

Studienordnung des FH-Bachelorstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt B.A.

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 50 Vollzeit
25 berufsbegleitend

Inhaltsverzeichnis

1	Berufsbilder.....	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder</i>	<i>3</i>
1.2	<i>Qualifikationsprofil</i>	<i>5</i>
2	Curriculum.....	9
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	<i>9</i>
2.2	<i>Curriculumsmatrix.....</i>	<i>12</i>
2.2.1	Curriculumsmatrix SKVM Vollzeit	12
2.2.2	Curriculumsmatrix SKVM Berufsbegleitend.....	16
2.2.3	Modulbeschreibungen Vollzeit	20
2.2.4	Modulbeschreibungen SKVM berufsbegleitend	63
2.3	<i>Berufspraktikum.....</i>	<i>111</i>
2.4	<i>Auslandssemester</i>	<i>111</i>
3	Zugangsvoraussetzungen	113

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

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

Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement

Sportmanagement und Sportwissenschaft:

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

Kulturmanagement und Kulturwissenschaft:

Die Studierenden erwerben Kenntnisse der Funktionsweisen des Kulturbetriebs und seiner besonderen Herausforderungen und Wirkungsweisen. Sie sind in der Lage, gezielte Managementhandlungen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene zu verstehen und anzuwenden, insbesondere in den Bereichen Marketing und Kommunikation, Finanzierung, Förderung und Sponsoring sowie Organisation von Veranstaltungen beispielsweise in Kulturvereinen und permanenten Einrichtungen wie Museen, Theatern, Arthousekinos usw.. Die AbsolventInnen kennen die Zusammenhänge zwischen kulturpolitischen Handlungsaufträgen und gesellschaftspolitischer Verantwortung, wissen um die Gefahren von Kunst und Kultur etwa durch veraltete Nationalitätskonzepte und sind mit den unterschiedlichen Mechanismen des gemeinnützigen und kommerziellen Kulturbetriebs als Basis managerialer Ausrichtungen vertraut. Kulturwissenschaftliche Theorien und Methoden unterstützen den Erkenntnisgewinn und die Interpretationsmöglichkeiten künstlerischer Güter und kultureller Prozesse. Sie gewährleisten darüber hinaus ein historisches Verständnis bezüglich der wandelbaren Kulturproduktion entlang gesellschaftlicher Veränderungen und der wechselnden Aufgaben von Kunst und Kultur in der Gesellschaft.

Veranstaltungsmanagement und Veranstaltungswissenschaften:

Kongresse, Tagungen, Charity Events und Marketingevents sind den AbsolventInnen in ihren organisatorischen Abläufen, technischen Notwendigkeiten und erwünschten Zielen der Veranstalter vertraut. Sie können Abläufe planen und umsetzen, technische Ausgestaltung organisieren und bei der Vermarktung

sowie Finanzierung mitwirken. Im Rahmen der Persönlichkeitsförderungen erwerben die AbsolventInnen Kompetenzen zum Kundenmanagement und sind somit in der Lage, hierzu professionell zu agieren. Die Studierenden erwerben einen Überblick über verschiedene sozialwissenschaftliche Theorien und Konzepte, die im engen Verhältnis zu Veranstaltungsmanagement stehen. Studierende entwickeln ein Verständnis dafür, wie diese Theorien und Konzepte im alltäglichen Umgang mit Veranstaltungen verankert sind und sie zur gesellschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen beitragen.

Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement integrativ

Die Studierenden erwerben eine Transfer- und Applikationskompetenz für integratives Projektmanagement der Säulen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. In der Lehrveranstaltung **Eventinszenierung** werden die Studierenden befähigt, technische und gestalterische Aspekte für Veranstaltungen aller Art zu planen und umzusetzen. Integrative Aspekte von spartenübergreifendem Projektmanagement für Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement werden in Lehrveranstaltungen **Business Cases in SKVM**, **Business Events**, **Current Issues in Sports, Culture & Events** sowie **Sports, Culture & Business Venues** (nur berufsbegleitend) und **Digital Trends in Sports, Culture & Events** sowie **Destination Management** und **Risikomanagement** vertieft. Die Studierenden lernen die Potenziale von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement aus den Perspektiven von Stadt- und Regionalentwicklung inklusive touristischer Dienstleistungen einzuordnen und zu planen. Sie nutzen die fachwissenschaftliche Fähigkeit des Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagements, um deren Besonderheiten in der jeweiligen Terminologie und Regeln einzusetzen und sie verantwortungsbewusst für synergetische Potenziale einer nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung anzuwenden. Schließlich erwerben die Studierenden Kenntnisse bezüglich der internationalen Zusammenhänge des Sport- und Kulturbetriebs in den Lehrveranstaltungen **International Management in Sports, Culture & Events** und **Area Studies** (nur in Vollzeit). Sie werden damit besonders befähigt, kulturelle Differenzen zu reflektieren, an Beispielen zu veranschaulichen und globale Strukturen in der Projektplanung zu berücksichtigen.

Management

In den Bereichen **Wirtschaftswissenschaften**, wie **Einführung BWL**, **Einführung VWL**, **Einführung Rechnungswesen**, und **Veranstaltungsrecht** lernen die Studierenden die grundlegenden Fragestellungen, Lösungsansätze und Methoden der Wirtschaftswissenschaften bzw. rechtliche Grundlagen kennen und können diesbezügliche Fragestellungen einordnen und erkennen die vielfältigen Beziehungen zwischen den wirtschaftswissenschaftlichen Funktionen. Sie können diese Erkenntnisse auf die berufliche Praxis beziehen und sind in der Lage, mit dem wirtschaftswissenschaftlichen Fachvokabular richtig umzugehen. Sie beherrschen ausgewählte Finanzinstrumente, die im Kontext eines Management Accounting Systems wesentliche Bestandteile, wie Kosten- und Leistungsrechnung sowie Finanzrechnung, beinhalten. In Human Resource Management erfahren die Studierenden die grundlegenden Kompetenzen für Herausforderungen von Personalmanagement und sind in der Lage, passende Maßnahmen zu gestalten, um mit diesen Herausforderungen angemessen umzugehen. In den Lehrveranstaltungen **Marketing** und **Angewandte Marketingplanung** erwerben die Studierenden Kenntnisse und Anwendungskompetenz von professioneller Marketingplanung im Produkt- und Dienstleistungsbereich und können zielgruppenorientierte Kommunikationspläne entwerfen und umsetzen. Sie erkennen den hohen Stellenwert von Public Relations und Pressearbeit für Sport und Kultur, können zwischen Selbst- und Fremddarstellungskanälen unterscheiden und Social Media-Kommunikation professionell einsetzen. Zudem haben sie Kenntnis über die Besonderheiten spezifischer Ausprägungen der Kulturnutzerforschung. Sie erhalten schließlich die Befähigung zur Anwendung von Finanzplanung sowie methodische Kompetenzen der Marktforschung in Planung, Umsetzung und Interpretation. Sie können Ergebnisse für Handlungsmaßnahmen kritisch diskutieren und gezielt einsetzen. Im **Projektmanagement** werden zeitliche Planung, Abwicklung und Dokumentation von Events vermittelt.

Social Skills

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

Internationale Kompetenz

Das curricular verankerte **Auslandssemester** im Vollzeitstudium und die ebenfalls verpflichtende einwöchige **Studienreise/Study Trip** in der berufsbegleitenden Organisationsform befähigen die Studierenden für interkulturellen Austausch. Sie lernen kulturelle Differenzen im zwischenmenschlichen Austausch kennen und einzuschätzen und erwerben Einsichten in die Einflüsse kultureller Muster und Dynamiken auf das Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Interkulturelle Kompetenzen werden auch als Bestandteil anderer Lehrveranstaltungen (u.a. Fachkompetenzen) vermittelt und ermöglichen im Zusammenhang mit den Auslandsaufenthalten Transfer- und Anwendungskompetenzen.

Praxistransfer

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

1.2 Qualifikationsprofil

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

Die Qualifikationsziele liegen in der Vermittlung **wirtschaftlicher, gesellschaftspolitischer sowie der Managementzusammenhänge** der Branchen Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. Weiters werden **quantitative und qualitative Ansätze im Bereich der wissenschaftlichen Methoden vermittelt**. Dabei werden insbesondere Methoden und Konzepte behandelt, die zur Bewältigung von Problemstellungen im Managementbereichen der Branchen und zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen notwendig sind. Dazu gehören Kenntnisse u.a. in den Bereichen **Sportmanagement und -wissenschaften, Kulturmanagement und -wissenschaften** sowie **Veranstaltungsmanagement und -wissenschaften** sowie deren **integrativen Aspekte** (Business Events, Eventinszenierung, Sport, Culture & Business Venues und Business Cases in Sports, Culture and Events Management) mit **internationalem Schwerpunkt** (International Management in Sports, Culture and Events Management, Destination Management und Current Issues in Sports, Culture and Events Management) sowie der Vermittlung von **digitalen Trends** in den Fachbereichen. **Allgemeine Management- und Wirtschaftskompetenzen** werden in Einführungslehrveranstaltungen zu BWL, VWL, Personalmanagement und Marketing vermittelt. Hinzu kommen Komplementärkompetenzen im Bereich **Soziale Kompetenzen** mit Lehrveranstaltungen zu Teamwork & Kommunikation, Medienkommunikation, Creative Lab, Präsentations- & Verhandlungstechnik, Projektmanagement und Fremdsprachen. Die Anwendung des Fachwissens sowie die Rückkopplung aus aktueller **Praxis und Forschung** erfolgt mit Praxisprojekten und dem Berufspraktikum. Der Integration und Transfer aus dem Bereich der Forschung erfolgt im Rahmen Wissenschaftlicher Methoden und qualitativer sowie quantitativer Forschungsmethodik.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenz-beschreibung	Kompetenz-zuordnung	Curriculum/Module
Event-managerIn	Konzepterstellung	Können eigenständig Events planen und entwickeln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Veranstaltungsmanagement / Veranstaltungswissenschaften
	Implementierung	Können eigenständig Events umsetzen und Erlebnisse vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Veranstaltungsmanagement / Veranstaltungswissenschaften
	Projektleitung	Können Projekte im Team und als LeiterIn organisieren und durchführen	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Praxisprojekt / Projektmanagement
	Budgetierung	Können eigenständig Finanzierung von Events planen	Fachlich-wissenschaftlich	Veranstaltungsmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Marketing	Können Instrumente des	Fachlich-wissenschaftlich	Marketing & Kommunikation

		Marketingmix anwenden	Personal und sozial	
Sport- managerIn	Sportentwicklung	Können aktuelle Entwicklungen im Sport konstruktiv gestalten	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Sportwissenschaften
	Sportsponoring	Können die Beziehung zu Geldgebern im Sport gestalten	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Marketing	Können Sport und Produkte des Sports vermarkten als auch Sport als Medium von nicht- sportbezogenen Produkten nutzen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Marketing & Kommunikation
	Markenentwicklung	Können Organisationen und AthletInnen im Sport zu einer Marke aufbauen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Sportmanagement / Marketing & Kommunikation
KulturmanagerI n	Kulturvermittlung	Können Kulturangebote im Hinblick auf Zielgruppen und Erlebnismilieus einordnen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Kulturwissenschaften
	Organisation	Können in unter- schiedlichen kultur- betrieblichen Kontexten Angebote planen und durchführen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Kulturwissenschaften / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Strategieentwicklun g	Können Zusammen-hänge des Kultur- managements und der Kulturpolitik erkennen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement
	Budgetierung	Können Kultur- finanzierung im Spagat zwischen Sponsoring, öffentliche Förderungen und Eigenmittel analysieren und erstellen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
	Marketing	Kennen die Instrumente des Marketingmix und	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Angewandtes Marketing & Management/ Marketing & Kommunikation / Kulturmanagement

können diese anwenden				
Tourismus- managerIn	Marketing	Können marken- strategische Ausrichtungen von Destinationen entwickeln Können Destination Branding entwickeln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Destination Management / Marketing & Kommunikation/ Angewandtes Marketing & Management
	Strategieentwicklun g	Können Kooperationen mit Sport- und Kultur- einrichtungen eingehen	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Kulturmanagement / Sportmanagement / Angewandtes Marketing & Management / Marketing & Kommunikation
	Budgetierung	Können eigenständig Finanzpläne erstellen	Fachlich- wissenschaftlich	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften
PR- und Presse- managerIn	Schnittstellenmana gement	Können proaktives und prozessuales Stakeholder- management in Projekten anwenden	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften / Sozialkompetenz/ Praxisprojekt / Projektmanagement
	Medienarbeit	Kennen die Instrumente der PR; können Presse- und Öffentlichkeitsarbei t planen und Maßnahmen zur Zielerreichung entwickeln	Fachlich- wissenschaftlich Personal und sozial	Medienkommunikation / Praxisprojekt / Sozialkompetenz

