Kirchgeorg, M. (2012): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Gabler Wiesbaden. Porter, M. (2003): The Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press</p> <p>Digital Marketing Alpar, A. / Wojcik, D. (2012): Das große Online Marketing Praxisbuch. Data Becker Lammenett, E. (2012): Praxiswissen Online-Marketing - Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR. 3. Auflage, Springer Gabler Weinberg (2010): Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co, O´Reilly Verlag Wirtz (2006): Medien- und Internetmanagement, 2006, Gabler Verlag</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Strategisches und Innovations-Management Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Konzepte zur Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu differenzieren. Darüber hinaus kennen Sie die Bedeutung der Strategie als Vorstellung darüber, welche Position die Organisation in der Zukunft einnehmen möchte und können die zentralen Elemente einer Organisationsstrategie - Wettbewerbsvorteil, Abgrenzung, Ziele - identifizieren. Sie sind vertraut mit den gängigen Instrumenten der strategischen Planung und können diese in Bezug auf konkrete Problemstellungen anwenden. Insbesondere verstehen sie die aktuellen Diskurse im Innovationsmanagement.</p>	

	<p>Strategisches Marketing</p> <p>Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte des strategischen Marketings und können seine Bedeutung für Organisationen, das Wirtschaftssystem und die Gesellschaft als Ganzes einordnen. Sie sind sich der zahlreichen Bezüge zur strategischen Planung einer Organisation bewusst und können Schlussfolgerungen für betriebliche Leistungen (Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsmodelle) ziehen. Ebenso sind sie in der Lage, Analysen über Umweltbedingungen wie Wettbewerber, Kunden, gesetzliche Rahmenbedingungen, Standortfaktoren und Kooperationspartner in ihre Überlegungen sinnvoll zu integrieren.</p> <p>Digital Marketing</p> <p>Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der integrierten Marketingkommunikation an Unternehmen und können digitale Marketingstrategien konzipieren und umsetzen. Sie sind in der Lage, Marketingbudgets zielgruppenorientiert und effizient einzuplanen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Strategisches und Innovations-Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	<p>Die 10 Schulen des strategischen Managements (nach Henry Mintzberg): Design School, Planning School, Positioning School, Entrepreneurial School, Cognitive School, Learning School, Power School, Cultural School, Environmental School, Configuration School; mit besonderem Fokus auf die Wettbewerbsaspekte der Positioning School (Michael Porter) und organisatorischer Aspekte der Configurational School.</p> <p>Die Lehrveranstaltung nimmt die Ansätze des Strategischen Managements zur Entwicklung und Implementierung von Strategien in verschiedenen Branchen als Ausgangspunkt für die Entwicklung der entsprechenden innovationsorientierten Sichtweise.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Strategisches Marketing
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Branchen- und Marktanalyse; Differenzierung des Angebots und Positionierung im Zielmarkt; Produktinnovation und -entwicklung; Markenmanagement; Preisstrategien; Geschäftsmodelle und Marketingorganisation.
Titel der Lehrveranstaltung	Digital Marketing (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung gibt einen Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings und deren Rahmenbedin-

gungen beim Marketingeinsatz. Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle best practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WPM.VEN	Wahlpflichtmodul Venue Management	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Venue Management: Foundations (E) Zemke, Dina/Thomas Jones (2010): Managing the Built Environment in Hospitality Facilities. Prentice Hall Bielzer, Louise/Thomas May: Bewertung von Messen und Veranstaltungszentren. In: Bienert, Sven (Hrsg.): Bewertung von Spezialimmobilien. Risiken, Benchmarks und Methoden. Gabler-Verlag 2005, S. 381-404.</p> <p>Venue Management: Sports & Cultural Venues (E) Booty, Frank (ed.) (2009): Facilities Management Handbook. 4th edition, Butterworth-Heinemann</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Venue Management: Foundations (E) 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.</p> <p>Venue Management: Sports & Cultural Venues (E) 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) und Kultur (Theater, Museen, Outdoor-Bühnen). Weiters verstehen sie den Unterschied in der Nutzung von permanenter und temporärer Infrastruktur und verstehen den Lebenszyklus der Infrastruktur.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Venue Management: Foundations (E)	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Lehr- und Lernformen	SE	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)	

