

Der Startschuss für deine Karriere im Sportmanagement

Sportmanagement (B.A.)

Der Sportsektor wächst nach wie vor dynamisch: Hier sind Fachkräfte mit Know-how in Wirtschaft und Sportwissenschaft gefragt, um Vereine, Verbände und Unternehmen strategisch zu führen und auf neue Herausforderungen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit vorzubereiten. Du möchtest deine Leidenschaft zum Beruf machen? Dann ist dieser Mix aus BWL, Sportwissenschaft und Sportökonomie genau der richtige Push für deine Karriere.

Mit unserem praxisorientierten Fernstudium kannst du deine Tätigkeit im Sportbereich auf eine fundierte wissenschaftliche Basis stellen. Du erlangst sowohl die ökonomischen als auch sportwissenschaftlichen und sportökonomischen Kompetenzen und spezialisierst dich anschließend in drei von neun attraktiven Wahlschwerpunkten. Qualifiziere dich jetzt – neben dem Beruf oder dem Leistungssport – für spannende Management- und Führungsaufgaben in dem Bereich, den du liebst!

Vereintes Know-how aus Sport und Wirtschaft – unser Expertenbeirat

Um den Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis optimal zu gestalten, berät uns ein speziell für diesen Studiengang einberufener Expertenbeirat. Im Studium stehen dir unter anderem ehemalige Profi-Sportler/innen sowie Führungskräfte aus der Sportbranche als Mentor/innen zur Seite, die dir wertvolle Hinweise zum Berufseinstieg geben. Gleichzeitig profitierst du von ihrem persönlichen Netzwerk.

Spare Zeit und Geld.
Lass dir deine Vorleistungen anrechnen!
Infos hier

Keyfacts

- Akkreditierter Studiengang
- Bachelor of Arts (B.A.), 180 Credits
- Studiendauer 36 oder 48 Monate
- Zugang mit und ohne Abitur (Infos hier)
- Kein NC

Immer für dich da

Dein/e persönliche/r Studienbetreuer/in ist während des gesamten Studiums für alle Anliegen mit vollem Einsatz für dich da. Ebenso wie **unsere engagierten Tutor/innen**, die dich mit Feedback, Tipps und Fachexpertise unterstützen.

Deine Vorteile

- Jederzeit starten
- 4 Wochen kostenlos testen
- Innovative Lerntools im Online-Campus
- Flexible Prüfungstermine, wahlweise online oder vor Ort
- Studiendauer kostenlos um 50 % verlängern

Studiere smarter

Unsere KI-Lernbegleiterin **KILEA** hilft dir 24/7 bei allen Lernfragen und unterstützt dich bei deinen Prüfungsvorbereitungen!



Prof. Dr. Silja Schröder
Dekanin des Studiengangs,
Professorin für Sportmanagement

„Qualifiziere dich jetzt für deine Karriere in einer gefragten Branche, die auch in Zukunft attraktive (neue) Berufsfelder für Sportmanager/innen bietet."

Lerne deine Dekanin kennen: euro-fh.de/schroeder

Die Kombination macht's: BWL, Sportwissenschaft und Sportökonomie

Du machst dich mit den wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen wie Allgemeine BWL, VWL, Marketing oder Controlling und Finance vertraut. Parallel dazu lernst du zentrale Bereiche des Sportmanagements kennen, etwa Sportmarketing, Vereins- und Verbandsmanagement, Sportrecht oder Internationales Sportbusiness. Ergänzt wird dies durch Themen wie Social Media, Online-Marketing und Digitalisierung im Sport.

Management Skills und hohe Praxiskompetenz

Um im Sportbusiness erfolgreich zu sein, sind neben fundiertem Fachwissen auch Management Essentials und Praxis-Know-how gefragt. Wir vermitteln dir Skills wie Projektmanagement, Change Management sowie Innovationsmanagement mit Design Thinking. In deinem abschließenden Praxisprojekt kannst du dein erworbenes Fachwissen direkt anwenden und so gezielt an deiner Karriere als Sportmanager/in arbeiten.

Topaktuelle Spezialisierungen

Auf Basis des erworbenen Fach- und Praxiswissens rund ums Sportmanagement spezialisierst du dich gezielt und individuell in drei zukunftsorientierten Berufsfeldern – intensiv und praxisnah.

- **Outdoor- und Adventuremanagement**
- **Profi- und Ligasport**
- **Wellness, Gesundheit und Sport**
- **E-Sport**
- **Management im Sporthandel**
- **Prävention und Gesundheit**
- **Fitnessökonomie**
- **Sportstättenmanagement**
- **Events im Sport**









Qualifiziere dich für deinen Traumjob im Sportbereich

Als Sportmanager/in qualifizierst du dich für attraktive Fach- und Führungsaufgaben:

- **Bei Profisportclubs im Ligabetrieb,**
- **bei renommierten Sportartikelherstellern,**
- **bei Sportmarketing- und Sporteventagenturen,**
- **bei kommerziellen Sportanbietern,**
- **bei Reiseanbietern mit Fokus auf attraktive Sportreisen,**
- **bei Fitnessketten und -clubs,**
- **bei auf Sportverletzungen spezialisierten Rehazentren,**
- **bei kommunalen Sportämtern**
- **bei Hochschulen, Bildungseinrichtungen oder Unternehmen.**

Zusätzlich bist du top aufgestellt für attraktive Positionen im Bereich des organisierten Sports, bei Vereinen und Fach- und Landesverbänden, im Bereich der Sportangebotsplanung, im Personalmanagement, Rechnungswesen oder Controlling sowie im (Online-)Marketing.