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2023/24	2023/24	
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	6	6	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)	74,5	82,5	Im VZ-Studium erfolgt innerhalb der angegebenen SWS ein Auslandssemester mit SWS der jeweiligen Partnerhochschulen.
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15	15	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme allen Sem.)	1117,5	1237,5	Im VZ-Studium erfolgt innerhalb der angegebenen SWS ein Auslandssemester mit LVS der jeweiligen Partnerhochschulen.
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180	180	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40	KW 40	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 7	KW 7	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 10	KW 10	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28	KW 28	
WS Wochen	15	15	
SS Wochen	15	15	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5. Semester		
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch/Englisch	Deutsch/Englisch	Der Anteil der englischsprachigen Lehrveranstaltungen beträgt: VZ: 24,43 % der SWS BB: 39,46 % der SWS
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Semester 12,5 Wochen (20 ECTS)	5. Semester 5 Wochen (8 ECTS)	
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

• Sportwissenschaften I	SPW1	3	4
• Sportwissenschaften II	SPW2	3	4
• Kulturwissenschaften I	KUW1	3	4
• Kulturwissenschaften II	KUW2	3	
• Event Sciences (E)	EVS	3	4
• Sports Management I (E)	SPM1	3	
• Sportmanagement I	SPM1		4
• Sportmanagement II	SPM2	3	4
• Sportmanagement III	SPM3	3	4
• Kulturmanagement I	KUM1	3	
• Kulturmanagement II	KUM2	3	4
• Kulturmanagement III	KUM3	3	4
• Kulturmanagement I und Kulturwissenschaft II	KUMW		
○ Kulturmanagement I			4
○ Kulturwissenschaften II			4
• Veranstaltungsmanagement I	VAM1	3	4
• Event Management II (E)	VAM2	3	5

Sport, Kultur & Veranstaltung integrativ	Modulabkürzung	ECTS VZ	ECTS BB
• Risikomanagement	RIM	3	3,5
• International Management in Sports, Culture & Events (E)	INM	3	4
• Digital Trends in Sports, Culture & Events (E)	DIG	5,5	5
• Eventinszenierung	EVI	1,5	2,5
• Destination Management (E)	DEM	1,5	5
• Area Studies (E)	ARS	2	
• Business Events (E)	BEV		2
• Sports, Culture & Business Venues (E)	VEN		5
• Current Issues in Sports, Culture & Events (E)	CIS		2,5
• Business Cases in SKVM	BCA		5

Management	Modulabkürzung	ECTS VZ	ECTS BB
• Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	WIR		
○ Einführung BWL		3	3
○ Einführung VWL		4	3
○ Einführung Rechnungswesen		3	3
• Human Resource Management (E)	HRM	2	2
• Veranstaltungsrecht	VAR	3	5
• Marketing	MAK	4	4
• Angewandte Marketingplanung	AMP	2	2,5
• Project Management (E)	PRO	3	5

Internationale Kompetenz	Modulabkürzung	ECTS VZ	ECTS BB
• Auslandsemester	AUS		
○ Current Issues in Sports, Culture & Events Management	2		
○ Business Studies		6	
○ Electives: Sports, Culture & Events Management		16	
○ Language & Area Studies		6	

Social Skills	Modulabkürzung	ECTS VZ	ECTS BB
• Fremdsprache	FRS		
○ Fremdsprache I		3	
○ Fremdsprache II		5	
○ Fremdsprache III		4	
○ English I			3

○ English II			5
○ English III			4
• Teamwork & Kommunikation	TOK	1,5	2
• Präsentations- & Verhandlungstechnik	PVT	3	3
• Creative Lab	CLA	2	2
• Medienkommunikation	MED	3	4

Praxistransfer

	Modulabkürzung	ECTS VZ	ECTS BB
• Elective I in SKVM	ELE	1,5	2,5
• Elective II in SKVM	ELE	2	2,5
• Praxisprojekt I	PRA	4	4
• Praxisprojekt II	PRA	4	4
• Study Trip (E)	STR		3
• Wissenschaftliches Arbeiten	WIS	1,5	2
• Bachelorarbeitsseminar	WIS	10	10
• Wissenschaftliche Methoden	MET		
○ Qualitative Forschungsmethodik		3	3
○ Quantitative Forschungsmethodik		3	3
• Berufspraktikum	BER	20	8

2.2 Curriculumsmatrix

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Bachelorarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,2 SWS eingeplant, d.h., bei 75 Studierenden (50 vz / 25 bb) ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 15 ASWS, die im 6. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 149 ASWS (vz) und 105,5 ASWS (bb) über alle 6 Semester erreicht.

2.2.1 Curriculumsmatrix SKVM Vollzeit

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.KUM1.1	Kulturmanagement I	ILV			25 %	2	3	6	90	KUM1	3
vz.KUW1.1	Kulturwissenschaften I	ILV			0 %	2	1	2	30	KUW1	3
vz.MED.1	Medienkommunikation	ILV			0 %	2	2	4	60	MED	3
vz.SPM1.1	Sports Management I (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	SPM1	3
vz.SPW1.1	Sportwissenschaften I	ILV			0 %	2	1	2	30	SPW1	3
vz.TKO.1	Teamwork & Kommunikation	UE			0 %	1	3	3	45	TKO	1.5
vz.VAM1.1	Veranstaltungsmanagement I	ILV			20 %	2	1	2	30	VAM1	3
vz.VAR.1	Veranstaltungsrecht	ILV			0 %	2	1	2	30	VAR	3
vz.WIR.1	Einführung BWL	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	3
vz.WIR.2	Einführung Rechnungswesen	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	3
vz.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	ILV			50 %	1	2	2	30	WIS	1.5
Summenzeile:						20		29	435		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						300					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.ELE1.1	Elective I in SKVM	UE			0 %	1	3	3	45	ELE1	2
vz.HRM.1	Human Resource Management (E)	ILV		X	0 %	1	1	1	15	HRM	2
vz.KUM2.1	Kulturmanagement II	ILV			0 %	2	1	2	30	KUM2	3
vz.KUW2.1	Kulturwissenschaften II	ILV			0 %	2	1	2	30	KUW2	3
vz.MAK.1	Marketing	ILV			20 %	2	1	2	30	MAK	4
vz.RIM.1	Risikomanagement	SE			0 %	1.5	2	3.0	45.0	RIM	3
vz.SPM2.1	Sportmanagement II	ILV			20 %	2	3	6	90	SPM2	3
vz.SPW2.1	Sportwissenschaften II	ILV			0 %	2	1	2	30	SPW2	3
vz.VAM2.1	Event Management II (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	VAM2	3
vz.WIR.3	Einführung VWL	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	4
Summenzeile:						17.5		25.0	375.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						262.5					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.ARS.1	Area Studies (E)	SE		X	0 %	1	1	1	15	ARS	2
vz.DEM.1	Destination Management (E)	ILV		X	0 %	1	2	2	30	DEM	1.5
vz.ELE2.1	Elective II in SKVM	UE			0 %	1	3	3	45	ELE2	1.5
vz.EVS.1	Event Sciences (E)	ILV		X	20 %	2	3	6	90	EVS	3
vz.FRS.1	Fremdsprache I	ILV			15 %	4.5	3	13.5	202.5	FRS	6
vz.KUM3.1	Kulturmanagement III	ILV			33 %	2	1	2	30	KUM3	3
vz.PRA1.1	Praxisprojekt I	PT			40 %	2	5	10	150	PRA1	4
vz.PRO.1	Project Management (E)	ILV		X	33 %	2	1	2	30	PRO	3
vz.PVT.1	Präsentations- & Verhandlungstechniken	SE			0 %	1.5	3	4.5	67.5	PVT	3
vz.SPM3.1	Sportmanagement III	ILV			33 %	2	1	2	30	SPM3	3
Summenzeile:						19.0		46.0	690.0		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						285.0					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.AMP.1	Angewandte Marketingplanung	UE			0 %	1	2	2	30	AMP	2
vz.CLA.1	Creative Lab	SE			0 %	1	2	2	30	CLA	2
vz.DIG.1	Digital Trends in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	33 %	3	1	3	45	DIG	5.5
vz.EVI.1	Eventinszenierung	ILV			0 %	1	2	2	30	EVI	1.5
vz.INM.1	International Management in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	20 %	2	3	6	90	INM	3
vz.MET.1	Qualitative Forschungsmethodik	ILV			33 %	1.5	3	4.5	67.5	MET	3
vz.MET.2	Quantitative Forschungsmethodik	ILV			33 %	1.5	3	4.5	67.5	MET	3
vz.PRA2.1	Praxisprojekt II	PT			40 %	2	5	10	150	PRA2	4
zv.FRS.2	Fremdsprache II	ILV			15 %	4.5	3	13.5	202.5	FRS	6
Summenzeile:						17.5		47.5	712.5		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						262.5					

5. Semester

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

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
vz.BER.1	Berufspraktikum	PT			0 %	0	1	0	0	BER	20
vz.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar	SE			100 %	0.5	3	1.5	22.5	WIS	10
Summenzeile:						0.5		1.5	22.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						7.5					

Abkürzungen

eLV	elearning Anteil der Lehrveranstaltung in Prozent
E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund

Zusammenfassung der Curriculumsdaten Vollzeit

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	74.5	149	2235	180
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	37.5	54	810	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	36.5	93.5	1402.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr	0.5	1.5	22.5	60
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	16			26
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	24.43 %			15.48 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	16.66 %			16.48 %

2.2.2 Curriculumsmatrix SKVM Berufsbegleitend

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.KUW1.1	Kulturwissenschaften I	ILV			10 %	2	1	2	30	KUW1	4
bb.SPW1.1	Sportwissenschaften I	ILV			0 %	2	1	2	30	SPW1	4
bb.TKO.1	Teamwork & Kommunikation	ILV			0 %	1	2	2	30	TKO	2
bb.VAM1.1	Veranstaltungsmanagement I	ILV			20 %	2	1	2	30	VAM1	4
bb.VAR.1	Veranstaltungsrecht	SE			0 %	2	1	2	30	VAR	5
bb.WIR.1	Einführung BWL	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	3
bb.WIR.2	Einführung VWL	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	3
bb.WIR.3	Einführung Rechnungswesen	ILV			20 %	2	1	2	30	WIR	3
bb.WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten	SE			50 %	1	1	1	15	WIS	2
Summenzeile:						16		17	255		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.HRM.1	Human Resource Management (E)	ILV		X	0 %	1	1	1	15	HRM	2
bb.KUMW.1	Kulturmanagement I	ILV			25 %	2	1	2	30	KUMW	4
bb.KUMW.2	Kulturwissenschaften II	ILV			10 %	2	1	2	30	KUMW	4
bb.MAK.1	Marketing	ILV			0 %	2	1	2	30	MAK	4
bb.MED.1	Medienkommunikation	ILV			0 %	2	1	2	30	MED	3
bb.PRO.1	Project Management (E)	SE		X	33 %	2	1	2	30	PRO	5
bb.SPM1.1	Sportmanagement I	ILV			20 %	2	1	2	30	SPM1	4
bb.SPW2.1	Sportwissenschaften II	ILV			0 %	2	1	2	30	SPW2	4
Summenzeile:						15		15	225		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						225					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.BEV.1	Business Events (E)	SE		X	0 %	1	1	1	15	BEV	3
bb.DIG.1	Digital Trends in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	33 %	3	1	3	45	DIG	5
bb.FRS.1	Business English I (E)	ILV		X	15 %	4.5	2	9.0	135.0	FRS	6
bb.KUM2.1	Kulturmanagement II	ILV			20 %	2	1	2	30	KUM2	4
bb.SPM2.1	Sportmanagement II	ILV			20 %	2	1	2	30	SPM2	4
bb.STR.1	Study Trip (E)	PT		X	15 %	2	2	4	60	STR	3
bb.VAM2.1	Event Management II (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	VAM2	5
Summenzeile:						16.5		23.0	345.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						247.5					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.AMP.1	Angewandte Marketingplanung	UE			0 %	1	1	1	15	AMP	2.5
bb.CIS.1	Current Issues in Sports, Culture & Events (E)	SE		X	20 %	1	1	1	15	CIS	2.5
bb.EVS.1	Event Sciences (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	EVS	4
bb.FRS.2	Business English II (E)	ILV		X	15 %	4.5	2	9.0	135.0	FRS	6
bb.KUM3.1	Kulturmanagement III	ILV			33 %	2	1	2	30	KUM3	4
bb.PRA1.1	Praxisprojekt I	PT			40 %	2	3	6	90	PRA1	4
bb.PVT.1	Präsentations- & Verhandlungstechnik	UE			0 %	1.5	1	1.5	22.5	PVT	3
bb.SPM3.1	Sportmanagement III	ILV			33 %	2	1	2	30	SPM3	4
Summenzeile:						16.0		24.5	367.5		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240.0					

5. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.BER.1	Berufspraktikum	UE			0 %	0	1	0	0	BER	8
bb.CLA.1	Creative Lab	SE			0 %	1	2	2	30	CLA	2
bb.ELE1.1	Elective I in SKVM	UE			0 %	1	2	2	30	ELE1	2.5
bb.EVI.1	Eventinszenierung	SE			0 %	1	1	1	15	EVI	2.5
bb.MET.1	Qualitative Forschungsmethodik	ILV			33 %	1.5	1	1.5	22.5	MET	3
bb.MET.2	Quantitative Forschungsmethodik	ILV			33 %	1.5	1	1.5	22.5	MET	3
bb.PRA2.1	Praxisprojekt II	PT			40 %	2	3	6	90	PRA2	4
bb.VEN.1	Sports, Culture & Business Venues (E)	SE		X	0 %	2	1	2	30	VEN	5
Summenzeile:						10.0		16.0	240.0		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						150.0					