<p>Lehrinhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobili- management - Überblick über Veranstaltungsimmobili- cluster - Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobili- cluster - Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten - Stakeholder von Veranstaltungsimmobili- en - Die Frage der Baukosten - Wechselwirkungen von „Bau“ und „Betrieb“ - Der Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobili- en - Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobili- en - Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage - Standortfaktoren und Standortwahl - Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen - Strategisches und operatives Management von Veranstal- tungsimmobili- en - Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobili- en - Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltun- gsimmobili- en im Markt - Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobili- en - Herausforderungen im operativen Management von Veranstal- tungsimmobili- en (inkl. Facility Management) - Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur - Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft - Gartenschauen, Waterfront Development
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Venue Management: Sports & Cultural Venues (E)</p>
<p>Umfang</p>	<p>4 ECTS</p>
<p>Lage im Curriculum</p>	<p>3. Semester</p>
<p>Lehr- und Lernformen</p>	<p>SE</p>
<p>Prüfungsmodalitäten</p>	<p>LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Einführung in das Sportimmobilienmanagement - Besonderheiten der Sportinfrastruktur Indoor - Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor - Monofunktionale vs. Multifunktionale Sportstätten - Nutzungskonflikte Leistungs- vs. Breitensport - Allgemeine Einführung in das Kulturimmobilienmanagement - Besonderheiten der Kulturinfrastruktur Indoor (Museen, Thea- ter, Opernhäuser) - Besonderheiten der Kulturinfrastruktur Outdoor (Festivals, Konzerte, Festspiele) - Monofunktionale vs. multifunktionale Kulturstätten - Temporäre vs. permanente Kulturinfrastruktur

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WPM.UCD	Wahlpflichtmodul Urban Studies/City Development	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Urban Studies Auge, Marc (2012): Nah-Orte. Beck`sche Reihe Frech, Siegfried et. al. (2011): Urbanität neu planen: Stadtplanung, Stadtumbau, Stadtentwicklung. Wochenschau Politik Sennett, Richard (2007): Fleisch und Stein. Eine Geschichte der westlichen Stadt. Suhrkamp Schäfers, Bernhard (2010): Stadtsoziologie. VS Verlag Schlögel, Karl (2005): Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. Fischer-Verlag Schroer, Markus (2005): Räume, Orte, Grenzen. Suhrkamp Hall, Peter (2002): Cities of Tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design in the Twentieth Century. Sage</p> <p>City Development Bergmann, Malte (2011): Eigensinnige Geografien. Städtische Raumaneignungen als Ausdruck gesellschaftlicher Teilhabe. VS Bertelsmann-Stiftung (2011): Stadt. Land.Umland.Handlungsansätze für Kommunen im demografischen Wandel. Gütersloh Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Suhrkamp Heinrichs, Harald et. a. (Hrsg. (2012): Nachhaltige Gesellschaft. VS Polten, Kathleen (2010): Globalisierung und kulturelle Identität. Grin Terkessidis, Marc (2006): Fliehkraft. Gesellschaft in Bewegung. Von Migranten und Touristen. Kiwi</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Urban Studies Die Studierenden sind in der Lage, demografische Daten aus Städten und Regionen zu analysieren und in der Folge Veranstaltungskonzepte im öffentlichen Raum zu bewerten. Sie sind dazu befähigt, die historischen Dimensionen des städtischen Öffentlichkeitsbegriffes zu verstehen und im Kontext der Urban Studies zu analysieren. Das Verhältnis von Stadtarealen und Migranten, Besuchern und Touristen wird von den Studierenden als Bezugsverhältnis verstanden.</p> <p>City Development Die Studierenden sind dazu befähigt, verschiedene Positionen der Stadtsoziologie zu benennen und zu verstehen sowie ihre unterschiedlichen Interessenszugänge zu bewerten. Sie kennen die historischen Schichtungen der Stadtentwicklung in Europa und den USA und können sie mit Stadtkonzepten aus anderen Kulturen vergleichen. Ausgehend von der historischen Analyse, können sie Brücken schlagen zu neuen Stadtmodellen und zu Konzepten neuer Bürgerbeteiligung und Partizipation. Dabei verstehen die Studierenden auch</p>	