Mach jetzt den nächsten Schritt für deine Karriere im Sportmanagement!

Module & Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Bachelor of Arts (B.A.) – 180 Credits

Bachelor-Thesis	12 Credits

Angewandtes Sportmanagement

Praxismodul	6 Credits

Spezialisierung [Wahl 3 aus 9]

Wellness, Gesundheit und Sport	6 Credits	Prävention und Gesundheit	6 Credits
Sportstättenmanagement	6 Credits	Outdoor- und Adventuremanagement	6 Credits
Management im Sporthandel	6 Credits	E-Sport	6 Credits
Profi- und Ligasport	6 Credits	Fitnessökonomie	6 Credits
Events im Sport	6 Credits		

Strategisches und operatives Sportmanagement

Sportmarketing	10 Credits	Internationales Sportbusiness	6 Credits
Vereins-/Verbandsmanagement	8 Credits	Social Media und Online-Marketing	6 Credits
Geschäftsmodelle & Businessplan	6 Credits	Digitalisierung im Sport	6 Credits
Sportrecht	6 Credits		

Management Essentials für Sportmanager/innen

Projektmanagement	6 Credits	Journalismus und PR im digitalen Wandel	6 Credits
Innovationsmanagement und Design Thinking	6 Credits	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements	8 Credits
Change Management	8 Credits		

Grundlagen des Managements

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	6 Credits	Personal, Führung und Organisation	8 Credits
Grundlagen der Rechnungslegung	6 Credits	Volkswirtschaftslehre	8 Credits
Controlling und Finance	8 Credits	Unternehmensführung	6 Credits
Marketing	8 Credits		

Einführung in das Sportmanagement-Studium

Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten	6 Credits	Einführung in das Sportmanagement	6 Credits

Module, Studieneinheiten und Inhalte

1. Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten

Wissenschaftliches Arbeiten 4 Credits

• Lernmethoden und -techniken im Studium • Grundsätze und Qualitätskriterien des wissenschaftlichen Arbeitens • Texte lesen, verstehen und verarbeiten • Quellen recherchieren, beschaffen und bewerten • Aufbau, Elemente, Layout und Struktur wissenschaftlicher Arbeiten • Wissenschaftliche Fundierung durch Methoden – quantitative und qualitative Forschung • Die Systematik des Belegens von Quellen • Themenfindung für Abschlussarbeiten und Betreuung • Zeit- und Projektmanagement bei der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten • Abschlusskontrolle und Einreichung wissenschaftlicher Arbeiten

Einführung in das Studium (Seminar) 2 Credits

• Unternehmensplanspiel Factory™ • Überblick über den Studiengang „Sportmanagement“ • Besonderheiten des Fernstudiums • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

2. Einführung in das Sportmanagement

Ökonomie des Sports 2 Credits

• Positionierung des Sportmanagements als Wissenschaftsdisziplin • Forschungsgebiete der Sportökonomie • Der Sportmarkt • Ökonomische Bedeutung des Sports für die Gesellschaft • Kommerzialisierung und Professionalisierung • Ökonomische Besonderheiten des Sports • Ökonomie des Individual- und Teamsports

Sport und Gesellschaft/Trends und Zukunft des Sports 2 Credits

• Faszination Sport • Bedeutung des Sports für die Gesellschaft • Sport und Staat • Sportverwaltung • Sportpolitik • Strukturen im Sport • System Hochleistungssport • Funktionen des Sports (Integration, Gemeinwohl, Inklusion etc.) • Die Kehrseite der Medaille • Trends im Sport • Sport im Wandel • Sport der Zukunft

Sportmanagement 2 Credits

Überblick der Themen im Sportmanagement: • Marketing im Sport • Kommunikationsmanagement im Sport • Finanzierung und Controlling im Sport • Besteuerung im Sport • Organisation und Personalmanagement im Sport • Dienstleistungsmanagement im Sport • Veränderungsmanagement im Sport • Sportstättenmanagement • Qualitätsmanagement im Sport • Sportrecht • Der Arbeitsmarkt für Sportmanager • Sport, Wirtschaft und Medien als Interdependenzsystem des Sportbusiness

3. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Grundlagen der ABWL 6 Credits

• Klassischer Aufbau und Funktionen eines Unternehmens • Theoretische Grundlagen • Darstellung des Unternehmens als eine Wertschöpfungskette • Beschaffung/Logistik • Produktionsmanagement/Operations • Absatz/Marketing • Unternehmensführung/Management • Organisation (formale und informale Organisation) • Personalwesen und Personalführung • Rechnungswesen und Controlling • Investition und Finanzierung • Unternehmenszyklus: Gründung, Entwicklung, Liquidation • Lean Production • Industrie 4.0 • Internes und externes Wachstum (Fusionen, Übernahmen, Zusammenschlüsse) • Unternehmensethik • Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument • Informations- und Wissensmanagement • Krisenmanagement

4. Marketing

Marketingstrategie 4 Credits

• Marktorientierte Unternehmensführung • Grundlegende Schritte im Rahmen der Marketingplanung • Analyse der internen und externen Unternehmensumwelt • SWOT-Analyse und Marktsegmentierung

Marketing-Mix 4 Credits

• Produktpolitik • Preispolitik • Place/Distributionspolitik • Promotion/Kommunikationspolitik