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.BCA.1	Business Cases in SKVM	SE			0 %	2	1	2	30	BCA	5
bb.DEM.1	Destination Management (E)	SE		X	20 %	2	1	2	30	DEM	5
bb.ELE2.1	Elective II in SKVM	UE			0 %	1	2	2	30	ELE2	2.5
bb.INM.1	International Management in Sports, Culture & Events (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	INM	4
bb.RIM.1	Risikomanagement	SE			0 %	1.5	1	1.5	22.5	RIM	3.5
bb.WIS.2	Bachelorarbeitsseminar	SE			100 %	0.5	1	0.5	7.5	WIS	10
Summenzeile:						9.0		10.0	150.0		30.0
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						135.0					

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

Zusammenfassung der Curriculumsdaten Berufsbegleitend

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	82.5	105.5	1582.5	180
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31	32	480	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	32.5	47.5	712.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr	19	26	390	60
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	29			55.5
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	39.46 %			33.04 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	16.62 %			19.59 %

2.2.3 Modulbeschreibungen Vollzeit

Modulnummer:	Kulturmanagement I	Umfang:	
KUM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Heinrichs, W. (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus (dritte, vollständig überarbeitete Auflage) Dätsch, C. (Hg.) (2018): Kulturelle Übersetzer. Kunst und Kulturmanagement in transkulturellem Kontext. transcript Hoppe, B. / Heinze, T. (2015): Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge Zembylas, T. (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. VS Verlag. Heimo, K. (2011): Kulturpolitik: Eine interdisziplinäre Einführung. Facultas		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse zum Kulturbetrieb. Sie können deren Entwicklungsgeschichte, Strukturen, Begrifflichkeiten, Rahmenbedingungen und gesellschaftlichen Bedeutung erläutern und an Beispielen darstellen. Sie sind in der Lage, die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungstendenzen des Kulturbetriebs zu erkennen. Sie verstehen den Einfluss von Kulturarbeit auf Gesellschaften, können sich dazu kritisch äußern und ethische Verpflichtungen erkennen.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> In Kulturmanagement I steht der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Um die Strukturen des Kulturbetriebs zu verstehen, werden die Zusammenhänge im Kunst-, Musik-, Theater-, Literatur-, Film- und Festivalbetrieb exemplarisch dargestellt: Dies umfasst das Zusammenwirken von produzierenden, vermittelnden, verwertenden und bewahrenden Institutionen, die Bedeutung von Trägerschaftsstrukturen (öffentlich-rechtliche, privatrechtlich-gemeinnützige, privatrechtlich-kommerzielle); Aufgabenbereiche im Kulturbetrieb (Intendanz, KuratorInnen, kreative und darstellende KünstlerInnen, etc.) und arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen, die Rolle von Interessensvertretungen, Urheberrechtsregelungen sowie das einflussreiche Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik. Nach einem historischen Abriss der Entstehung von Kulturbetrieben stehen aktuelle Einflussfaktoren und Konzepte wie partizipative Formate, Kulturentwicklungspläne, die verstärkte Berücksichtigung der Menschenrechte, Querschnittsmanagement wie Kulturtourismus und Formen digitaler Kulturproduktion wie Remix im Mittelpunkt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.KUM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Wissenschaftliches Paper		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften I	Umfang:	
KUW1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Apprich, C. / Stalder, F. (2012): Vergessene Zukunft. Radikale Netzkulturen in Europa. Transcript. Assmann, A. (2011): Einführung in die Kulturwissenschaft. ESV Schmidt Assmann, A. (2018): Der europäische Traum. Vier Lehren aus der Geschichte. C.H.Beck Bunz, M. (2012): Die stille Revolution Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen. Suhrkamp Seidler, A. / Böhn, A. (2014): Mediengeschichte. Narr Francke Verlag Stalder, F. (2016): Kultur der Digitalität. Suhrkamp		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden verstehen kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen und erkennen zentrale Paradigmen kultureller, gesellschaftlicher und medialer Entwicklungen. Sie können die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte beschreiben, Einflüsse aus der Medienentwicklung identifizieren und deren Entwicklungsimpulse zeitlich verorten. Sie vermögen umfassende Themen wie „Identität“ und „Gedächtnis“ an Beispielen zu erklären. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, sich kritisch und selbstkritisch zu äußern und ethische Verpflichtungen auszudrücken.		
Lehrinhalte	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Kulturwissenschaft I führt in die Grundlagen kulturwissenschaftlicher Kontexte ein und stellt darin einen Referenzrahmen für Kulturmanagement her. Sprache als ebenso elementares wie komplexes Kommunikationsmedium wird mittels der grundlegenden Modelle der Semiotik und dem Diskursverständnis nach Michel Foucault betrachtet. Eine Einführung in die Medienentwicklung vom Buchdruck bis zu den technologiebasierten und digitalen Medien fokussiert auf den Einfluss von Medien auf gesellschaftliche Ordnungen und Kommunikation, etwa in den folgenreichen Unterschieden zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit, den veränderten Abbildungs- und Realitätsvorstellungen durch das Aufkommen audiovisueller Medien, der Ära der Massenmedien und Kulturindustrie sowie die interaktive, individualisierte Kommunikation seit Web 2.0. Schließlich werden kulturelle Konstrukte, die Gesellschaften zur Orientierungshilfe dienen und zugleich gesellschaftspolitische Implikationen haben, in ihren Veränderungen betrachtet: Dazu gehören die Vorstellungen von „Zeit“ und „Raum“ sowie die Entstehung von und Einflussfaktoren auf individuelle und kollektive Identitäten und die Rolle von „Gedächtnis“ und „Erinnerung“ für Gemeinschaften. Definitionen von Kultur und Kulturbegriffen sowie deren Wandelbarkeit im Soge der Medienentwicklung liefern eine wichtige Matrix für die oben genannten Kontexte. Jüngere Entwicklungen, wie die Read-Write-Kultur (Lawrence Lessig), Remix und Netzkulturen (Felix Stalder) werden berücksichtigt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Medienkommunikation	Umfang:	
MED		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Baecker, D. (2008): Kommunikation. Reclam. Burkart, R. & Hömberg, W. (2015): Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press. Merten, K. (2010): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Lit-Verlag. Schmidt, A. (2018): Medien und Medienkommunikation. Nomos. Sutter, T. (2012): Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien. Campus Verlag. Volodina, M. (2013): Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich: mit einem einleitenden Beitrag von Ludwig M. Eichinger. Institut für Deutsche Sprache.		
Kompetenzerwerb	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich der analogen und digitalen PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten. Die Studierenden können sich kritisch und selbstkritisch ausdrücken.		
Lehrinhalte	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseaussendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet. Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen. Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen. Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: vz.MED.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportmanagement I	Umfang:	
SPM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sports Management I (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Bölz, M. (2015). Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Stuttgart: Schäffer-Pöschel. Byers, T., Slack, T. & Parent, M. (2012). Key concepts in sport management. NY: Sage. Hoyer, R., Smith, A., Nicholson, M., & Stewart, B. (2015). Sport management: principles and applications. London: Routledge. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2018). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Schütte, N. (2016). Grundwissen Sportmanagement. UTB.		
Kompetenzerwerb	<u>Sports Management I (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden wissen um die Spezifika des Sportmarkts sowie seiner AkteurInnen und Güter. Sie können fundamentale Sektoren, Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmanagements verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der verschiedenen Sektoren und Bereiche des Sportmanagements und sind in der Lage, übergreifende Fragestellungen zu bearbeiten. Die Studierenden entwickeln kognitive Fähigkeiten sowie ihre Entscheidungs- und Problemlösungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>Sports Management I (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Grundlegende Konzepte und Theorien des Sportmanagements werden behandelt. Dies umfasst eine Einführung in das Umfeld des Sportmanagements, der Vergleich verschiedener Sportsysteme, Grundlagen der Organisationskultur, des strategischen Managements und Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen. Auch zentrale Aspekte des Sportmarketings, des Sportevent-Managements sowie des Sporttourismus werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports Management I (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports Management I (E) /ILV / LV-Nr: vz.SPM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Sportwissenschaften I	Umfang:	
SPW1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Alfermann, D. & Stoll, O. (2017). Sportpsychologie. Ein Lehrbuch in 12 Lektionen. 5. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer. Behringer, W. (2012). Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert. München: C.H. Beck. Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.). (2013). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UVK Lucius (UTB). Jarvie, G. (2017). Sport, Culture and Society. An Introduction. 3rd edition. Lon-don, New York: Routledge. Thiel, A., Seiberth, K. & Mayer, J. (2013). Sportsoziologie. Ein Handbuch in 13 Lektionen. Aachen: Meyer & Meyer.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden wissen um die historische Entwicklung von Bewegungskultur sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung. Sie kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportgeschichte, Sportsoziologie und Sportpsychologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Soziologie und der Psychologie werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel von Individuum und Gesellschaft im Sport und dessen Bedeutung für sportliches Handeln und sportliche Strukturen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: vz.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Teamwork & Kommunikation	Umfang:	
TKO		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Teamwork & Kommunikation /UE / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Kriz, W. C. & Nöbauer, B. (2008): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Mayer, C.-H. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm		
Kompetenzerwerb	<u>Teamwork & Kommunikation /UE / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden können zwischen verschiedenen Teamphasen unterscheiden. Sie sind in der Lage, vorherrschende Problemstrukturen zu erkennen und können anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen analysieren. Dabei berücksichtigen sie spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab. Sie bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentationen darstellen und gruppenweise umsetzen. Die Studierenden können konstruktiv mit Feedback und Kritik umgehen und sind in der Lage, Stärken und Schwächen zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Teamwork & Kommunikation /UE / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indooranteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgsparementern. Outdooranteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Teamwork & Kommunikation /UE / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Teamwork & Kommunikation /UE / LV-Nr: vz.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Präsentation		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement I	Umfang:	
VAM1		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Bodwin, Glenn e.a. (2011): Events Management. Butterworth-Heinemann Getz, D., & Page. S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Nickel, O. (2007): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele. Vahlen Nufer, G. (2007): Eventmarketing und -Management: Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. Dt. Univ.-Verl. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation einschließlich der juristischen und technischen Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie kennen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markenkonzeppte erstellen. Sie kennen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. Die Studierenden wissen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden. Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen benötigten Fachkräfte auswählen. Die Studierenden reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie in der Lage sind, eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vorzunehmen. Dabei gewinnen sie ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events. Sie kennen die Techniken für eine erfolgreiche Präsentation im Rahmen eines Agenturpitches.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet. Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt. Die Phasen der Eventorganisation und –konzeption werden gezeigt. Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt. Konzepte für Businesssevents werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: vz.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Veranstaltungsrecht	Umfang:	
VAR		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Vögl, Klaus Christian (2012): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht. Lexis Nexis Barta, H.: Zivilrecht. Einführung und Grundriss. (online). Bydlinski, P.(2010): Bürgerliches Recht I Allgemeiner Teil, Wien. Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter die entsprechenden rechtlichen Bestimmungen zu subsumieren. Sie können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. Die Studierenden kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns. Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftsrechtliche Normen zu interpretieren und anhand von juristischen Beispielfällen zu analysieren und juristisch zu interpretieren.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Der Kurs setzt sich mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken auseinander. Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen. Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung. Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutz, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsrecht /ILV / LV-Nr: vz.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften		Umfang:	
WIR			10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit			
Lage im Curriculum	1. Semester			
	2. Semester			
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor			
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 2. Semester: keine Angabe			
Geblockt	nein			
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen			
Literaturempfehlung	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Auer, K. (2018): Buchhaltung + Jahresabschluss: erstellen – verstehen - analysieren, Wien, Verlag Auer & Partner Consulting KG Breidenbach, K., & Währisch, M. (2017): Buchhaltung und Jahresabschluss, 4. Aufl. Buchholz, L./ Gerhards, R. (2016): Internes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Betriebsstatistik und Planungsrechnung Coenenberg, A.G./ Haller, A./ Et. Al. (2018): Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, 7. Aufl. Deimel, K./ Erdmann, G./ Isemann, R./ Müller, S. (2017): Kostenrechnung, Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker Exler, M. (2015): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Geirhofer, S./ Hebrank, C. (2016): Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement, 4. Aufl. Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2016): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 21. Auflage, Band I + Band II, Wien, facultas Verlag Olfert, K. (2017): Finanzierung, 17. Auflage, Herne, NWB Verlag Schauer, R (2019): Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage, Wien, Linde Verlag Schmidt, M., Auer, B., & Schmidt, P. (2012): Buchführung und Bilanzierung: Eine anwendungsorientierte Einführung Wedell, H./ Dilling, A.A. (2018): Grundlagen des Rechnungswesens, 16. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)			
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Blanchard, O. (2017): Makroökonomie. 7. Auflage. Pearson. Mankiw, N.G. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 7. Auflage. Schäffer-Poeschel. Münter, M.T. (2018), Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten. UTB GmbH Natrop, J. (2012). Grundzüge der angewandten Mikroökonomie. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.Deutschland GmbH. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Mikroökonomie. Pearson Deutschland GmbH Varian, H. R. (2014). Grundzüge der Mikroökonomik. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.Deutschland GmbH. Erweiterte Literatur: Kahneman, D. (2012). Schnelles Denken, langsames Denken. Siedler Verlag. Rifkin, J. (2014). Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus. Campus Verlag. Thiel, P., & Masters, B. (2014). Zero to one: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet. Campus Verlag. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)			
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl. Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K./ et. Al. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Aufl. Schauer, R. (2019): Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage. Linde Verlag, Wien. Schweitzer, M./ Baumeister, A. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl. Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl. Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl. Weber, W./ Kabst, R./ Baum, M. (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZBF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)			