	die Diskurse zwischen "Zentrum/Rand" und "Nahe/Ferne Orte" und können ihr kritisches Potenzial erklären.
Titel der Lehrveranstaltung	Urban Studies (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung führt in die zentralen Begriffe der Raumforschung, der Partizipationssoziologie und der modernen Urban Studies ein. Städte werden dabei als Räume verstanden, die auf unterschiedliche Art und Weise "gelesen" werden können. Aspekte der Demografieentwicklung, der Geopolitik, der Integration wie Segregation spielen dabei ebenso eine zentrale Rolle wie Fragen nach Freizeit, Tourismus und bürgerschaftlicher Beteiligung. Auf Basis von Case Studies aus unterschiedlichen Städten und Regionen lernen die Studierenden unterschiedliche Raumkonzepte kennen. Auch geopolitische Konfliktlinien wie etwa auf Zypern und in Palästina/Israel oder an den Grenzen der Europäischen Union werden beleuchtet, um zu verdeutlichen, wie stark Urban Development immer auch geprägt ist von politischen, historischen, kulturellen und sozialen Einflüssen. Des Weiteren werden auch neue Konzepte der Stadtentwicklung untersucht, bei denen etwa der öffentliche Raum als Raum symbolischer Interaktionen zwischen BürgerInnen analysiert wird, etwa durch Flashmobs, Demonstrationen und bürgerschaftliche Engagements.
Titel der Lehrveranstaltung	City Development (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung konzentriert sich auf vertiefende Aspekte des öffentlichen Raums als Ort der Veranstaltungsnutzung. Hierbei werden besondere Stadtareale und ihre Distinktionsmuster untersucht. Besondere Berücksichtigung findet dabei der Diskurs zu den Unterschieden zwischen Regionen und Städten. Besondere Aufmerksamkeit findet dabei auch der Ansatz der Europäischen Union, neue urbane Raumkonstrukte wie etwa die sogenannten Makroregionen zu schaffen. Anhand von Basisdaten des demografischen Wandels werden dabei Konzepte der Glokalisierung besprochen, insbesondere die Implementierung städtischer Strukturen innerhalb regionaler Räume. Ebenso werden ausgewählte Beispiele von neuer Stadtarchitektur untersucht, etwa auch die positiven wie kritischen Aspekte des sogenannten "Bilbao-Effekts".

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WPM.SPD	Wahlpflichtmodul Strategic Project Development	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Strategic Project Development: Foundations ICB, IPMA-Kompetenzrichtlinie, Version 3.0, International Project Management Association, 2006 Winkler, G., Sterrer, S. (2009): "setting milestones", Goldegg Verlag, Wien pma – Project Management Austria, pm baseline – Wissens Elemente zum Projekt- sowie Programm Management, pma Project Management Austria, Wien, 2008</p> <p>Strategic Project Development: Leisure Project Development Kerzner, H. (2009): Project Management – Case Studies. 3. ed., Wiley, Hoboken, NJ Roberts, K. (2003) The leisure industries. Palgrave Macmillan, Basingstoke (u.a.) Maciocco, G.; Serelli, S. (Hrsg.) (2009): Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure (Urban and Landscape Perspectives). Springer Agricola, S. (2001): Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. Breidenbach, R. (2002): Freizeitwirtschaft und Tourismus. Dr. Th. Gabler Verlag.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Strategic Project Development: Foundations Die Studierenden verstehen die Perspektiven der wesentlichen Stakeholder einer Projektentwicklung (Investor, Betreiber, Finanziers, Nutzer) und können die Schritte in der Projektvorbereitung selbständig erarbeiten.</p> <p>Strategic Project Development: Leisure Project Development Die Studierenden können ein Praxisprojekt in der Freizeitwirtschaft von der Konzeption über die Ausschreibung bis zur Realisierung begleiten und entsprechende Nutzungs- und Vermarktungskonzepte erstellen.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Strategic Project Development: Foundations (E)	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Lehr- und Lernformen	SE	
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)	