5. Grundlagen der Rechnungslegung

Buchführung und Bilanzierung 6 Credits

• Aufgaben und Teilbereiche des Rechnungswesens • Systeme und Notwendigkeit der Buchführung • Verfahren und Bücher der doppelten Buchführung • Buchungen von Geschäftsvorfällen in Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung • Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung • Bestandteile eines Jahresabschlusses • Inhalte von Anhang und Lagebericht • Bilanzierung nach HGB: Ansatz- und Bewertungsvorschriften • Bilanzierung, Aufbau und Analyse der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung • Risikobericht und Cashflow-Statement

6. Personal, Führung und Organisation

Personalmanagement 4 Credits

• Employer Branding und Personalmarketing • Mitarbeitergewinnung und -auswahl • Onboarding und Candidate Experience • Personalplanung, Mitarbeitereinsatz und Arbeitsgestaltung • Performance- und Talentmanagement • Führung und Entwicklung von Mitarbeiter/innen • Motivation fördern, Anreiz- und Vergütungssysteme gestalten • Kündigung, Fluktuation und Retention • Personalreporting und -evaluation • Rechtlicher Rahmen und Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat • HR im internationalen Umfeld

Organisation und Personalführung 2 Credits

• Organisationsbegriff, -theorien und -modelle • Organisationsstrukturen • Organisationsentwicklung • Führungsbegriff und -konzepte • Funktionen und Erfolgsprinzipien von Führung • Klassische und moderne Führungsansätze

Kommunikation und Konfliktmanagement (Seminar) 2 Credits

• Grundlagen der Kommunikationspsychologie, Rhetorik und Metakommunikation • Gesprächsführung und Gesprächsstrategien • Kommunikation in Konfliktsituationen

7. Social Media und Online-Marketing

Social Media (inklusive Webinar) 4 Credits

• Geschichte des Web 2.0 • Charakteristika des Social Web • Verbreitung und Nutzung von Social Media in Deutschland • Wichtige Instrumente des Social Web • Social Media und die Erwartung an ein Unternehmen • Micro- und Corporate Blogging • Enterprise 2.0 • Entwicklung einer Social-Media-Strategie • Public Relations im Social Web • Operatives Community-Management • Social-Media-Monitoring und -Measurement • Webinar zur Umsetzung von Social-Media-Kenntnissen

Online-Marketing 2 Credits

• Ursprünge des Online-Marketings • Instrumente und Techniken • E-Commerce und Online-Marketing • Perspektiven im Online-Marketing

8. Vereins- und Verbandsmanagement

Der organisierte Sport in Deutschland 2 Credits

• Sportvereins/-verbandsstrukturen • Aufgaben eines Sportvereins/-verbandes • Kernaufgaben des Vereins/Verbandsverwaltung • Problemfelder der Vereins-/Verbandsführung

Management eines Vereins/Verbandes (inklusive Webinar) 2 Credits

• Personalmanagement im Sportverein • Grundlagen des Vereinsfinanzmanagements • Mittelbeschaffung und -verwendung im Verein/Verband • Steuern und Buchführung im Verein/Verband

Die Zukunft der Vereine/Verbände 2 Credits

• Herausforderungen der Vereine/Verbände • Change Management im Verein/Verband

Sportförderung 2 Credits

• Öffentliche Zuschüsse und Förderungen für Vereine und Verbände • Sport in Politik und Gesellschaft

9. Grundlagen des Dienstleistungsmanagements

Grundlagen Dienstleistungen 4 Credits

• Definition und Abgrenzung von Dienstleistungen • Historische und theoretische Einordnung von Dienstleistungen • Service Operation Management • Lean Service Management • Qualitätsmanagement und Dienstleistungscontrolling • Operatives und strategisches Dienstleistungsmanagement • Skills für Dienstleistungsmanager/innen • Fokus: Kund/in (interner und externer Kund/in) • Aktuelle Entwicklungen im Dienstleistungssektor

Wertschöpfungsstrukturen 2 Credits

• Klassische Ansätze der Wertschöpfungsstrukturen • Wertschöpfungskette eines Dienstleistungsunternehmens: Was heißt beispielsweise dienstleistungsorientierte Führung, dienstleistungsorientiertes HR-Management? • Abbildung der klassischen Wertschöpfungskette mit dem Schwerpunkt auf Dienstleistungen, so dass zu erkennen ist, was eine Dienstleistungsorientierung für die einzelnen Funktionen und für das ganze Unternehmen bedeutet. • Service-Dominant Logic • Konfliktmanagement bei Dienstleistungsnetzwerken

Preismanagement 2 Credits

• Grundlagen des Preismanagements • Strategie, Analyse, Entscheidung und Umsetzung des Preismanagements für Dienstleistungen • Internationales Preismanagement

10. Sportrecht

Sportrecht 6 Credits

• Einführung und Überblick • Das Zwei-Säulen-System des Sportrechts • Anti-Doping: NADC und AntiDopG • Diskriminierungsbekämpfung im Sport • Gewaltprävention im Sport • Korruptionsbekämpfung und Good Governance im Sport • Schiedsgerichtsbarkeit im Sport

11. Sportmarketing

Sportmarketing 4 Credits

• Marketing im Sport • Marktforschung im Sport • Marktsegmentierung im Sport • Markenmanagement • Strategische Marketing-Analyse, Planung und Implementierung • Event-Marketing, Relationship-Marketing, Hospitality-Marketing • Zukunft des Sportmarketings