	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Externes Rechnungswesen: Die Studierenden: • kennen die Grundlagen einer Abbildung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im System des Rechnungswesens; • kennen und verstehen die Grundbegriffe und Teilgebiete des Rechnungswesens; • verstehen die Technik und den inneren Aufbau der doppelten Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems; • können den Aufbau einer Buchhaltung und die Merkmale unterschiedlicher Kontentypen beurteilen; • können einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen; • erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und GuV. Internes Rechnungswesen: Die Studierenden: • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung); • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand voneinander abgrenzen; • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären; • kennen die Systeme der Kostenrechnung (Teil- und Vollkostenrechnung). Die Studierenden sind außerdem in der Lage: • die Grundlagen der Finanzierung zu kennen; • einfache Finanzplanungen durchzuführen sowie Finanzierungsangebote kritisch zu prüfen; • alternative Formen der Finanzierung zu kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.
Kompetenzerwerb	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden sind in der Lage: • die wesentlichen Komponenten eines Marktmodells zu nennen und das Marktgleichgewicht als Interaktion von Angebot und Nachfrage zu diskutieren. • die Determinanten der Konsumentennachfrage zu benennen und die Reaktion auf externen Faktoren wie z.B. Einkommensänderungen zu erklären. • sowohl Potenziale als auch Beschränkungen von Marktmodellen auf Basis von realen Märkten wie z.B. Wohnungs- oder Arbeitsmarkt zu erklären und abstrakte Modelle mit erhöhtem Realitätsbezug zu erweitern. • Produktionsentscheidungen in Unternehmen zu verstehen und die Einflüsse von Marktformen auf Preissetzung zu interpretieren. • aktuelle Entwicklungen auf Basis von Modellen zu untersuchen und kritisch zu bewerten. • die wesentlichen Komponenten und Institutionen einer Volkswirtschaft zu nennen und ihre Funktionsweise zu erklären. • makroökonomische Kennzahlen wie Bruttoinlandsprodukt oder Konsumentenpreisindex zu benennen und inhaltlich zu erklären. • selbständig Indikatoren für Wirtschaftswachstum und Inflation zu recherchieren und aktuelle Entwicklungen darzustellen.
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden: • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche; • kennen die Grundlagen des Marketings; • kennen die Grundlagen des Personalmanagements; • kennen den Aufbau eines Betriebs und typische betriebliche Prozesse und sind mit den grundsätzlichen konstitutiven Faktoren eines Betriebs vertraut; • erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen; • können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe klar voneinander abgrenzen; • kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen. Die Studierenden sind außerdem in der Lage: • ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden; • Lösungsansätze professionell zu präsentieren; • diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden.
Lehrinhalte	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Externes Rechnungswesen: • Gliederung des Rechnungswesens • Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens: Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe • System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz • System der doppelten Buchführung: Buchung von Geschäftsfällen in Bestands- und Erfolgskonten • Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen, Umsatzsteuer, etc.) • Prinzip der Periodenreinheit und Rechnungsabgrenzungsposten Internes Rechnungswesen: • Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung • Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung: Aufgaben, Komponenten und Teilbereiche • Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger) • Deckungsbeitragsrechnung

Lehrinhalte	Bezug zu Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement: • Grundlagen Finanzwesen (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung) • Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung • Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und Finanzwesens • Fallbeispiele
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Kernthemen: • Ökonomisches Denken und Marginalanalyse • Effiziente Allokation von knappen Ressourcen • Marktmodell und Marktgleichgewicht • Makroökonomische Größen (BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit) und die Zusammenhänge Ausgewählte volkswirtschaftliche Themenstellungen: • Elastizität und Wohlfahrt • Kostenfunktionen und optimale Unternehmensproduktion • Preissetzung und Marktformen • Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen: Konjunktur • Geld, die EZB und Inflation • Langfristiges Wirtschaftswachstum • Internationale Beziehungen und Handel
Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften: • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Betriebliche Funktionsbereiche • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Grundlagen Management und Ethik • Grundlagen Personal und Organisation • Grundlagen Marketing Grundlagen: • der Konstitutiven Unternehmensentscheidungen wie Rechtsformen, Standortentscheidung, Arten von Unternehmenszusammenschlüssen/ Fusionen und Wahl des Geschäftsfeldes. • der Funktionalen Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing. • der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Funktionen (Wertschöpfungsarchitektur und -struktur). • des markt-, prozess-, und strategieorientierten Managements. • Analyse und Auswertung von Fallstudien • Betriebswirtschaftliche Spezifika im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: vz.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.3 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: vz.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur

Modulnummer: WIS	Wissenschaftliches Arbeiten	Umfang:	
		11.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	6. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Brink, A. (2007). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium. 3. Auflage. München, Wien: Oldenbourg. Hug, T. & Poscheschnik, G. (2010). Empirisch Forschen. Konstanz: UVK (UTB). Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB). Samac, K., Prenner, M. & Schwetz, H. (2009). Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule. Wien: facultas wuv (UTB).		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. 5. Auflage. Paderborn: Schöningh (UTB). Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 5. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Fahrner, M. & Burk, V. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten in der Sportwissenschaft. In V. Burk & M. Fahrner (Hrsg.), Einführung in die Sportwissenschaft (S. 211-244). Konstanz: UVK (UTB). Sesnik, W. (2012). Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten inklusive E-Learning, Web-Recherche, digitale Präsentation u.a.. 9. Auflage. München: Oldenbourg. Stickel-Wolf, C. & Wolf, J. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren – gewusst wie! Wiesbaden: Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung. Sie vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. Selbstorganisation, Zeitmanagement, Recherche- und Ausdrucksfähigkeit werden ausgebaut.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für das wissenschaftliche Arbeiten und hermeneutische Vorgehensweisen. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Wissenschaftstheorie, der Wissenserarbeitung und der Verschriftlichung von Wissen verstehen und anwenden sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit reflektieren. Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskörper zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Veranstaltung führt in das wissenschaftliche Arbeiten ein und vermittelt Hintergrund- und Praxiswissen zur Erstellung von Seminararbeiten. Die Studierenden erwerben ein Verständnis und praktische Kompetenzen für die Recherche, Beschaffung und Beurteilung wissenschaftlicher Literatur sowie die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte. Darüber hinaus entwickeln Sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: vz.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u>
	Bachelorarbeit
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /ILV / LV-Nr: vz.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 1.5</u>
	Portfolioprüfung

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

Modulnummer:	Human Resource Management	Umfang:	
HRM		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Armstrong, M. (2017). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. UK: Kogan Page. Torrington, D., Hall, L., Atkinson, Taylor, S. (2017). Human Resource Management. 10th ed. Harlow: Pearson. Smith, K., Lockstone-Binney, L.: Holmes, K. und Baum, T. (2017). Event Volunteering.: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Bedeutung von Personalmanagement für den betrieblichen Erfolg und sind mit Personalprozessen als Teil des betrieblichen Personalwesens vertraut. Sie entwickeln Verständnis für Herausforderungen von Personalmanagement und sind in der Lage, passende Maßnahmen zu gestalten, um mit diesen Herausforderungen angemessen umzugehen. Die Studierenden vertiefen die Fähigkeit Ideen zu verstehen, zu bearbeiten und auf den Bereich Veranstaltungsmanagement anzuwenden. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten, wird das Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis erweitert und die verbale und schriftliche Kommunikation in der englischen Sprache geschult.		
Lehrinhalte	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit folgenden Themenbereichen: historische Entwicklung des Personalwesens, Aufgaben des Personalmanagements, Personalplanung, -beschaffung, -freisetzung, -auswahl, -beurteilung, -entwicklung, Anreiz- und Vergütungssysteme, Personalorganisation und -controlling. Neue Entwicklungen im Personalmanagement. Außerdem setzt sich die Lehrveranstaltung mit der Rolle und Umgang mit ehrenamtlichen Helfern und daraus resultierenden Herausforderungen an Personalmanagement auseinander.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement II	Umfang:	
KUM2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Haltern, N. J. (2014): Jenseits des konventionellen Kultursponsorings. Chancen alternativer Kooperationen zwischen Unternehmen und Kulturorganisationen Buysere, K. et al (2012): A Framework for European Crowdfunding. http://evpa.eu.com/wp-content/uploads/2010/11/European_Crowdfunding_Framework_Oct_2012.pdf Föhl, P.S. (2011): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik: ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven, VS Verlag. Gerlach-March, R. (2010): Kulturfinanzierung, VS Verlag. Heinze, T. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager, Westdeutscher Verlag Zelizer, V. (1995): The social meaning of money. Basic Books.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden kennen die Zusammenhänge von Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung und Sponsoring, können diese in ihren Grundsätzen unterscheiden und in ihrem jeweiligen Grundzusammenhang darstellen. Sie können die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen erläutern und an Beispielen veranschaulichen. Sie kennen Funktionsweisen von jüngeren Formaten wie Crowdfunding und intensivierten Kooperationen in ihren Grundzügen und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen zu diskutieren und argumentieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Kulturfinanzierung ist ein zentrales Aufgabenfeld, da sie kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts der Stagnation öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit und Angebotsdichte zählt Kulturfinanzierung zu den Kernkompetenzen von Kulturmanagement. Dazu zählen auch jüngere Formen wie Crowdfunding oder intensivierte nationale und internationale Kooperationen. Finanzierungsinstitutionen und Kooperationspartner werden als Stakeholder verstanden, die auch für die Vernetzung und Vermittlung von Kulturmanagement relevant sind. Grundsätzlich lässt sich Kulturfinanzierung auf zwei Ebenen betrachten: Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und Know-how von Finanzierungsakquise und Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen und Verfahrensstandards der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring in Form einer Partnerschaftsgestaltung als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Die besondere Herausforderung von Sponsoren-Finanzierung liegt in der reflektierten Auswahl möglicher Sponsoren, in der Schaffung adäquater Gegenleistungen und der darin begründeten nachhaltigen Partnerschaftsgestaltung auf Augenhöhe. Auf der ideellen und ideologischen Ebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft erfordert a) eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme und die Rückkoppelungen auf den Kulturbetrieb und b) das Verstehen der Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb. Schließlich sind Finanzierungsmodelle wie Crowdfunding und Kooperationen Gegenstand von Kulturmanagement II.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.KUM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Kulturwissenschaften II	Umfang:	
KUW2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bourdieu, P. (1987): Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp Breidenbach, J. / Zukriegel, I. (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB Schneider, I. / Thomsen, C. (Hg.) (1997): Hybridkulturen. Medien, Netze, Künste, Wienand Verlag & Medien GmbH Yousefi, Hamid Reza (2014): Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation. UTB		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden können die Begrifflichkeiten und Ansätzen der Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu erklären und anwenden. Sie sind zum zweiten mit Hybridisierungsformen in der Kultur vertraut – etwa „Inter“- , „Multi“- und „Trans“kultur, können diese mit Ansätzen der Cultural Studies verknüpfen und Perspektiven der Gender Studies und des Postkolonialismus einnehmen. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, sich kritisch und selbstkritisch zu äußern und ethische Verpflichtungen gegenüber Gleichbehandlung und kultureller Wertschätzung auszudrücken.		
Lehrinhalte	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Kulturwissenschaften II hat zwei Schwerpunktthemen: Zum einen die Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu, zum anderen Formen von Hybridkulturen. Somit fokussiert Kulturwissenschaft II auf soziale, inter- und transkulturelle Fragestellung. Letzteres wird verknüpft mit den zentralen Ansätzen der Culture Studies. Dies bildet eine Basis für die Herausforderungen von Kulturbetrieben als demokratische und demokratisierende Bildungseinrichtungen. Für die sozialen Zusammenhänge werden die zentrale Ansätze der Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu vorgestellt. Mit seinen theoretischen Ansätzen lässt sich die Verschränkung von kulturellen Symboliken und sozialem Handeln als Regelwerk von habitualisierten Werten und Normen beschreiben. Anhand des Kunstfelds beschrieb Bourdieu wie sich der Geschmack des Bürgertums im 19. Jahrhundert durchgesetzt hat. Soziale und kulturelle Prägungen werden als implizite Voraussetzungen gesellschaftlicher Hierarchien erkennbar. Dies betrifft, anschließend an den Kulturbetrieb, vielfach hochkulturelle Einrichtungen. Mit dem Perspektivenwechsel auf Alltags- und Populärkultur sowie die Hinterfragung hochkultureller Normen, forderten die Cultural Studies mit einem „interventionalistischen Verständnis“ (Oliver Marchart) neue Betrachtungsweisen in der Kulturtheorie ein: Diese betreffen die Einbeziehung massenmedialer und popkultureller Mechanismen sowie die Sichtbarmachung von Minderheiten und marginalisierten Gruppen (Race, Class, Gender). Ein zentraler Begriff ist hier die Repräsentation, welcher ein zentraler Zusammenhang für Inter- und Transkulturalität ist (Hybridkulturen). Der grundlegende Text zur Transkulturalität von Welsch wird verknüpft mit dem „translational turn“ in kulturbetrieblichen Kontexten und anhand von Beispielen erläutert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.KUW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Marketing	Umfang:	
MAK		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2016): Grundlagen des Marketing, 6. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2017): Marketing-Management, 15. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2016): Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2016): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden sind in der Lage: • eine marktorientierte Unternehmensführung zu erkennen. • Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing Managements für Konsumgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes zu identifizieren. • ausgewählte Instrumente des Marketingmix anzuwenden. Die Studierenden sind in der Lage: • das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie (in einer Kleingruppe) anzuwenden und die Ergebnisse professionell zu präsentieren.		
Lehrinhalte	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Marketingstrategien, Marketingmix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Risikomanagement	Umfang:	
RIM		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bardy, M. (2019). Crowd Management. In Veranstaltungssicherheit - Von der Praxis für die Praxis: Band 4: Kommunikation - Rettungstechnik und Sanitätsdienst - Crowdmanagement und Terrorismusvorbeugung (S. 25-61). Wien: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich. Drury, J., & Stott, C. (2013). Crowds in the 21st Century. London: Routledge. Event Safety Alliance. (2014). The Event Safety Guide. New York: Skyhorse Publishing. Festag, S. (2014). Umgang mit Risiken. Qualifizierung und Quantifizierung. Wien: Beuth Verlag. Helbing, D., & Mukerji, P. (25. 06 2012). Crowd disasters as systemic failures: analysis of the Love Parade disaster. Abrufbar von https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds7 Still, K. G. (2013). Introduction to Crowd Science. Boca Raton: CRC Press.		
Kompetenzerwerb	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden kennen: • die methodischen Grundlagen für die Erstellung eines Sicherheitskonzeptes, • die maßgeblichen Gefahrenquellen, die Einfluss auf die BesucherInnensicherheit bei Veranstaltungen nehmen, • die Möglichkeit der Einflussnahme von Risikomanagement auf die BesucherInnensicherheit und • das Verhalten von Menschen in Notfällen. Die Studierenden können: • Veranstaltungsbezogene Gefahrenquellen analysieren, • Risikomanagement für Veranstaltungen anwenden, • Risikobeurteilungen durchführen und • präventive und reaktive Sicherheitsmaßnahmen entwickeln.		
Lehrinhalte	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> • Risikomanagement-System • Risikomanagement-Prozess: Schutzzieldefinition, Risikoidentifikation, Risikoanalyse, Risikobewertung, Möglichkeiten der Risikobewältigung • Risikokommunikation • Das menschliche Verhalten im Notfall (Herdenverhalten, Bewegungsmuster, Paniksituationen) • Methodische Grundlagen und Inhalte Sicherheitskonzeptes • Szenariobasierte und szenariounabhängige eines Maßnahmenplanung (Notfallplanung) inkl. zugehörigem Kommunikationskonzept • Fassungsvermögen von Veranstaltungsflächen: Berechnung von Flächenkapazitäten, Berechnung der benötigten Fluchtwegsbreiten, Einlassmanagement, Zirkulations- und Abstromplanung, Barrieren- und Barrikadenplanung • Informationsaufbereitung und -darstellung für BesucherInnen Eventspezifische Problematiken, einschließlich maßgeblicher Einflussfaktoren, werden mittels zahlreichen Fallbeispielen und Videos identifiziert, analysiert und Lösungsvorschläge zur zukünftigen Prävention erarbeitet. Den Abschluss der Lehrveranstaltung bildet ein Planspiel, in dem Situationen mit Notfall- und Krisenpotenzial simuliert werden. Durch das Erleben und Abarbeiten dieser Szenarien entwickeln Studierende die notwendigen Handlungs- und Lösungskompetenzen, um Notfälle während Veranstaltungen zu managen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: vz.RIM.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Sportmanagement II	Umfang:	
SPM2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Desbordes, M. & Richelieu, A. (2014). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice. London: New York: Routledge. Grimmer, C. G. (Ed.). (2016). Der Einsatz Sozialer Medien im Sport: Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung. Springer-Verlag. Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2018). Strategic sport communication. Human Kinetics. Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). Sports marketing: A strategic perspective. London: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika des Marketings unterschiedlicher Typen von Sportanbietern. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmarketings, Sportsponsorings und der Kommunikation im Sport verstehen, erläutern und reflektieren. Sie können fachbezogene Texte verstehen und diese in ihren Wissenskorpus integrieren und entwickeln ein Verständnis für die Verbindung des Marketings im und durch den Sport und anderen (Wirtschafts)Sektoren. Die Studierenden werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen. Die Studierenden vertiefen ihre Fähigkeiten, kritisch zu denken und sich entsprechend auszudrücken. Sie vertiefen außerdem ihre Teamwork-Fähigkeiten durch die Gruppenarbeit.		
Lehrinhalte	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Konzepte, Theorien und Befunde der Vermarktung von und durch Sport werden behandelt und reflektiert. Dies beinhaltet die Vermarktung an den Sportkonsumenten (Zuschauer und Teilnehmer), die Positionierung, Marketingstrategie und den Marketingmix im/durch Sport sowie das Thema Sport und Marke. Auch die Möglichkeiten, Grenzen, Aktivierung im Sportsponsoring, soziales Marketing, und Kommunikation sowie die neuen Medien werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: vz.SPM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Wissenschaftliches Paper		