Lehrinhalte	Analyse der Stakeholderperspektiven Praxisprojekte aus Tourismus und Freizeitwirtschaft Exkursion zu erfolgreichen Projektentwicklungen
Titel der Lehrveranstaltung	Strategic Project Development: Leisure Project Development (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung vermittelt die einzelnen Schritte von der Konzeption eines Projekts bis zur strategischen Projektentwicklung. Anhand konkreter Projekte aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft (wie Bäder, Freizeitparks, HotSpots, Themenparks u.a.) werden Erfolgsfaktoren diskutiert und schließlich ein konkretes Projekt entwickelt.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WPM.DES	Wahlpflichtfach Destination Management	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtmodule	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Destination Management: Alpine Destinations Baer, Sören (2006): Ganzheitliches Tourismusmarketing. Die Gestaltung regionaler Kooperationsbeziehungen. Deutscher Universitätsverlag. Wiesbaden. Bieger, Thomas (2008): Management von Destinationen. 7. unveränderte Auflage. Ouldenboug Wissenschaftsverlag, München. Müller, Hansruedi (2005): Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Bern. Siller, Lukas (2010): Strategisches Management alpiner Destinationen. Kultur als Wettbewerbsvorteil für nachhaltigen Erfolg. Erich Schmidt Verlag, Berlin.</p> <p>Destination Management: International Destinations Boniface, Brian; COOPER, Chris (2005): Worldwide Destinations. The geography of travel and tourism. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Destination Management: Alpine Destinations Die Studierenden erkennen die Bedeutung von Markenarbeit für alpine Tourismusdestinationen und verstehen die Potenziale und Synergien der Einbindung von Events in die Positionierung von Destinationen.</p> <p>Destination Management: International Destinations Die Studierenden kennen die wichtigsten internationalen Zukunftstrends und ihre Auswirkungen auf das Destinationsmanagement.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management: Alpine Destinations (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Klausur)
Lehrinhalte	Gemeinsam mit den Studierenden wird das Phänomen Tourismus erörtert und an den wichtigsten Kennzahlen festgemacht. Die Organisation des Tourismus in Österreich und Tirol und angrenzenden alpinen Destinationen wird beleuchtet. Anhand praktischer Beispiele wird der Nutzen einer klaren Positionierung einer Destination verdeutlicht. Die Studierenden erhalten anhand eines Fallbeispiels einen umfassenden Einblick in den Aufbau und die Organisation einer Tourismusdestination.
Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management: International Destinations (E)
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Die internationalen Trends in Tourismus und Freizeitwirtschaft und die Auswirkungen auf das Destinationsmanagement werden diskutiert. Die Studierenden erarbeiten darauf aufbauend konkrete Strategien für touristische Produktentwicklungen und beschäftigen sich mit der Positionierung von Destinationen im internationalen Wettbewerb unter besonderer Berücksichtigung der Nutzung von Sport-, Kultur- und Businesssevents zur Positionierung.

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SOC	Social Competences	9 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester/ 2. Semester / 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Social Competences & Leadership Management	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Team Building (Outdoor Training) Belbin, Richard M. (2010) Management Teams: Why they succeed or fail, Elsevier Science & Technology; Katzenbach, Jon R., Smith, Douglas K.(2006): The wisdom of Teams: Creating the High Performance Organization, Harper Business; Leutenberg, Ester (2008): The successful Teambuilding Workbook: Self Assessments, Exercises & educational Handouts, Whole Person Ass.,; Paul, Jessica (2006) Social Events: Wertewandel in der Eventbranche, VDM Thomas, Alexander, Stumpf, Siegfried (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung, Hogrefe; Van Dick, Rolf, West, Michael A. (2005): Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung: Praxis der Personalpsychologie, Hogrefe;</p> <p>Studienreise Richards, Greg; Palmer, Robert (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam. Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht Winkler, Egon (Hrsg.) (2002): Erfolg in aller Welt. Über den richtigen Umgang mit anderen Kulturen in der Exportwirtschaft Verlag: Wien, Service GmbH der Wirtschaftskammer Österreich</p> <p>Mediatraining Elleström, Lars [Hrsg.] (2010): Media borders, multimodality and intermediality. Palgrave Macmillan. Basingstoke [u.a.] Flechtner, Beate (2006) Intercultural media training in Europe: Handbuch für TrainerInnen, MitarbeiterInnen und RedakteurInnen. Kopaed-Verl., München. Hörisch, Jochen (2004): Eine Geschichte der Medien. Vom Urknall zum Internet. Frankfurt/M.: Suhrkamp Jäger, Ludwig [Hrsg.] (2010): Media, culture, and mediality: new insights into the current state of research. Transcript.-Verl.. Bielefeld. Stewart, Sally (2004) Media training 101: a guide to meeting the press. 6. Print, Wiley, Hoboken, NJ Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2007): Media Bridges. Dokumente und Materialien der Intercultural Summer School. Berlin: Europäisches Informationszentrum Berlin</p>	

Kompetenzerwerb	<p>Team Building (Outdoor Training) Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teamphasen, schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. Dabei berücksichtigen sie spezifische Team-Rollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Teambuilding-Phasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab. Sie bauen dabei robuste Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentation darstellen und gruppenweise umsetzen.</p> <p>Studienreise 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, Vorlesungsbesuchen an Partnerhochschulen sowie Vorträgen und Veranstaltungen im Kompetenzbereich Social Competences. 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 der WKÖ und Wirtschafts- und Sozialverbänden runden die internationalen und persönlichkeitsbildenden Erfahrungen der Studienreise ab.</p> <p>Mediatraining Die Studierenden sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. Sie beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Team Building (Outdoor Training)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme)
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. 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. Vor allem Konfliktpotenziale werden für spezifische Teamsituationen angesprochen und Ursachen und Lösungen in gemeinsamen Darstellungen analysiert. Outdoor-Anteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.