Sportvermarktung (inklusive Webinar) 2 Credits

• Sportrechte als Vermarktungschance, wertbestimmte Faktoren von Sportrechten • Leistungsaspekte und Perspektiven der Sportvermarktung • Einführung, Begriffe und Bedeutung des Sportmerchandisings

Sportsponsoring 2 Credits

• Einführung, Historie, Relevanz • Grundlagen: Definitionen, Erscheinungsformen, Ziele, Zielgruppe, Wirkungsweise, Markenimage, Markenführung • Sportsponsoring als Kommunikationsinstrument • Sportsponsoring als Finanzierungsinstrument • Controlling von Sportsponsoring • Risiken und negative Folgewirkungen des Sportsponsorings

Sportmarketing in der Praxis (Seminar) 2 Credits

• Praxisbeispiele zu den in den vorherigen Studieneinheiten behandelten Themen • Diskussionsrunde mit Praktiker/innen zu aktuellen Marketingthemen • Besuch von Unternehmen im Sport und Durchführung von Expertengesprächen • Präsentation der Ausarbeitung und Beantwortung der Fragestellungen aus der Praxis

12. Change Management

Grundlagen des Change Managements 2 Credits

• Wirtschaftsfaktoren, die organisationalen Wandel erforderlich machen • Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren für Veränderungen • Die Rollen von Führung und Steuerung in Veränderungsprozessen • Phasen der Veränderung und Planung von Change-Prozessen • Die Rollen von Emotionen und Widerstand bei Veränderungen • Verfahren und Werkzeuge zur Gestaltung von Veränderungen im Überblick

Interventionsmethoden im Change Management 6 Credits

• Grundlagen, Modelle und Vorgehen bei der Organisationsdiagnose • Erhebung, Aufbereitung und Rückkopplung von Daten • Kernelemente, Entwicklungsprozess und Umsetzung einer Strategie • Organisationsentwicklung und Lernende Organisation • Beteiligungs- und Kommunikationsprozesse zur Unterstützung von Change-Prozessen • Die Rolle der Unternehmenskultur bei Veränderungsvorhaben

13. Projektmanagement

Projektmanagement 3 Credits

• PM-basierte Organisationsstrukturen • Projektmanagementstandards und -prozesse • Grundlagen des kompetenzbasierten Projektmanagements • Aufgaben des Projektmanagements (Definition, Planung, Steuerung und Evaluation von Projekten) • Methoden und Techniken des Projektmanagements

Kommunikation und Kollaboration in Projekten 3 Credits

• Umgang mit Informationen und Meinungsbildung in Projekten • Kommunikation, Macht und Einfluss in Projekten • Commitment und Identifikation mit Projekten • Besonderheiten des Projektmanagements in virtuellen Projekten • Computergestützte Kollaboration in virtuellen Projekten • Kommunikation und Führung in internationalen Projekten

14. Controlling und Finance

Controlling 4 Credits

• Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung • Voll- und Teilkostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, • Leistungsrechnung, Prozesskostenrechnung, Target Costing • Unternehmensplanung, Kennzahlensysteme, Value Based Management • Integriertes System zur Erfolgs-, Finanz- und Risikosteuerung • Finanzielle Unternehmenssteuerung und Risikocontrolling

Finance 4 Credits

• Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung • Vollständige Finanzpläne • Finanzierung: Ziele, Kennzahlen, Anlässe, Möglichkeiten der Außen- und Innenfinanzierung

15. Digitalisierung im Sport

Digitalisierung im Sport allgemein 2 Credits

• Industrie 4.0, Digitalisierung und Informationsgesellschaft, Digitale Revolution • Change Management und Organisationsentwicklung • Digitale Geschäftsmodelle und digitale Wertschöpfungskette • Digitalisierung, digitale Trends und Innovationen im Sport • Digitale Technologien im Sport • Gesellschaftliche Auswirkungen und Herausforderungen der Digitalisierung • Auslöser der Digitalisierung im Sport

Digitalisierung im Fußball 2 Credits

• Digitalisierung von Stadien • Sportvermarktung durch digitale Medien • Neue digitale Märkte und Geschäftsmodelle im Fußball

Digitalisierung im organisierten Sport 2 Credits

• Digitale Transformation im organisierten Sport • Digitalisierungsstrategien für Sportvereine • Beispiele für Digitalisierungsstrategien • Best Practice – Digitaler Verein

16. Volkswirtschaftslehre

Mikroökonomie 4 Credits

• Volkswirtschaftliche Grundkonzepte und begriffe • Lösung des Knappheitsproblem durch effiziente Ressourcenallokation • Die Marktwirtschaft als Koordinationsmechanismus • Konsumenten entscheiden über die Nachfrage auf Gütermärkten • Unternehmen entscheiden über das Angebot auf dem Gütermarkt • Märkte und Marktstrukturen • Marktpreisbildung • Wettbewerbspolitik • Marktversagen • Externe Effekte • Höchst- und Mindestpreise

Makroökonomie 4 Credits

• Grundlegende makroökonomische Denkschulen • Makrotheoretische Modelle • Die Vermessung der Volkswirtschaft • Wirtschaftspolitik: Konjunktur, Beschäftigung und Wachstum • Wirtschaftspolitische Akteure und Ziele • Vermessung der staatlichen Aktivität • Fiskalpolitik • Wirtschaftspolitik in Europa • Geldpolitik in der Währungsunion • Internationale Handelspolitik