Modulnummer:	Sportwissenschaften II	Umfang:	
SPW2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Gollhofer, A. & Müller, E. (Hrsg.) (2009). Handbuch Sportbiomechanik. Schorndorf: Hofmann. Hottenrott, K. & Seidel, I. (Hrsg.). (2017). Handbuch Trainingswissenschaft – Trainingslehre. Schorndorf: Hofmann. Plesch, C., Sieven, R. & Trzolek, D. (2015). Handbuch Sportverletzungen. 3. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer. Raschka, C. & Nitsche, L. (2016). Praktische Sportmedizin. Stuttgart: Thieme. Witte, K. (2018). Grundlagen der Sportmotorik im Bachelorstudium. Wiesbaden. Springer Spektrum.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis bewegungswissenschaftlicher, trainingswissenschaftlicher und sportmedizinischer Aspekte des Sports. Sie kennen die anatomischen und physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel anatomischer und physiologischer Strukturen und Prozesse und ihre Bedeutung für sportliche Bewegungen und das sportliche Training.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: vz.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement II	Umfang:	
VAM2		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. (2016). The Business of Events Management. Harlow, UK: Pearson Education Limited. Bowdin, G. A.J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). Events Management . Oxford: Butterworth-Heinemann. Ferdinand, N. & Kitchin, P. (2017). Events Management – An international approach. London: SAGE Publications Limited. Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Reic, I. (2016). Events Marketing Management: A consumer perspective. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden erfahren Kenntnisse über die Nachlaufphase der Eventorganisation sowie die theoretischen Grundlagen von Finanzrechnung und Budgetierung, Vermarktung von Events, Eventevaluierung, sowie Nachhaltigkeit von Events. Sie beherrschen somit das Wissen über die Prozesse und Inhalt aller drei Phasen der Eventorganisation und können umfassende Eventkonzepte erstellen und integrierte Eventmanagementtechniken und –werkzeuge anwenden. Sie werden dazu befähigt, Events, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden entwickeln eine Vertrautheit mit den verschiedenen Wissensbereichen und Werkzeugen in Bezug auf Veranstaltungsmanagement und -marketing. Außerdem sind sie befähigt, Events zu beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anzuwenden. Die Studierenden entwickeln den kritischen Umgang mit relevanten Konzepten und Werkzeugen und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren und anzuwenden. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten, wird das Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis erweitert und die schriftliche Kommunikation in der englischen Sprache geschult.		
Lehrinhalte	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Finanzrechnung und Budgetierung: Erstellung von Budget und Cash-Flow, Break-Even-Analyse Vermarktung von Events: Segmentierung, Zielgruppenansprache, Wettbewerbsanalyse, Positionierung, Marketingmix (9Ps), Integrierte Marketingkommunikationsstrategie Nachlaufphase der Eventorganisation: Entwicklung der Nachlauf/Nachbereitungspläne in der Planungsphase Eventevaluierung: Zwecke, Gegenstand, Methoden und Phasen der Eventevaluierung Nachhaltigkeit: Begriffserklärung, Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung, Auswirkungen von Veranstaltungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt inkl. Auswirkungen auf die Infrastruktur in der Destination, die Einflüsse auf und Auswertungsmethoden der umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit von Veranstaltungen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: vz.VAM2.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Area Studies	Umfang:	
ARS		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Area Studies (E) /SE / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Study Abroad, EducationDynamics, LLC, (online) http://www.studyabroad.com (Accessed: March 12, 2019) Thomas, D., Inkson, K., 2017. Cultural Intelligence. Berrett-Koehler Publishers, Inc.		
Kompetenzerwerb	<u>Area Studies (E) /SE / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, eine informierte Entscheidung über ihr Austauschsemester zu treffen. Die Studierenden erhalten einen allgemeinen Überblick über die Partnereinrichtungen und ihre Kursmöglichkeiten, um je nach Präferenz und Eignung eine Auswahl treffen zu können. Die Teilnehmer erhalten die Möglichkeit, ihre Erwartungen zu berücksichtigen und ihre aktuellen Gedanken über interkulturelles Lernen herauszufordern. Sie werden mit Werkzeugen ausgestattet, die erforderlich sind, um den maximalen Nutzen aus ihrer interkulturellen Begegnung zu ziehen. Die Studierenden lernen die Herausforderungen im Bereich interkultureller Beziehungen und internationaler Geschäftsbeziehungen kennen. Die Studierenden erlernen den inter- und transkulturellen Diskurs. Sie kennen Begriffe aus der Kulturanalyse und Cultural Studies und können diese einordnen.		
Lehrinhalte	<u>Area Studies (E) /SE / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> • Erwartungen und Vorteile eines Austauschsemesters • Intercultural Awareness • Standortanalyse / LESCANT-Model • Reisetipps & Ressourcen, Kulturschocks und Wiedereintrittsschock • Länder, Partneruniversitäten und Auswahlmöglichkeiten für Studiengänge, Gebietsstudien nach Regionen • Cultural Studies • Kulturanalyse • Kulturpolitik		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Area Studies (E) /SE / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Area Studies (E) /SE / LV-Nr: vz.ARS.1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Destination Management	Umfang:	
DEM		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Destination Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.DEM.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Camilleri, M. (2018). Strategic Perspectives in Destination Marketing. USA: Business Science Reference Luck, M., Ritalahti, J. und Scherer, A. (2016). International Perspectives on Destination Management and Tourist Experiences: Insights from the International Competence Network of Tourism Research The International Competence Network of Tourism Research and Education (ICNT). Frankfurt: Peter Lang AG Morrison, M. (2019). Marketing and managing tourist destinations. 2nd ed. Oxon: Routledge Petersen, D. (2016). Tourism Development and Destination Management. New York: Clarye International		
Kompetenzerwerb	<u>Destination Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.DEM.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden erwerben Verständnis über die touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem, die Typologisierung touristische Destinationen und welche Faktoren und Ressourcen für die touristische Destination als Produkt notwendig sind. Die Studierenden erkennen das Zusammenwirken von makro- und mikroökonomischen Faktoren, Ressourcendisposition, Angebot und Nachfrage und ihren Einfluss auf die Wettbewerbssituation der touristischen Destination. Sie wissen, was die Rolle und Aufgaben von Destination Management und der damit verbundenen besonderen Herausforderungen an Städte, Regionen und/oder Länder sind. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Akteure (Stakeholder), die es zu berücksichtigen gilt. Des Weiteren kennen sie verschiedene Planungs- und Koordinations-Ansätze im Bezug auf Destination Management. Die Studierende schulen ihre kognitive Fähigkeit, Ideen zu verstehen und zu bearbeiten, als auch ihre methodologischen Fähigkeiten Problemlösungen zu finden. Die Studierenden können Informationen analysieren und synthetisieren. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten haben die Studierenden ein Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis und beherrschen die schriftliche Kommunikation zu diesem Thema in der englischen Sprache. Die Studierende verstehen den Zusammenhang zwischen innovativem Denken und Veränderungsprozessen.		
Lehrinhalte	<u>Destination Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.DEM.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Lehrveranstaltung umfasst folgende inhaltliche Schwerpunkte: • Touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem • Abgrenzungsansätze von touristischer Destinationen • Nachfrage- und Angebotsstruktur, Faktor- und Ressourcendisposition in touristischen Destinationen • Wettbewerbsfähigkeit von touristischen Destinationen • Organisation von touristischen Destinationen • Interne und externe Einflussfaktoren der Entwicklung von touristischen Destinationen und Rolle der verschiedenen Stakeholder • Funktion und Aufgaben von Destination Management • Planungs- und Governance-Ansätze in Destination Management		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Destination Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.DEM.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Destination Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.DEM.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Elective II in SKVM	Umfang:	
ELE2		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page, S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. Sie können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. Sie kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen.		
Lehrinhalte	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Nutzung der Entwicklungen • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen, User Tests		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: vz.ELE2.1 / 3.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung		