Titel der Lehrveranstaltung	Studienreise (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme inkl. Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	Treffen und Diskussionen mit ExpertInnen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement Besuche bei AußenwirtschaftsCentern der WKÖ, Botschaften und internationalen Institutionen (z.B. Goethe Institut) Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen
Titel der Lehrveranstaltung	Mediatraining
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme)
Lehrinhalte	Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien (vgl. Literaturempfehlung); Ikonographie und orale Traditionen; Trainingsbeispiele aus den USA und Europa – Diskussion der unterschiedlichen Trainingsansätze; Historisches Schriftverständnis; Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren etc.); Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen; Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung;

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
LDS	Leadership Skills	5 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	1. Semester/ 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Social Competences & Leadership Management	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	MFO, Wahlpflichtmodule 2, ELE	
Literaturempfehlungen	<p>Intercultural Leadership Anheier, Helmut et. al. (2007): Conflicts and Tensions. Sage Anheier, Helmut et. al. (2007): The Cultural Economy. Sage Ess, Oliver (2010). Das Andere lehren. Handbuch interkultureller Handlungskompetenz. Waxmann Lüsebrink, Hans-Jürgen (2012): Interkulturelle Kommunikation. Metzler Moodian, Michael (2008): Contemporary Leadership and Intercultural Competence: Exploring the Cross-Cultural Dynamics Within Organizations. Sage Terkessidis, Marc (2010): Interkultur. Suhrkamp Wolfram, Gernot (Hrsg.) (2013): Kulturmanagement und Europäische Kulturarbeit. Transcript</p> <p>Leadership Skills Bennis, Warren, Goldsmith, Joan (2010) Learning to lead: A workbook on Becoming a Leader, Basic Books; Bill, George (2004) Authentic Leadership: Rediscovering the Secrets to Creating Lasting Value, John Wiley; Bruch, Heike et al. Hrsg. (2006) Leadership Best practices und Trends, Gabler Verlag Sackmann, Sonja (2012): Erfolgsfaktor Unternehmenskultur: Mit kulturbewusstem Management Unternehmensziele erreichen, Wiesbaden, Gabler; Wehrin, Ulrich (2013) Charismatic Leadership: Theorie und Praxis der charismatischen Führung in Unternehmen, AVM - Akademische Verlagsgemeinschaft München;</p>	

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Intercultural Leadership Die Studierenden werden aktiviert, sich mit verschiedenen Interkulturalitätsansätzen auseinanderzusetzen und sie im Kontext ihrer methodischen Zugangsweisen zu bewerten. Sie können die verschiedenen Diskursebenen benennen und analysieren und sind dazu in der Lage, eigenständig Transfers in Handlungsoptionen innerhalb von Unternehmen, NGOs und Start-Up-Unternehmen im globalen Kontext vorzunehmen. Sie sind des Weiteren dazu in der Lage, die unterschiedlichen Denkmuster der Soziologie und der BWL zu vergleichen und kritisch zu untersuchen. Zudem werden sie dazu ermutigt, eigene Case Studies zu erstellen, die spezifische Einzelaspekte des Intercultural Leadership in den Mittelpunkt rücken.</p> <p>Leadership Skills Die Studierenden identifizieren Führungsfähigkeiten und Verhaltensweisen und decken Verbindungen in verschiedenen Unternehmenskulturen auf. Sie entwickeln vorgegebene Beispiele und stellen Zusammenhänge her zu eigenen Erfahrungsräumen, sie argumentieren und verwenden dazu Beispiele aus Sport und Kulturmanagement. Die nachgewiesenen Kenntnisse setzen sie in Unternehmens- und NGO-Kontexten neu zusammen und überprüfen ihre Annahmen in Gruppendiskussionen.</p>
<p>Titel der Lehrveranstaltung</p>	<p>Intercultural Leadership (E)</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-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme)</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Die Lehrveranstaltung führt in die Grundlagen moderner Interkulturalitätsansätze ein und vermittelt fundiertes Basiswissen theoretischer Positionen und ihrer Anwendung bzw. Transferierbarkeit in die praktische Ebene managerialen Verhaltens. Schwerpunkt ist hierbei der Kompetenzerwerb für Führungskräfte und Entscheider innerhalb einer globalisierten Marktwirtschaft. Kultur wird dabei als bewusstes wie unbewusstes Strukturgefüge für Verhaltensmuster innerhalb verschiedener Kulturkreise verstanden. Dabei gilt es vor allem, die Dimensionen Sprache, Zeitempfinden, geopolitisches Wissen, Diversitätsbewusstsein und Identität als zentrale Bestandteile interkultureller Diskurse zu verstehen und zu bewerten. Die Lehrveranstaltung wählt dabei Perspektiven aus der Kultursoziologie, der Interkulturalitätsforschung, der Wirtschaftspsychologie und der BWL.</p>