17. Geschäftsmodelle und Businessplan

Geschäftsmodelle und Businessplan 4 Credits

• Anwendungsfelder und Konzepte von Geschäftsmodellen • Inhalt und Struktur eines Businessplans • Schritte und Organisation einer Unternehmensgründung • Markt- und Wettbewerbsanalyse • Finanz- und Liquiditätsplanung

Erstellen eines Businessplans (inklusive Seminar) 2 Credits

• Ideenfindung, Unternehmerteam und Organisation des Projekts • Projektplanung und Organisation im Team • Realisierungsfahrplan • Erstellung eines Businessplans • Präsentation und Diskussion der Projektergebnisse

18. Praxismodul

Praxis und Theorie 2 Credits

• Praxis des Sportmanagements (Verhältnis von Praxis und Theorie; Reflective Practitioner; berufliche Praxis in der Sportbranche; Entwicklung und Dokumentation eines Praxisprojekts) • Einen reflektierten Praxisbericht verfassen (Praxisprojekt und Praxisbericht; Textsorte und Merkmale des Praxisberichts; einen Praxisbericht gliedern und strukturieren; formale Gestaltung eines Praxisberichts)

Entwicklung eines Praxisprojekts 2 Credits

• Praxisprojekt entwickeln und durchführen • Praxisbericht verfassen

Professionalität und berufliche Perspektive (Webinar) 2 Credits

• Reflexion zum Verhältnis von Theorie, Praxis und Professionalität • Entwicklung und Beschreibung einer beruflichen Perspektive

19. bis 21. Spezialisierungen im Schwerpunkt deiner Wahl
[Wahl 3 aus 9]

Dein Vorteil bei uns: Du wählst drei aus den neun folgenden Spezialisierungen aus und kannst dein Studium so gezielt nach deinen beruflichen oder persönlichen Interessen ausrichten. Die Wahlschwerpunkte decken aktuelle und spannende Themen des Sportmanagements ab und zeichnen sich durch ihren enorm hohen Praxisbezug aus.



Prof. Dr. Silja Schröder
Professorin für
Sportmanagement



[1] Wellness, Gesundheit und Sport

Wellness und Gesundheit 3 Credits

• Definition und Einführung in den Begriff Wellness- und Gesundheitstourismus • Bedeutung des Wellness- und Gesundheitstourismus für Reiseveranstalter und Organisationen • Wellness- und Gesundheit als zentrale Prinzipien für ein ganzheitliches Tourismusmanagement

Sporttourismus 3 Credits

• Definition und Einführung in den Begriff Sporttourismus • Bedeutung des Sporttourismus für Reiseveranstalter • Sporttourismus im Zusammenhang mit Vermarktung und Sponsoring



[2] Sportstättenmanagement

Planung, Bau und Finanzierung von Sportanlagen 3 Credits

• Einführung, Definition, Typologie von Sportanlagen • Planung von Sportanlagen • Finanzierung von Sportanlagen • Bau von Sport- und Freizeitanlagen • Betrieb von Sportanlagen • Nachhaltiges Sportstättenmanagement

Vermarktung von Sport- und Freizeitanlagen 3 Credits

• Grundlagen des Marketings • Marketingmaßnahmen • Kundenbindung



[3] E-Sport

E-Sport 6 Credits

• Grundlagen des E-Sports • Breiten- und Spitzensport im E-Sport • Management von E-Sport-Events und Teams • Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen • Engagement von Unternehmen und Fußballvereinen im E-Sport • Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen im E-Sport • Digitale Innovation des E-Sports und deren Auswirkungen auf das klassische Sportbusiness



[4] Profi- und Ligasport

Spitzensport 2 Credits

• Das deutsche Leistungssportsystem • Finanzierung im Spitzensport • Probleme und Herausforderungen des Spitzensports

Ligasport 2 Credits

• Ökonomische Besonderheiten einer Liga • Arbeitsmarkt Ligensport • Produktion sportlicher Leistung bei Teamsportarten

Fußballmanagement 2 Credits

• Ökonomie des Profi-Fußballs • Finanzierung von Profi-Fußball-Organisationen • Lizensierungsregeln im Profi-Fußball • Vermarktungsstrukturen und Medienrechte im Fußball • Transferwesen, Scouting und Kaderplanung • Trends und Entwicklungen im internationalen Fußballmanagement



[5] Events im Sport

Event- und Veranstaltungsmanagement 3 Credits

• Erlebnisorientierte Unternehmenskommunikation • Event als Instrument der Marketingkommunikation • Eventtrends • Eventbranche • Management von Marketingevents • Fallbeispiele

Sportgroßveranstaltungen und Sportevents 3 Credits

• Historische Entwicklung • Kulturelle Rahmung von Sportgroßveranstaltungen • Klassifizierung von Sportgroßveranstaltungen • Ökonomische, ökologische und soziale Effekte von Sportgroßveranstaltungen • Akteursgruppen von Sportgroßveranstaltungen • Konzepte, Handlungsmöglichkeiten und Perspektiven • Fallbeispiele



[6] Prävention und Gesundheit

Sport als Prävention 2 Credits

• Begrifflichkeiten, Verständnis und Modelle von Gesundheit und Sport • Strukturen des Sozial- und Gesundheitswesens • Gesundheitssituation der Bevölkerung • Einfluss von Sport auf die Gesundheit • Grundlagen und Konzepte der Prävention durch Sport • Gesundheitssysteme aus gesamtgesellschaftlicher Sicht, gesundheitspolitische Aspekte

Betriebliches Gesundheitsmanagement 2 Credits

• Betriebliche Gesundheitspolitik, Gesetze und Standards • Betriebssport im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Digitalisierung im Betriebssport