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

Modulnummer:	Kulturmanagement III	Umfang:	
KUM3		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Glogner-Pilz, P. & Föhl, P. S. (Hrsg.). (2016). Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde. Wiesbaden: Springer VS. Jenkins, H., et al. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. Cambridge/London: The MIT Press. Hausmann, A. & Frenzel, L. (Hrsg.). (2014). Kulturvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS. Mandel, B. (2016). Teilhabeorientierte Kulturvermittlung, Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Bielefeld: transcript. Packer, J. & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the Visitor Experience, A Review of Literature and Development of a Multifaceted Model. Visitor Studies, 19(2), 128-143. Renz, T. (2016). Nicht-Besucherforschung: Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript. Roppola, T. (2012). Designing for the Museum Visitor Experience. New York/Oxon: Routledge. Wünsch, C. et al. (Hrsg.) (2014). Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden: Nomos.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung können Studierende • Kulturerlebnisse als Wechselwirkung von individuellem Erleben und sozialer Normierung beschreiben; • Kulturangebote im Hinblick auf Zielgruppen und Erlebnismilieus einordnen; • ästhetische Normen wie die Unterscheidung von Hoch- und Populärkultur kritisch bewerten; • Best Practice Beispiele der Kulturvermittlung in verschiedenen Kultursparten darstellen; • zentrale Positionen des Audience Development beschreiben; • Kriterien für die Vermittlung und Vermarktung von Kulturangeboten an verschiedene Zielgruppen formulieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Digitale Angebote der Medienindustrie stellen eine zentrale Konkurrenz zu Kulturangeboten vor Ort dar und werfen die Frage auf, welche Rolle hochkulturelle Sparten wie öffentlich finanzierte Theater und Museen in der Erlebnisgesellschaft spielen. Die Digitalisierung erweitert den Rezeptionsraum von Kulturangeboten und verändert Nutzerverhalten und Kulturerleben. Wer auf welche Weise an Kultur teilhat und welche Kulturbegriffe empirisch relevant sind, werden damit zur entscheidenden Forschungsfrage für ein zeitgemäßes Kulturmanagement. Der Kurs gibt einen Überblick über zentrale Erkenntnisse der empirischen Publikums- und Rezeptionsforschung und stellt Erlebnismilieus, Medienkontexte und Besuchertypen im Kulturbereich vor. Er führt in die Grundlagen der Kulturvermittlung ein und illustriert diese an Beispielen aus verschiedenen Sparten des Kulturbetriebs (Musik, Theater, Ausstellungen, Gärten, Film/TV). Verschiedene Zugänge zum Kulturpublikum, wie kulturelle Bildung, interkulturelle Kulturarbeit und Audience Development werden diskutiert und das Potenzial von Partizipation und Co-Creation für die Produktion von Kulturerlebnissen aufgezeigt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.KUM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur		

Modulnummer:	Praxisprojekt I	Umfang:	
PRA1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Event-Checklisten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Hrsg: Europäische Sponsoring-Börse, 2009 Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Hladky, A.; Vögl K. (2012): Grundlagen Professionelles Eventmarketing. Hrsg: WKO Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe Smith, A. (2016): Events in the City. Using public spaces as event venues. Hrsg: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden: • sind in der Lage, ein Projekt gemäß den Standards des Projektmanagements durchzuführen; • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung; • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts; • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten; • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme; • sind in der Lage, selbstverantwortliche innerhalb eines Teams zu agieren; • beherrschen problemorientiertes Projektmanagement; • haben die Fähigkeit, Projekte sozial und ethisch verantwortlich umzusetzen.		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf reale Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: vz.PRA1.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Projektdokumentation		

Modulnummer:	Project Management	Umfang:	
PRO		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Project Management Institute, 2017. PMBOK Guide, 6th Edition, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K., 2015. An Introduction to Project Management, 5th Edition, Schwalbe Publishing. Harvard Business Review, 2015. HBR Guide to Project Management, Harvard Business Schools Press		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden kennen die Grundlagen der Projektplanung und -entwicklung und können diese in ihren praktischen Projekten anwenden. Die Studierenden können den gesamten Planungs-, Ausführungs- und Stilllegungsprozess in einem Projekt anwenden. Die Studierenden kennen: • Projektorganisation und Planung (organisatorische Projektstruktur, operative Projektstruktur) • Projektzuordnung, Situationsanalyse, Aufbau von Projektteams • Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines Projektmanagers • Methoden des Projektmanagements • Kostenplanung • Projektdurchführung und -controlling • Projektabschlussprozesse Die Studierenden können standardisierte Projektmanagement-Software für die Planung von Projekten anwenden.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Lehrveranstaltung folgt der Logik des Projektmanagementprozesses, beginnend mit den Grundlagen des Projektmanagements, der Definition von Projekten und den in der Realität auftretenden Unterschieden. Eine allgemeine Projektmanagementmethodik wird eingeführt und spezifische Methodiken werden untersucht. Die Studierenden werden in Gruppen Musterprojekte auf der Grundlage von Standard-Projektmanagementpraktiken aufstellen und Fallstudien ausarbeiten, Die Studierenden lernen, Planungstechniken für allgemeine Projekte und spezielle Techniken anzuwenden, die für die Planung von Veranstaltungsprojekten anwendbar sind.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (E) /ILV / LV-Nr: vz.PRO.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Präsentations- & Verhandlungstechniken	Umfang:	
PVT		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /SE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Brandl, Peter (2015): Kommunikation. ... und was Sie darüber wissen sollten, um sich das Leben leichter zu machen. 2., Aufl. Offenbach: Gabal. Dall, Martin (2014): Sicher präsentieren - wirksam vortragen. 3., überarb. Neuaufl. München: Redline. Fritzsche, Thomas (2016): Souverän verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden. 2., erg. Aufl. Bern: Hogrefe. Pöhm, Matthias (2017): Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon? Abschied vom "Betreuten Lesen". Emotionale Rhetorik statt PowerPoint! 4., Aufl. o.A.: Pöhm Seminarfactory. Portner, Jutta (2015): Besser verhandeln. Das Trainingsbuch. 4., Aufl. Offenbach: GABAL Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /SE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. Sie beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.		
Lehrinhalte	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /SE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet. Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt. Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache, etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt. Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt. Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /SE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Präsentations- & Verhandlungstechniken /SE / LV-Nr: vz.PVT.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation		

Modulnummer:	Sportmanagement III		Umfang:
SPM3			3 ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Henry, I. & Ko, L. (2015). Routledge Handbook of Sport Policy. London, New York: Routledge. Houlihan, B. (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge. Nowak, G. (2018). (Regional)Entwicklung des Sports. Schorndorf: Hofmann. Robson, S. (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge. Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.). (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung, Schorndorf: Hofmann.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, der Steuerung und Governance im Sport sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Die Studierenden sind fähig, fachliche Texte aus den Bereichen Sportentwicklung und Governance des Sports zu verstehen und zu bewerten, um im Rahmen ihrer späteren Berufstätigkeit kompetent den Herausforderungen der verschiedenen Interessengruppen des Sports zu begegnen.		
Lehrinhalte	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Sportentwicklung, Steuerungs- und Governanceforschung sowie der Sportentwicklungsplanung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die zentralen Akteure staatlicher Sportpolitik sowie die grundlegenden Maßnahmen staatlicher Sportförderung werden aufgearbeitet. Mit der Orientierung an Prozessen sozialen Wandels erfahren die Studierenden die komplexe Dynamik moderner Gesellschaften.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: vz.SPM3.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer: FRS	Fremdsprache	Umfang:	
		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: A1-A2, B1-B2, B2-C1, C1-C2 (GER) je nach Modul / 4. Semester: A1-A2, B1-B2, B2-C1, C1-C2 (GER) je nach Modul		
Vorkenntnisse	3. Semester: - Module auf Niveaus A1-A2: Keine Vorkenntnisse in der Zielsprache und gesichertes B2 Niveau in Englisch - Module auf Niveaus B1-B2: Gesichertes A2 Niveau in der Zielsprache oder Empfehlung von Förderungsmaßnahmen und gesichertes B2 Niveau in Englisch - Module auf Niveaus B2-C1: Gesichertes B1 Niveau in Englisch oder Empfehlung von Förderungsmaßnahmen - Module auf Niveaus C1-C2: Gesichertes B2 Niveau in Englisch / 4. Semester: - Module auf Niveaus A1-A2: Fremdsprache 1 auf Niveau A1-A2 in der Zielsprache und gesichertes B2 Niveau in Englisch - Module auf Niveaus B1-B2: Fremdsprache 1 auf Niveau B1-B2 in der Zielsprache - Module auf Niveaus B2-C1: Fremdsprache 1 auf Niveau B2-C1 in der Zielsprache - Module auf Niveaus C1-C2: Fremdsprache 1 auf Niveau C1-C2 in der Zielsprache		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; authentische Materialien, z.B. Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien in der Zielsprache		
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; authentische Materialien, z.B. Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien in der Zielsprache		
Kompetenzerwerb	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Die Module sind gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen der Module werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind. Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolvent:innen folgende Tätigkeiten in der Zielsprache beherrschen: A1-A2 Grundlegende Kommunikationsfähigkeiten B1-B2 Fortgeschrittene Sprachverwendung und Kommunikationsfähigkeiten B2-C1 Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige Sprachkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten C1-C2 Fachkundige Sprachkenntnisse bis fließende, kompetente Kommunikationsfähigkeiten		
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Die Module sind gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen der Module werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind. Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolvent:innen folgende Tätigkeiten in der Zielsprache beherrschen: A1-A2 Grundlegende Kommunikationsfähigkeiten B1-B2 Fortgeschrittene Sprachverwendung und Kommunikationsfähigkeiten B2-C1 Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige Sprachkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten C1-C2 Fachkundige Sprachkenntnisse bis fließende, kompetente Kommunikationsfähigkeiten		
Lehrinhalte	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Die angebotenen studienintegrierten Sprachmodule werden nach den methodologischen Prinzipien eines kommunikativen, handlungsorientierten Ansatzes gestaltet. Die Kompetenzniveaus des Modulangebots orientieren sich am Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) und eine zentrale Zielsetzung ist, dass Studierende ihre Kommunikationskompetenz um mindestens eine Niveaustufe erhöhen. Zusätzlich liegt ein klarer Fokus auf dem Erwerb von akademischen und wirtschaftsorientierten Fähigkeiten in der Zielsprache. - A1-A2 Grundlegende Kommunikationsfähigkeiten - B1-B2 Fortgeschrittene Sprachverwendung und Kommunikationsfähigkeiten - B2-C1 Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige Sprachkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten - C1-C2 Fachkundige Sprachkenntnisse bis fließende, kompetente Kommunikationsfähigkeiten		

Lehrinhalte	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Die angebotenen studienintegrierten Sprachmodule werden nach den methodologischen Prinzipien eines kommunikativen, handlungsorientierten Ansatzes gestaltet. Die Kompetenzniveaus des Modulangebots orientieren sich am Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) und eine zentrale Zielsetzung ist, dass Studierende ihre Kommunikationskompetenz um mindestens eine Niveaustufe erhöhen. Zusätzlich liegt ein klarer Fokus auf dem Erwerb von akademischen und wirtschaftsorientierten Fähigkeiten in der Zielsprache. - A1-A2 Grundlegende Kommunikationsfähigkeiten - B1-B2 Fortgeschrittene Sprachverwendung und Kommunikationsfähigkeiten - B2-C1 Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige Sprachkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten - C1-C2 Fachkundige Sprachkenntnisse bis fließende, kompetente Kommunikationsfähigkeiten
Lehr- und Lernmethoden	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Blended Learning
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Blended Learning
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: vz.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Portfolio mit diversen Bestandteilen: - diverse Leistungsüberprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) - diverse Aufgabenstellungen und Leistungsnachweise, inkl. Beiträge zu Gruppenarbeiten, Kurseinheiten, und kritische Reflexion bzgl. der Lernergebnisse
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: zv.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Portfolio mit diversen Bestandteilen: - diverse Leistungsüberprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) - diverse Aufgabenstellungen und Leistungsnachweise, inkl. Beiträge zu Gruppenarbeiten, Kurseinheiten