Titel der Lehrveranstaltung	Leadership Skills
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme)
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung führt von den Grundlagen des Denkens und Handelns von Führungskräften zur simultanen Anwendung von Management und Leadership-Fähigkeiten. Verantwortungsbewusste Machtausübung, Kommunikation und Empathie beschreiben Leadership als zentrale Kompetenz in Unternehmen. Die Diskussion wird dabei sowohl auf die relevanten Eigenschaften der Führenden bezogen, wie auf ihr Verhalten, um MitarbeiterInnen und Teams zu führen und zu fördern, Innovationen und Wandel möglich zu machen und als unternehmerisch denkende Person Vorbild zu sein. Die Perspektivenspannbreite der Anwendungsbeispiele ist groß: von der Führung in internationalen Zusammenhängen bis hin zu Leadern in Spitzensport und Kultur.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WIS	Wissenschaftliches Arbeiten	27 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester / 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage, ESV</p> <p>Eco, U. (2003): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 10. Auflage, C.F. Müller</p> <p>Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Wissenschaftliches Arbeiten Die Studierenden verstehen und können quantitative und qualitative Methoden anwenden. Zudem können sie eigenständig komplexe Forschungsarbeiten aufsetzen und methodisch richtig anlegen. Die Studierenden kennen die Methoden der quantitativen und qualitativen empirischen Sozialforschung, deren Stärken, Schwächen und Einsatzgebiete. Sie verfügen über die Kompetenz, beispielsweise Fragebögen und Interviewleitfäden zu konzipieren und Daten korrekt zu analysieren und zu bewerten. Die praktische Erarbeitung der oben erwähnten Kenntnisse bereitet die Studierenden sowohl formal als auch methodisch auf die Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen im Studium und späteren Beruf vor - auch die Erörterung und kritische Hinterfragung der wissenschaftlichen Methodik einer Arbeit wird hierbei mit einbezogen.</p> <p>Vorbereitendes wissenschaftliches Seminar Die Studierenden werden dazu befähigt, komplexe wissenschaftliche Fragestellungen zu erarbeiten und Forschungsdesigns zu erstellen. Dies impliziert sowohl Aufbau und Inhalt, als auch Form und Sprache auf hohem Niveau und begleitet die Erstellung des Exposé's und die damit verbundenen Forschungsfragen und Arbeitshypothesen der Masterarbeit.</p> <p>Kolloquium Die Studierenden werden zur Artikulation, Reflexion und Diskussion über Problematiken, die sich in Zusammenhang mit ihren Masterarbeitsthemen ergeben, befähigt. Der Austausch soll Klärungsprozesse und einen Prozess des Voneinander-Lernens initiieren.</p> <p>Masterarbeit Studierende sind nach erfolgreicher Absolvierung der LV in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen und anzuwenden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Wissenschaftliches Arbeiten
Umfang	5 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	SE*
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Vertiefung in den wichtigsten Methoden der quantitativen und qualitativen empirischen Sozialforschung; Einführung in die Datenauswertung mittels SPSS oder äquivalenter Programme. Konzeption und Anwendung qualitativer Methoden.
Titel der Lehrveranstaltung	Vorbereitendes wissenschaftliches Seminar
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	Exposé (aktive Teilnahme)
Lehrinhalte	Erstellung eines Exposés, Formulierung der Forschungsfrage
Titel der Lehrveranstaltung	Kolloquium zur Masterarbeit
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme)
Lehrinhalte	Austausch über Probleme und deren möglichen methodischen Lösungen begleitend zur Themenentwicklung der Masterarbeit. Austausch über Literatur und Prozesse des Schreibens als Form der Forschung und Erkenntnisgewinnung.