Gesundheitsförderung durch Sport im Alter 2 Credits

• Gesundheitsmarkt der Zukunft – Historie, Entwicklung, Marktchancen • Sportspezifische Aspekte und Handlungsfelder • Vermarktung von Sportangeboten für Senior/innen • Zusammenarbeit mit Krankenkassen



[7] Outdoor- und Adventuremanagement

Grundlagen des Outdoor- und Adventuresports 2 Credits

• Entstehung und Historie • Aktuelle Trends im Adventuremanagement • Adventuremarkt und Zielgruppe • Aufbau und Betrieb von Angeboten • Abenteuertourismus • Risiko- und Sicherheitsmanagement • Aktuelle Forschungsfragen und Trends im Adventuremanagement

Sportökologie und Umweltschutz 2 Credits

• Einführung, Definition • Trendsportarten in ökologischer Bewertung • Sportanlagen und ihre Auswirkungen auf die Umwelt • Ökologische Bewegungserziehung

Erlebnispädagogik 2 Credits

• Einführung, Ziele, Definition, Historie • Lernmodelle • Reflexion, Transfermethoden, gruppendynamische Prozesse • Sicherheit • Erlebnispädagogische Aktivitäten



[8] Management im Sporthandel

Management im Sporthandel 6 Credits

• Marktanalyse • Funktion und Struktur der Sportbranche • Kennzeichen/Besonderheiten der Sportbranche aus Managementsicht • Case Study: erfolgreiche Marketingkonzepte im Sporthandel • CSR und Nachhaltigkeit • Change Management/Digitale Transformation



[9] Fitnessökonomie

Fitnessmarkt 2 Credits

• Ursprung und Entwicklung der deutschen Fitnessbranche, Bedeutung in der Gesellschaft • Grundlagen über den Fitnessmarkt • Fitnessbranche im Wandel, Trends

Management in der Fitnessbranche 2 Credits

• Personalmanagement • Strategisches Vertriebsmanagement • Angebotsmanagement • CRM in der Fitnessbranche • Rechtliche Besonderheiten der Fitnessbranche • Facility Management in der Fitnessbranche

Digitalisierung in der Fitnessbranche 2 Credits

• Digitale Transformation in der Fitnessbranche • Digitalisierung im Bereich des Marketings • Digitalisierung von Fitnessprodukten • Digitalisierung im Bereich von Dienstleistungen in der Fitnessbranche • Virtual Reality/ Augmented Reality in der Fitnessbranche

22. Unternehmensführung

Unternehmensführung 3 Credits

• Institutionelle und funktionale Perspektive • Aufgabenfelder der Unternehmensführung und des Controllings • Konzepte und Modelle zur Unternehmensführung • Spezielle Themenstellungen

Managementtechniken 3 Credits

• Kreativitätstechniken in der Zielbildungsphase • Frühwarnsysteme zur Problemanalyse • Prognose- und Szenariotechniken • Wertanalysen zur Alternativenfindung • Nutzwertanalyse für die Bewertung und Entscheidung • Planungs- und Strategiefindungstechniken

23. Internationales Sportbusiness

Internationales Sportbusiness 6 Credits

• Internationalisierung im Sport, internationale Sportentwicklung, Strukturen, Besonderheiten und Tendenzen • Aufbau und Organisation des europäischen Sports • Grundlagen des Managements international tätiger Sportorganisationen • Internationalisierungsstrategien im Fußball • Internationalisierung und Digitalisierung

24. Journalismus und PR im digitalen Wandel

Journalismus 4 Credits

• Journalismus: Grundlagen, Erscheinungsformen, Entwicklungen • Mediensystem im Umbruch • Journalistisch recherchieren, präsentieren und kommunizieren • Online-Journalismus und digitales Storytelling

Public Relations 2 Credits

• PR-Strategien, PR-Instrumente, digitale Transformation • PR-Konzeptionen entwickeln und erfolgreich einsetzen • Rolle von PR in der Unternehmenskommunikation • Arbeiten in und mit PR-Agenturen

25. Innovationsmanagement und Design Thinking

Innovationsmanagement 3 Credits

• Bedeutung von Innovationen für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen • Innovationsstrategien und Innovationsprozesse für Produkte und Dienstleistungen • Markteinführung von Innovationen • Ideenfindung und Ideenmanagement • Open Innovation

Design Thinking (Seminar) 3 Credits

• Design Thinking als systematischer Ansatz zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen • Kernelemente des Design Thinking • Methoden und Instrumente des Design Thinking • Visualisierungstechniken

26. Bachelor-Thesis

Bachelor-Thesis 12 Credits

• Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung an der Schnittstelle zwischen wirtschaftlichen und sportökonomischen Fragestellungen und Darstellung ihrer Lösung unter Beachtung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens und unter Einhaltung einer vorgegebenen Frist

Deine Kompaktseminare: interaktiv, große Terminauswahl, i. d. R. online

Für deine Kompaktseminare bieten wir dir eine große Terminauswahl an, aus der du frei und flexibel wählen kannst.

Praxisnahe Vertiefung und persönliche Weiterentwicklung

Du absolvierst in deinem Studium neun Kompaktseminare, die i. d. R. online stattfinden. Weitere Detailangaben zu Durchführungsform und Dauer findest du bei der jeweiligen Seminarbeschreibung auf den Folgeseiten.