Modulnummer:	Angewandte Marketingplanung	Umfang:	
AMP		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2016): Grundlagen des Marketing, 6. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2017): Marketing-Management, 15. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2016): Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2016): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente in Realsituationen anwenden. Sie sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen umzusetzen. Sie können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. Sie sind in der Lage, selbständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, im Team Fallstudien kritisch zu analysieren und einen gemeinsamen Lösungsweg zu finden. Des Weiteren sind sie in der Lage, komplexe Sachverhalte klar und verständlich vor Publikum zu präsentieren und das Publikum mit ihren Vorschlägen zu begeistern.		
Lehrinhalte	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Trends im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Produkt- und Dienstleistungsmarketings, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und Marketing- und Projektablaufe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: vz.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Creative Lab	Umfang:	
CLA		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: vz.CLA.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Als Literatur dienen Ausschreibungstexte, Formulare und Förderrichtlinien aktueller Ausschreibungen und Kulturförderungen.		
Kompetenzerwerb	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: vz.CLA.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Nach Absolvierung des Kurses können Studierende • eine eigenständige Projektidee in eine professionelle Antragsform bringen • Kenntnisse aus den Kernfächern für die inhaltliche Überzeugungskraft ihrer Projektdarstellung einsetzen • die Notwendigkeit eines Projekts im Hinblick auf die Förderkriterien einer Ausschreibung oder eines Sponsors argumentieren • eine stimmige Marketing- und Vermittlungsstrategie entwickeln • einen realistischen Budgetplan erstellen • die Rolle und Arbeitsweise einer Jury reflektieren		
Lehrinhalte	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: vz.CLA.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Im Creative Lab werden Kenntnisse aus Kulturmanagement/-wissenschaft sowie Veranstaltungsmanagement/-wissenschaft für die Erstellung einer innovativen Projektidee eingesetzt. Die Studierenden lernen ein überzeugendes Konzept für eine Ausschreibung im Kunst- und Kulturbereich zu entwickeln und vor einer Jury zu präsentieren. Projektideen werden im Horizont ihrer praktischen Realisierung entwickelt und in eine Antragsform gebracht, die sowohl inhaltlich als auch formal die Bewertungskriterien eines Fördergebers oder Sponsors widerspiegelt. Ein Budgetplan mit einfacher Ausgaben-Einnahmen-Struktur bildet die einzelnen Projektaktivitäten nachvollziehbar ab und demonstriert die professionelle Umsetzung der Idee durch ein Projektteam (Programm, Marketing, Infrastruktur usw.). Gezielte Kooperationen illustrieren die Synergieeffekte und die Netzwerkqualität des Projekts. In einem Rollenspiel werden die Projekte auf professioneller Grundlage geprüft und die im Vorfeld erarbeiteten Kriterien wie die Passfähigkeit zur Ausschreibung, gesellschaftliche Relevanz u.ä. werden zur Bewertung herangezogen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: vz.CLA.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: vz.CLA.1 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Hausarbeit		

Modulnummer:	Digital Trends in Sports, Culture & Events	Umfang:	
DIG		5.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 4.Semester / ECTS: 5.5</u> Desbordes, M. (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. New York, NY: Routledge. Hausmann, A. & Frenzel, L. (Hrsg.). (2014). Kulturvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2017). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Ronchi, A. M. (2009). eCulture: Cultural Content in the Digital Age. Berlin/ Heidelberg: Springer. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 4.Semester / ECTS: 5.5</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika der Digitalisierung des Sports und seines Umfelds sowie der Veranstaltungsbranche. Sie verstehen aktuelle Entwicklungen, Zusammenhänge, Konzepte und die korrespondierenden empirischen Befunde und können diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport und Veranstaltungsmanagement reflektieren. Sie erkennen die Chancen digitaler Anwendungen für Audience Development und Kulturvermittlung und hinterfragen Konsequenzen der Digitalisierung für die Rezeption und Verbreitung von Kulturangeboten. Die Studierenden sind damit in der Lage, Entwicklungen in den jeweiligen Praxisfeldern umfassend und kritisch zu beurteilen und entsprechend Veränderungsprozesse einzuleiten. Sie analysieren komplexe Zusammenhänge, kennen zentrale Methoden und entwickeln theoriegestützte Problemlösungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 4.Semester / ECTS: 5.5</u> Die Digitalisierung der Sportindustrie wird behandelt. Insbesondere stehen die digitale Inszenierung des Sports, die digitale Interaktion und somit Pluralisierung von Kommunikationskanälen mit dem Sportkonsumenten und die Produktion neuer digitaler Sportprodukte im Fokus. Darüber hinaus wird thematisiert, wie die digitale Infrastruktur und digitale Plattform das Wettbewerbsumfeld des Sports beeinflusst. Im Kontext des Kulturmanagements werden die Konsequenzen der Digitalisierung für fiktionale Vorstellungswelten in Kunst und Kultur skizziert. Beispiele aus den Bereichen Virtual Reality und Social Media zeigen die Potenziale digitaler Technologien für das Erleben von Kulturangeboten und die Entstehung neuer Publika auf. Diskutiert wird aber auch der Verlust kultureller Diversität durch die Algorithmisierung von Wissen und kulturellem Gedächtnis. Außerdem setzt sich der Kurs mit der Digitalisierung auf den Veranstaltungsbereich auseinander. Besonderer Fokus liegt hierbei auf den Auswirkungen digitaler Technologien auf bestehende und neue Eventformate und auf die Erlebnisswelt der Besucher sowie auf die Eventplanungsbereiche Marketing, Sicherheit, Infrastruktur und Eventevaluierung.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 4.Semester / ECTS: 5.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.DIG.1 / 4.Semester / ECTS: 5.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Eventinszenierung	Umfang:	
EVI		1.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 4.Semester / ECTS: 1.5</u> Graf, M. & Luppold, S. (2018). Event-Regie: Der spannende Weg vom ersten Konzept zur finalen Show – eine 360-Grad-Betrachtung der Live-Inszenierung. Wiesbaden: Springer Gabler. Gundlach, A. (2013). Wirkungsvolle Live-Kommunikation: Liebe Deine Helden: Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events. Wiesbaden: Springer Gabler. Knoll, T. (2015). Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur. Wiesbaden: Springer Gabler. Luppold, S., Merkwitz, R., Rübner, W. & Wintzen, D. (2013). Alles nur Theater!?: Wie Marketing-Profis Events inszenieren (Messe-, Kongress- und Eventmanagement. Sternenfels: Wissenschaft & Praxis. Miller, C. (2014). Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd.		
Kompetenzerwerb	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 4.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden verstehen die Stellung von Events im Marketingmix und das Konzept „Dramaturgie“ und kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie sowie des Storytelling. Sie erwerben außerdem einen Überblick über klassische als auch neue Formen der Eventinszenierung (Events 2.0) und die damit verbundenen Kreativitätstechniken und Inszenierungsmöglichkeiten. Die Studierenden können Ideen verstehen und komplexe Zusammenhänge zwischen Marketing und Inszenierung erkennen.		
Lehrinhalte	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 4.Semester / ECTS: 1.5</u> Die Studierenden lernen: Marketingmix: Rolle von Events im Marketingmix, Kommunikationsziele und Zielgruppe, Checklisten für Marketingevents, Programm-, Zeit- und Kostenplanung Dramaturgie: Der Begriff der Dramaturgie, die innere Bauform (Fokus auf das Storytelling und dessen Erläuterung aus Sicht der Neurowissenschaften) und äußere Bauform (Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) Inszenierung: Transmedia Storytelling, Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung, praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen, Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers, Selbstinszenierung der Eventleitung vor Ort Drehbuch: Neue Formen der Eventinszenierung(z.B. Events 2.0) und deren Entstehung neuer Eventformen, Social Media Marketing als Event-Tool, weitere interaktive Events 2.0 Tools		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 4.Semester / ECTS: 1.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Eventinszenierung /ILV / LV-Nr: vz.EVI.1 / 4.Semester / ECTS: 1.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	International Management in Sports, Culture & Events	Umfang:	
INM		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.INM.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Henze, R. & Wolfram, G. (Hrsg.) (2014). Exporting Culture? Which Role for Europe in a Global World. Wiesbaden: Springer VS. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2018). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Henze R., Höhne S. & Tröndle, M. (Hrsg.). (2016). Journal of Cultural Management: Arts, Economics, Policy 2(1). Special Issue: Management Without Borders. Bielefeld: transcript. Seraphin, H. & Korstanje, M. (2018). International Event Management: Bridging the Gap Between Theory and Practice. New York: Nova Science Pub Inc.		
Kompetenzerwerb	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.INM.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ihre theoriegestützten Problemlösungskompetenzen sowie ihre Analyse- und Synthesekompetenzen. Sie verstehen den Unterschied zwischen nationalen und transnationalen Entscheidungsstrukturen und können Handlungsstrategien von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbetrieben in die internationale Wirtschaft und Politik einordnen. Sie kennen Konsequenzen der Globalisierung für die Programmgestaltung. Die instrumentalen Fähigkeiten der Studierenden werden geschult. Sie verbessern ihre Fähigkeit, sich kritisch auszudrücken und verfügen über Managementstrategien zum Umgang mit komplexen Zusammenhängen, zur Problemlösung sowie über Entscheidungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.INM.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Inhalt der Lehrveranstaltung sind vertiefende Kenntnisse des komplexen globalen Sportmarkts und seiner unterschiedlichen Modelle sowie ihre Auswirkungen, Potenziale sowie Herausforderungen für das Sportmanagement. Das Spannungsfeld von nationalen, europäischen und globalen Identitäten fordert von Kulturbetrieben Diversitätsmanagement in der Programmgestaltung ebenso wie im Personalmanagement. Im Kulturmanagement werden international agierende Kulturorganisationen vorgestellt und die spezifischen Handlungspotenziale kultureller Diversität aufgezeigt. Im Kontext der Theorie der Transkulturalität werden exemplarisch Chancen und Grenzen transnationaler Konzepte wie dem Weltkulturerbe und der Europäischen Kulturhauptstadt beleuchtet und Effekte auf regionale Kulturangebote diskutiert. Die Lehrveranstaltung setzt sich außerdem mit den globalen Einflussfaktoren und Auswirkungen der Internationalisierung auf den Veranstaltungsbereich und den daraus erfolgenden Herausforderungen für Veranstalter auseinander. Themenschwerpunkte liegen u.a. auf Authentizität, Nachhaltigkeit, Event Destination Development.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.INM.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: vz.INM.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Praxisprojekt II		Umfang:	
PRA2			4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit			
Lage im Curriculum	4. Semester			
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor			
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe			
Geblockt	nein			
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen			
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Event-Checklisten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Hrsg: Europäische Sponsoring-Börse, 2009 Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Hladky, A.; Vögl K. (2012): Grundlagen Professionelles Eventmarketing. Hrsg: WKO Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe Smith, A. (2016): Events in the City. Using public spaces as event venues. Hrsg: Routledge			
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden: • sind in der Lage, ein Projekt gemäß den Standards des Projektmanagements durchzuführen; • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung; • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts; • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten; • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme; • sind in der Lage, selbstverantwortliche innerhalb eines Teams zu agieren; • beherrschen problemorientiertes Projektmanagement; • haben die Fähigkeit, Projekte sozial und ethisch verantwortlich umzusetzen.			
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden ihr erworbenes Wissen auf reale Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.			
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen			
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: vz.PRA2.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Projektdokumentation			

Modulnummer:	Wissenschaftliche Methoden	Umfang:	
MET		6	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Gläser, J. & Ladel, G. (2019). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 12. Auflage. Weinheim: Beltz. Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2013). Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 4. Auflage. München: Oldenbourg. Rädiker, S. & Kuckartz, U. (2018). Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Text, Audio und Video. Wiesbaden: Springer VS		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Brosius, F. (2018). SPSS: Umfassendes Handbuch zu Statistik und Datenanalyse. 8. Auflage. Bonn: mitp. Bryman, A. (2015). Social Research Methods. 5th edition. Oxford: Oxford University Press. Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Auflage. München: De Gruyter Oldenbourg.		
Kompetenzerwerb	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Methoden der qualitativen Forschung (insbesondere der Datenerhebung, -analyse und -interpretation). Sie lernen diese Methoden praxisnah anzuwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darzustellen und zu beurteilen. Sie sind fähig, fachliche Texte zu qualitativen Forschungsmethoden zu verstehen, um in ihrer späteren Berufstätigkeit Erkenntnisse aus qualitativen Studien zu berücksichtigen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die grundlegenden Methoden der quantitativen Forschung (insbesondere der Datenerhebung, -analyse und -interpretation). Sie lernen diese Methoden praxisnah anzuwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darzustellen und zu beurteilen. Sie sind fähig, fachliche Texte zu quantitativen Forschungsmethoden zu verstehen um in ihrer späteren Berufstätigkeit Erkenntnisse aus quantitativen Studien zu berücksichtigen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte und Methoden qualitativer Sozialforschung (insbesondere Beobachtungsverfahren, Interviewdurchführung sowie Inhaltsanalyse) werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden können die grundlegenden Methoden der qualitativen Sozialforschung nachvollziehen und anwenden.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte und Methoden (uni- sowie bivariater) quantitativer Sozialforschung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden können die grundlegenden Methoden der uni- und bivariaten quantitativen Sozialforschung nachvollziehen und anwenden.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprfung		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: vz.MET.2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprfung		

Modulnummer:	Auslandssemester	Umfang:	
AUS		30	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine / 5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> k.A.		
	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> k.A.		
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> k.A.		
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> k.A.		
Kompetenzerwerb	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Das Auslandssemester an einer der zahlreichen Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil des Vollzeit-Bachelorstudiums an der FH Kufstein Tirol. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen.		
	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Das Auslandssemester an einer der zahlreichen Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil des Vollzeit-Bachelorstudiums an der FH Kufstein Tirol. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen.		
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Das Auslandssemester an einer der zahlreichen Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil des Vollzeit-Bachelorstudiums an der FH Kufstein Tirol. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen.		
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Das Auslandssemester an einer der zahlreichen Partnerhochschulen ist ein wesentlicher persönlichkeitsbildender Bestandteil des Vollzeit-Bachelorstudiums an der FH Kufstein Tirol. Die Studierenden erwerben an der Partnerhochschule im Ausland sowohl interkulturelle als auch fachliche Kompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>Business Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Business Studies“ absolvieren.		
	<u>Current Issues in Sports, Culture & Event Management /VO / LV-Nr: vz.AUS.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Current Issues in Sports, Culture & Events Management“ absolvieren.		
	<u>Elective: Sports, Culture & Event Management /ILV / LV-Nr: vz.AUS.3 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule mehrere vorab mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltungen aus dem Bereich „Sports, Culture & Events Management“ absolvieren.		
	<u>Language & Area Studies /ILV / LV-Nr: vz.AUS.4 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Auslandsaufenthalts an der Partnerhochschule eine mit der Studiengangsleitung im Wege des Learning Agreements vereinbarte Lehrveranstaltung aus dem Bereich „Area Studies and Languages“ absolvieren.		