Titel der Lehrveranstaltung	Masterarbeit
Umfang	18 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	MA
Prüfungsmodalitäten	Masterarbeit
Lehrinhalte	<p>Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums (Sport-, Kultur-, Eventmanagement, Urban Studies, Destination Management, Venue Management, Leadership Management).</p> <p>Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich, als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Masterseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Der/Die BetreuerIn leitet die Studierenden dabei an; wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.</p>

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MFO	Managementforschung	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Sportmanagementforschung Byrne, D. (2002). Interpreting Quantitative Data. London: Sage. Edwards A., Skinner J. (2009): Qualitative Research in Sport Management, Oxford: Butterworth-Heinemann. Getz D, (2012): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Butterworth-Heinemann Maguire, J. (2014). Social Sciences in Sport. Champaign, Ill.: Human Kintetics. Saunders, M., Lewis P. and Thornhill A. (2009) Research Methods for Business Students. 5th, Ed., Harlow: Pearson Education Vaus, D. de (2002). Analyzing Social Science Data. 50 Key Problems in Data Analysis. London: Sage.</p> <p>Kulturmanagementforschung Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid (Hg.) (2009): Forschen im Kulturmanagement. Jahrbuch für Kulturmanagement. Transcript. Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid (Hg.) (2010): Theorien für den Kultursektor. Transcript; Birnkraut, Gesa (2011): Evaluation im Kulturbetrieb, VS Verlag. Glogner, Patrick / Föhl, Patrick (2010): Das Kulturpublikum: Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. VS Verlag. Lessig, Lawrence (2010): Remix Culture; Zembylas, Tasos (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. VS Verlag.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Sportmanagementforschung Die Studierenden analysieren die zentralen Journals im Sportmanagement. Sie kennen die wesentlichsten Autoren, Methoden und Ansätze in der modernen Sportmanagementforschung.</p> <p>Kulturmanagementforschung Die Studierenden erkennen die zentralen Forschungsfelder und identifizieren Desiderate der Theorienbildung. Sie werden mit den Vor- und Nachteilen methodischer Ansätze vertraut gemacht und können die Korrelation aus Theorie und Empirie reflektieren bzw. praktizieren.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Sportmanagementforschung
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Die Hierarchie zentraler Forschungsfragen, Forschungsziele und Forschungsgegenstände / Primär- und Sekundärdaten / Publikumsforschung / Fankultur / "Good Governance" / Korruption / Fair Play und andere ethische Zusammenhänge / Gender im Sport / Der Einfluss der Technologie auf den Sport
Titel der Lehrveranstaltung	Kulturmanagementforschung
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-abschließende Prüfung (Seminararbeit)
Lehrinhalte	Einführung in die Themenbereiche, Fragestellungen und Methoden; Empirische Bereiche: Kulturnutzerforschung; Evaluation und Nachhaltigkeit von Kulturbetrieben; Theoretische Bereiche: Kulturbegriffsbildungen; Kulturpolitikforschung; Einfluss der Technologie und veränderte kulturelle Praxis / Korrelation zwischen Praxis und Theorie

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PRA	Praxisprojekt	8 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	2. Semester/ 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Ahlemann, Frederik (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Springer Gabler. Berlin</p> <p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow</p> <p>Bortoluzzi Dubach, Elisa (2011): Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis. 5., aktualisierte und erw. Aufl., Haupt, Bern, Wien (u.a.).</p> <p>Fabisch, Nicole (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl.,Dt. Taschenbuch-Verl., München.</p> <p>Friedrichsmeier, Helmut (2007): Fallstudien: Entwicklung und Einsatz von Fallstudien. Linde</p> <p>Event-Checklisten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Hrsg: Europäische Sponsoring-Börse, 2009</p> <p>Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH</p> <p>Hladky, A.; Vögl K. (2012): Grundlagen Professionelles Eventmarketing. Hrsg: WKO Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe</p> <p>Kerzner, Harold (2006): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. Wiley&Sons</p> <p>Klein, Armin (2008): Projektmanagement für Kulturmanager. VS, Verl. für Sozialwiss.</p> <p>Olfert, Klaus (2012): Projektmanagement. Herne, Kiehl.</p> <p>Risch-Kerst, Mandy (2011): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb. Springer</p> <p>Rübner, Wolf (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge. Businessvillage</p> <p>Steirer W., Matt S., Moser G. (2004): Kulturmanagement leicht gemacht. Der kurze Weg zum Profi. Neuer wissenschaftlicher Verlag</p> <p>Yin, Robert (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport/Kultur/Veranstaltungen. Sie beherrschen die zentralen Grundlagen (Konzeption/Kreation, Planung, Finanzierung/Budgetierung, Durchführung, Dokumentation, Evaluierung, Controlling) und können die Erkenntnisse in eigenen oder externen Projekten konkret anwenden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt I
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Abschlussbericht)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame Kick-Off Lehrveranstaltung - Enge Abstimmung mit Projektmanagement - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und –steuerung - Monatliche Berichterstattung - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung/Dokumentation/Abschlusspräsentation
Titel der Lehrveranstaltung	Praxisprojekt II
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (Abschlussbericht)
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame Kick-Off Lehrveranstaltung - Enge Abstimmung mit Projektmanagement - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und –steuerung - Monatliche Berichterstattung - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung/Dokumentation/Abschlusspräsentation