In kleinen Gruppen und unter persönlicher Anleitung durch unsere Praxisexpert/innen wendest du dein erlangtes Wissen aktiv an und erprobst es mittels Fallstudien und Planspielen. Du übst, im Team zu arbeiten und deine Arbeitsergebnisse vor Dritten zu präsentieren. Dadurch erweiterst du deinen fachbezogenen Kenntnis- und Erfahrungsschatz und baust wichtige Schlüsselqualifikationen wie sicheres Auftreten, Präsentieren, Argumentieren und sachliches Diskutieren aus.

Einführung in das Studium

online

Dieses Seminar führt dich in das Fernstudium sowie in die Betriebswirtschaftslehre und das Sportmanagement ein. Du lernst deine Mitstudierenden kennen und knüpfst nützliche Netzwerke. Im Zentrum steht das Unternehmensplanspiel FactoryTM, eine Simulation realer betrieblicher Vorgänge, mit der du die Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre einübst. Geschäftsprozesse in Unternehmen werden visualisiert, und du erkennst die Auswirkung von Entscheidungen auf den Geschäftserfolg.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Kommunikation und Konfliktmanagement

wahlweise online oder in Präsenz

In diesem Seminar erhältst du die Gelegenheit, dein bisher erworbenes Wissen über menschliche Kommunikation und Interaktion im Rahmen praktischer Übungen anzuwenden und deine Rhetorik und Körpersprache zu optimieren. In Form von Rollenspielen werden Situationen des täglichen Wirtschaftslebens realitätsnah simuliert.

Dieses zweitägige Seminar kannst du wahlweise online oder in Präsenz in Hamburg absolvieren.

Sportmarketing in der Praxis

online

Im Rahmen dieses Seminars vertiefst du deine bereits im Modul Sportmarketing erworbenen Fachkenntnisse. Zu den Themen Sportmarketing, Sportsponsoring und Sportvermarktung erarbeitest du Praxisbeispiele und Fallstudien. Erfahrene Praktiker/innen und Expert/innen aus diesen Bereichen liefern Impulsvorträge und stehen dir für Diskussionen und Fragen zur Verfügung. Du lernst zudem Unternehmen und die entsprechenden Berufsfelder aus dem Bereich Sportmarketing kennen und erhältst die Möglichkeit, dich mit Praktiker/innen aus den vorgestellten Unternehmen auszutauschen.

Dieses Seminar besteht aus vier Online-Meetings, die abends für ca. 2–3 Stunden stattfinden.

Design Thinking

in Präsenz

Ganz interaktiv lernst du hier den Innovationsprozess „Design Thinking“ in der Praxis kennen. Anhand realer Kundenbedürfnisse entwickelst du unter Einsatz vielfältiger Kreativitätsmethoden innovative Lösungsansätze. Dabei verinnerlichst du die einzelnen Phasen und Elemente eines Innovationsprozesses und durchläufst diesen von der Idee bis zur prototypischen Umsetzung. Deine erworbenen Kenntnisse kannst du direkt in deinem Arbeitsalltag anwenden.

Dieses zweitägige Präsenzseminar findet in Hamburg statt.



Erstellen eines Businessplans

online

In diesem Seminar entwickelst und planst du dein eigenes Geschäftsmodell: In Projektteams arbeitest du in einer ersten, dem Seminar vorgelagerten Projektphase (online) an einer Geschäftsidee, die ihr im Team unter Verwendung von selbst erstellten Marktanalysen zu einem Geschäftsmodell ausbaut. Dabei erstellst du Liquiditätspläne, berechnest den Kapitalbedarf und wählst passende Finanzierungsquellen aus. Du bildest den erwarteten Umsatz ab und planst die von verschiedenen Faktoren abhängigen Kosten.

Während des Seminars präsentierst du im Rahmen eines simulierten Finanzierungsgesprächs vor potenziellen Kapitalgeber/innen deinen Businessplan. Unter Anleitung eines/r Trainer/in professionalisierst du deine Präsentationstechniken – von der Datenaufbereitung bis zur tatsächlichen Präsentation – und beantwortest in einer anschließenden Diskussion Fragen der potenziellen Kapitalgeber/innen.

Dieses Seminar besteht aus drei Online-Meetings, die abends für ca. 2–3 Stunden stattfinden.

Social Media

Webinar

Social Media wird auch für das Sportmanagement immer wichtiger. In diesem Webinar erhältst du praxisnahe Expertentipps. Du diskutierst die wichtigen Social-Media-Bereiche, vertiefst dein Wissen anhand von praktischen Beispielen und wirst selbst im Webinar aktiv. Dieses Webinar ist auf eine Dauer von ca. zwei Stunden ausgelegt und wird synchron mit allen Teilnehmenden durchgeführt. Durch die Terminvielzahl lässt sich die Abendveranstaltung flexibel ins Studium integrieren.

Vereins- und Verbandsmanagement in der Praxis

Webinar

Das dreistündige Webinar gibt dir Einblicke in das Management des organisierten Sports. Fallbeispiele und Expertenwissen sorgen für die entsprechende Verknüpfung von theoretischem Wissen und praktischen Erfahrungen. So bist du bestens gerüstet für die Arbeit in einem Verein bzw. Verband.

Praxis des Sportmarketings – der Marketingplan

Webinar

Das Webinar vermittelt dir die theoretischen Grundzüge eines Marketingplans im Allgemeinen sowie im Speziellen mit den sportspezifischen Besonderheiten. Wir zeigen dir, wie du eine solide, strukturierte und strategische Grundlage für einen ganzheitlichen Marketingansatz erstellst. Flankiert wird das theoretische Know-how durch Expertenwissen aus der Praxis.

Professionalität und berufliche Perspektive im Sportmanagement

Webinar

Dieses Webinar bildet den Abschluss des Praxismoduls. Nachdem du dein Praxisprojekt durchgeführt hast, reflektierst du deine gesammelten Erfahrungen und leitest Rückschlüsse auf deine berufliche Perspektive ab. Exemplarisch werden einzelne Praxisprojekte im Rahmen des Webinars vorgestellt.

Dein Weg zum Bachelor-Abschluss: mit der für dich passenden Studienvariante

Bei deiner Anmeldung entscheidest du dich, ob du in 36 oder 48 Monaten studieren möchtest. Wenn du beruflich stark eingebunden bist, empfehlen wir dir die längere Variante. Sie bietet dir mehr Flexibilität und genügend Zeit, um das Studium in deinem eigenen Tempo zu absolvieren. Für alle, die schneller ans Ziel kommen möchten und mehr Zeit fürs Studium haben, ist die kürzere Studienvariante ideal. So profitierst du von einem zügigeren Fortschritt und kommst schneller zu deinem Abschluss. Bleib jederzeit flexibel: Du hast die Möglichkeit, auch während deines Studiums einmal die Variante zu wechseln. **Solltest du mehr Zeit benötigen**, ist eine kostenlose Verlängerung um bis zu 50 Prozent möglich.

Monatliche Prüfungstermine für jedes Modul

Mit unserem besonders flexiblen Prüfungssystem kannst du dein Studium von Anfang an perfekt auf deine Bedürfnisse und deine Zeitplanung abstimmen. Bei uns kannst du bundesweit jede Prüfung monatlich ablegen. Egal, wann du ein Modul abschließen möchtest – innerhalb von vier Wochen steht dir immer eine Prüfungsmöglichkeit wahlweise online oder an einem unserer 10 Prüfungszentren in Deutschland zur Verfügung. So bleibt dein Studium jederzeit flexibel und planbar.

Dein Studienplan für 36 oder 48 Monate Regelstudienzeit

Damit du immer den Überblick behältst, haben wir für beide Studienvarianten einen typischen Studienverlauf vorbereitet. In der 48-Monats-Variante wird dein Studium in 12 Tertiale unterteilt, und du erhältst alle vier Monate ein neues Studienpaket. Entscheidest du dich für die 36-Monats-Variante, bekommst du alle drei Monate – also pro Quartal – neues Material. Dieser Plan ist flexibel und kann jederzeit an deine individuellen Bedürfnisse angepasst werden.

Der Studienverlauf im Überblick

Behalte stets den Überblick über deinen Weg zum Abschluss. Dein Studienverlauf ist strukturiert und flexibel zugleich – perfekt angepasst an deine Bedürfnisse und dein Lerntempo. So kannst du dein Studium jederzeit optimal planen und erfolgreich absolvieren.

Tertial / Quartal 1 und 2			
Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten	6 Credits	Online-Seminar	Prüfungsaufgabe
Einführung in das Sportmanagement	6 Credits		Klausur
Allgemeine BWL	6 Credits		Hausarbeit
Grundlagen der Rechnungslegung	6 Credits		Klausur
Marketing	8 Credits		Klausur

Tertial / Quartal 3 und 4			
Social Media und Online-Marketing	6 Credits	Webinar	Projektarbeit
Vereins- und Verbandsmanagement	8 Credits	Webinar	Klausur
Personal, Führung und Organisation	8 Credits	Seminar (wahlweise online oder als 2-tägiges Präsenzseminar in Hamburg)	Klausur
Grundlagen des Dienstleitungsmanagements	8 Credits		Klausur

Tertial / Quartal 5 und 6			
Change Management	8 Credits		Klausur
Sportmarketing	10 Credits	Webinar und ein Seminar (wahlweise online oder als 2-tägiges Präsenz-seminar in Hamburg)	Präsentation
Sportrecht	6 Credits	Online-Seminar	Hausarbeit
Projektmanagement	6 Credits		Projektarbeit

Tertial / Quartal 7 und 8			
Controlling und Finance	8 Credits		Klausur
Digitalisierung im Sport	6 Credits		Hausarbeit
Volkswirtschaftslehre	8 Credits		Hausarbeit
Geschäftsmodelle und Businessplan	6 Credits	Online-Seminar	Projektarbeit

Tertial / Quartal 9 und 10			
Praxismodul	6 Credits	Webinar	Projektarbeit
Wahlpflichtmodul 1	6 Credits		Klausur oder Hausarbeit – je nach gewähltem Wahlpflichtmodul
Unternehmensführung	6 Credits		Projektarbeit
Wahlpflichtmodul 2	6 Credits		Klausur oder Hausarbeit – je nach gewähltem Wahlpflichtmodul
Journalismus und PR im digitalen Wandel	6 Credits		Klausur

Tertial / Quartal 11 und 12			
Internationales Sportbusiness	6 Credits		Klausur
Wahlpflichtmodul 3	6 Credits		Klausur oder Hausarbeit – je nach gewähltem Wahlpflichtmodul
Innovationsmanagement und Design Thinking	6 Credits	2-tägiges Präsenz-seminar in Hamburg	Projektarbeit
Bachelor-Thesis	12 Credits		Thesis

Bachelor-Abschluss „Sportmanagement (B.A.)“ – 180 Credits