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ELE	Electives	6 ECTS
Studiengang	Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	
Lage im Curriculum	3. Semester/ 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Praxistransfer & Wissenschaftliches Arbeiten	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	<p>Bowdin, G. (Ed.) (2010): Events Management. 3. ed., Elsevier, Amsterdam (u.a.)</p> <p>Lewinski-Reuter, V. & Lüdemann, S. (Hrsg.) (2008): Kulturmanagement der Zukunft: Perspektiven aus Theorie und Praxis. 1. Auflage, VS Verlag, Wiesbaden</p> <p>Masterman, G. (2009): Strategic sports event management: an international approach. 2. ed., Olympic ed., Elsevier Butterworth-Heinemann, Amsterdam (u.a.)</p> <p>Mintzberg, H.; Ahlstrand, B.; Lampel, J. (2012): Strategy Safari: Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements. 2. aktualisierte Auflage, FinanzBuch-Verl., München</p> <p>Müller-Funk, W. (2010): Kulturtheorie. Einführung in Schlüsseltexte der Kulturwissenschaften. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. A. Francke Verlag (UTB für Wissenschaft)</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Elective I & II</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ihre bisher erworbenen Kenntnisse in der Sport- und Kulturentwicklung sowie im Sport- und Kulturmanagement in den Diskussionen miteinzubringen und neue Erkenntnisse zu hinterfragen, einzustufen, und gegenüberzustellen. Sie können die Tätigkeiten der ExpertInnen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen bewerten. Sie können Kontakt zu den ExpertenInnen aufnehmen und/oder ausbauen und verstehen sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Elective I (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme und Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>Beispiel für ein mögliches Elective: Winter School</p> <p>Im Rahmen der Winter School werden aktuelle Strukturveränderungen innerhalb der Sport- und Freizeitindustrie betrachtet und aus der Perspektive der Wissenschaft wie auch der Praxis diskursiv gegenüber gestellt. Den Studierenden als auch den internationalen TeilnehmerInnen bietet sich ein interessantes und anspruchsvolles Programm bestehend aus wissenschaftlichen Vorträgen und Workshops von namhaften ReferentInnen zu aktuellen Themen wie zuletzt „Winter Sport Events - Challenges of Diversity and Inclusion“. Die Vorträge und Workshops sind kombiniert mit Erlebnismöglichkeiten, die einen unmittelbaren Praxisbezug zu den jeweiligen Themen aufweisen.</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Elective II (E)
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	LV-immanenter Prüfungscharakter (aktive Teilnahme und Reflexionsarbeit)
Lehrinhalte	<p>Beispiel für ein mögliches Elective: Summer School</p> <p>Im Rahmen der Summer School werden aktuelle Strukturveränderungen innerhalb des Kulturmanagements betrachtet und aus der Perspektive der Wissenschaft wie auch der Praxis diskursiv gegenüber gestellt. Den Studierenden als auch den internationalen TeilnehmerInnen bietet sich ein interessantes und anspruchsvolles Programm, bestehend aus wissenschaftlichen Vorträgen und Workshops von namhaften ReferentInnen zu aktuellen Themen wie zuletzt „Do we need new cultural identities? - Strategies of Cultural Management for Representation and Cooperation of Art Institutions and Artists across Europe“. Die Vorträge und Workshops sind kombiniert mit Erlebnismöglichkeiten, die einen unmittelbaren Praxisbezug zu den jeweiligen Themen aufweisen. Die Summer School findet in Epidavros in Griechenland statt.</p>

3.4 Grafische Übersicht über die Module im Studienverlauf

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
1	Aufbaumodul 1	Wahlpflichtmodul 1	Wahlpflichtmodul 1	SKV
2				
3				
4				
5	Aufbaumodul 2	Wahlpflichtmodul 2	Wahlpflichtmodul 2	TRE
6				
7				
8				
9	SKV	WIS	WIS	ELE
10				
11				
12				
13	SMA	SMA	MFO (Sport)	WIS (Kolloquium)
14				
15				
16				
17	EVE	EVE	MFO (Kultur)	WIS (Masterarbeit)
18				
19				
20				
21	SMA	TRE	TRE	WIS (Masterarbeit)
22				
23				
24				
25	EVE	SOC	SOC	WIS (Masterarbeit)
26				
27				
28				
29	SMA	LDS	ELE	WIS (Masterarbeit)
30				
31				
32				
33	LDS	PRA	PRA	WIS (Masterarbeit)
34				
35				
36				