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

Modulnummer:	Berufspraktikum	Umfang:	
BER		20	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Vollzeit		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Berufspraktikum /PT / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Stackelberg, B. (2013). Karrierestart für Hochschulabsolventen: Selbstbewusst. Erfolgreich. Authentisch. München: Vahlen Verlag		
Kompetenzerwerb	<u>Berufspraktikum /PT / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Die Studierenden sollen: • ihr bisher erworbenes Erfahrungswissen aus der Praxis auf den Prüfstand stellen und mit dem im Studium erworbenen Wissen das berufliche Umfeld neu verstehen. (Praktische Kompetenz) • veränderte Projektumgebungen durch neues Wissen und veränderte Argumentationen neu bewerten und besser agieren können. (Problemlösungskompetenz) • Wissen und in studentischen Projekten erworbene Teamfähigkeit im praktischen Erfahrungsalltag neu umsetzen. (soziale Kompetenz)		
Lehrinhalte	<u>Berufspraktikum /PT / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und Fragestellungen in der Praxis. Das Berufspraktikum im Rahmen einer 12,5-wöchigen Beschäftigung stellt sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in das evtl. thematisch neue Berufsleben zurechtfinden. Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen im beruflichen Umfeld können so neu durchdacht werden. Vorbereitung und Hilfe durch Career Services und Begleitung der Studierenden bei Berufspraktikum: Reflexion, Besprechung von Problemen und Success Stories, bzw. Hilfe bei Problemen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Berufspraktikum /PT / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Praktikum		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Berufspraktikum /PT / LV-Nr: vz.BER.1 / 6.Semester / ECTS: 20</u> Nachweis des Praktikums durch Stellenbeschreibung und Abschlussbericht		

2.2.4 Modulbeschreibungen SKVM berufsbegleitend

Modulnummer:	Kulturwissenschaften I	Umfang:	
KUW1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Apprich, C. / Stalder, F. (2012): Vergessene Zukunft. Radikale Netzkulturen in Europa. Transcript. Assmann, A. (2011): Einführung in die Kulturwissenschaft. ESV Schmidt Assmann, A. (2018): Der europäische Traum. Vier Lehren aus der Geschichte. C.H.Beck Bunz, M. (2012): Die stille Revolution Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen. Suhrkamp Seidler, A. / Böhn, A. (2014): Mediengeschichte. Narr Francke Verlag Stalder, F. (2016): Kultur der Digitalität. Suhrkamp		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden verstehen kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen und erkennen zentrale Paradigmen kultureller, gesellschaftlicher und medialer Entwicklungen. Sie können die Veränderbarkeit kultureller Konstrukte beschreiben, Einflüsse aus der Medienentwicklung identifizieren und deren Entwicklungsimpulse zeitlich verorten. Sie vermögen umfassende Themen wie „Identität“ und „Gedächtnis“ an Beispielen zu erklären. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, sich kritisch und selbstkritisch zu äußern und ethische Verpflichtungen auszudrücken.		
Lehrinhalte	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Kulturwissenschaft I führt in die Grundlagen kulturwissenschaftlicher Kontexte ein und stellt darin einen Referenzrahmen für Kulturmanagement her. Sprache als ebenso elementares wie komplexes Kommunikationsmedium wird mittels der grundlegenden Modelle der Semiotik und dem Diskursverständnis nach Michel Foucault betrachtet. Eine Einführung in die Medienentwicklung vom Buchdruck bis zu den technologiebasierten und digitalen Medien fokussiert auf den Einfluss von Medien auf gesellschaftliche Ordnungen und Kommunikation, etwa in den folgenreichen Unterschieden zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit, den veränderten Abbildungs- und Realitätsvorstellungen durch das Aufkommen audiovisueller Medien, der Ära der Massenmedien und Kulturindustrie sowie die interaktive, individualisierte Kommunikation seit Web 2.0. Schließlich werden kulturelle Konstrukte, die Gesellschaften zur Orientierungshilfe dienen und zugleich gesellschaftspolitische Implikationen haben, in ihren Veränderungen betrachtet: Dazu gehören die Vorstellungen von „Zeit“ und „Raum“ sowie die Entstehung von und Einflussfaktoren auf individuelle und kollektive Identitäten und die Rolle von „Gedächtnis“ und „Erinnerung“ für Gemeinschaften. Definitionen von Kultur und Kulturbegriffen sowie deren Wandelbarkeit im Sog der Medienentwicklung liefern eine wichtige Matrix für die oben genannten Kontexte. Jüngere Entwicklungen, wie die Read-Write-Kultur (Lawrence Lessig), Remix und Netzkulturen (Felix Stalder) werden berücksichtigt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.KUW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> wissenschaftliches Paper		

Modulnummer:	Sportwissenschaften I	Umfang:	
SPW1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Alfermann, D. & Stoll, O. (2017). Sportpsychologie. Ein Lehrbuch in 12 Lektionen. 5. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer. Behringer, W. (2012). Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert. München: C.H. Beck. Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.). (2013). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UVK Lucius (UTB). Jarvie, G. (2017). Sport, Culture and Society. An Introduction. 3rd edition. London, New York: Routledge. Thiel, A., Seiberth, K. & Mayer, J. (2013). Sportsoziologie. Ein Handbuch in 13 Lektionen. Aachen: Meyer & Meyer.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden wissen um die historische Entwicklung von Bewegungskultur sowie Sport und sie entwickeln ein grundlegendes Verständnis des Phänomens Sport und dessen Ausdifferenzierung. Sie kennen die Strukturen und Prozesse des Sports in der modernen Gesellschaft. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportgeschichte, Sportsoziologie und Sportpsychologie verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Ideen- und Kulturgeschichte, der Soziologie und der Psychologie werden – soweit sie jeweils den Kontext des Sports betreffen – behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel von Individuum und Gesellschaft im Sport und dessen Bedeutung für sportliches Handeln und sportliche Strukturen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportwissenschaften I /ILV / LV-Nr: bb.SPW1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Teamwork & Kommunikation	Umfang:	
TKO		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Kriz, W. C. & Nöbauer, B. (2008): Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Mayer, C.-H. (2006): Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, Münster, Waxmann Stadelmeier, U. (2008): Führung, Emotionen und Persönlichkeit, Saarbrücken, vdm		
Kompetenzerwerb	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden können zwischen verschiedenen Teamphasen unterscheiden. Sie sind in der Lage, vorherrschende Problemstrukturen zu erkennen und können anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen analysieren. Dabei berücksichtigen sie spezifische Managementrollen, ihre Implikationen und Entwicklungen in den verschiedenen Konfliktphasen und leiten im Zeitablauf durch diskursives Vorgehen zwischen Erfahrungslernen und Reflexion Handlungsalternativen ab. Sie bauen dabei Vorgangsweisen auf, die sie in Präsentationen darstellen und gruppenweise umsetzen. Die Studierenden können konstruktiv mit Feedback und Kritik umgehen und sind in der Lage, Stärken und Schwächen zu reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indooranteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Die Studierenden sehen die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen, Zielperspektiven und Risiken von Konflikten und ihre Ausprägungen. Führung im Team, Organisation von Zusammenarbeit und sozialen Kohärenzen, Phasen im Zeitablauf sowie die Zuordnung und Einschätzung von Rollen und ihren Parametern führen zum tieferen Verständnis von Erfolgs- und Misserfolgsparemetern. Outdooranteile werden reflektiert und in ein Gesamtmodell integriert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Teamwork & Kommunikation /ILV / LV-Nr: bb.TKO.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Präsentation		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement I	Umfang:	
VAM1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Bodwin, Glenn e.a. (2011): Events Management. Butterworth-Heinemann Getz, D., & Page. S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Nickel, O. (2007): Eventmarketing, Grundlagen und Erfolgsbeispiele. Vahlen Nufer, G. (2007): Eventmarketing und -Management: Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. Dt. Univ.-Verl. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in der Eventorganisation einschließlich der juristischen und technischen Implikationen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der organisatorischen Anforderungen mit den juristischen und technischen Auflagen. Sie kennen die Phasen der Eventorganisation und können Event- und Markonzepte erstellen. Sie kennen darüber hinaus das integrierte Eventmanagement, Managementtechniken und den Einsatz von Checklisten. Die Studierenden wissen die technischen Belange sowie die Rechtsbereiche und Rechtsbeziehungen, insbesondere haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen. Sie werden dazu befähigt, Events, insbesondere Corporate-/Firmenevents und Incentives, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden können Events beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anwenden. Sie kennen die Berufsbilder und können Fachkräfte beurteilen und die für ihre Tätigkeit als Sport-, Kultur- und VeranstaltungsmanagerInnen benötigten Fachkräfte auswählen. Die Studierenden reflektieren die Entwicklung des Eventbegriffs im Gegensatz zu dem Erlebnisbegriff, wobei sie in der Lage sind, eine kritische Sichtung des inflationären Gebrauchs von Eventisierungstendenzen vorzunehmen. Dabei gewinnen sie ein Bewusstsein für die raschen organisationalen, technischen, räumlichen, rechtlichen und soziologischen Veränderungen innerhalb der Konzeption, Planung und Durchführung von Events. Sie kennen die Techniken für eine erfolgreiche Präsentation im Rahmen eines Agenturpitches.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Als Lehrinhalte dieser einführenden Basis werden grundlegende Begriffe, Definitionen und Eventarten aufgegriffen – aufbauend auf die Entwicklungsgeschichte und der zukünftigen Trends im Veranstaltungswesen wird die Rolle der unterschiedlichen Events innerhalb der internen und externen Unternehmenskommunikation als auch deren soziologische Bedeutung in der Gesellschaft beleuchtet. Events werden in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen untergliedert und deren unterschiedliche Bedeutung im Marketingmix der Unternehmen aufgezeigt. Die Phasen der Eventorganisation und –konzeption werden gezeigt. Eventübergreifendes Management, eventübergreifendes Eventmanagement, Risikomanagement sowie Umweltmanagement und Sicherheitsmanagement werden dargestellt. Konzepte für Businesssevents werden entwickelt, Aufplanungen erklärt sowie die Logistik hinter Veranstaltungen beleuchtet.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.VAM1.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Veranstaltungsrecht	Umfang:	
VAR		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Veranstaltungsrecht /SE / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 5</u> Vögl, Klaus Christian (2012): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht. Lexis Nexis Barta, H.: Zivilrecht. Einführung und Grundriss. (online). Bydlinski, P.(2010): Bürgerliches Recht I Allgemeiner Teil, Wien. Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS)		
Kompetenzerwerb	<u>Veranstaltungsrecht /SE / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden sind in der Lage, Handlungen rechtlich einzuordnen und unter die entsprechenden rechtlichen Bestimmungen zu subsumieren. Sie können Veranstaltungsarten rechtlich einordnen und den entsprechenden Gesetzesbestimmungen unterordnen. Die Studierenden kennen Haftungs- und Schadenersatzthemen und entwickeln eine entsprechende Sensibilität hinsichtlich rechtlicher Auswirkungen ihres Handelns. Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftsrechtliche Normen zu interpretieren und anhand von juristischen Beispielfällen zu analysieren und juristisch zu interpretieren.		
Lehrinhalte	<u>Veranstaltungsrecht /SE / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 5</u> Der Kurs setzt sich mit rechtlichen Grundlagen hinsichtlich zivilrechtlicher und strafrechtlicher Themen mit besonderer Berücksichtigung der veranstaltungsrechtlich relevanten Problematiken auseinander. Die unterschiedlichen Rechtsbereiche und deren Beziehungen zueinander, die Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht sowie die Bestimmung rechtlicher Begriffe stehen als Grundlage für Rechtsbeziehungen. Einführung in allgemeines Vertragsrecht als auch Rechts- und Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen finden ihre Berücksichtigung. Rechtsfragen kommt insbesondere auf Grund der umfassenden Rechtsrelevanz sowie auch Rechtskonsequenzen im Veranstaltungswesen große Bedeutung zu. Allgemeines Vertrags- und Gesellschaftsrecht, die rechtliche Handlungsfähigkeit natürlicher und juristischer Personen sowie Bestimmungen hinsichtlich Naturschutz, Jugendschutz, Arbeitsrecht, Bauordnung und anderer veranstaltungsrelevanter Rechtsbereiche spielen im Eventmanagement eine immer größere Rolle; insbesondere auf Grund der ausgedehnten Regelungen hinsichtlich Haftung und Schadenersatz.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Veranstaltungsrecht /SE / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Veranstaltungsrecht /SE / LV-Nr: bb.VAR.1 / 1.Semester / ECTS: 5</u> Klausur		

Modulnummer:	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	Umfang:	
WIR		9	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl. Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K./ et. Al. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Aufl. Schauer, R. (2019): Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage. Linde Verlag, Wien. Schweitzer, M./ Baumeister, A. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl. Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl. Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl. Weber, W./ Kabst, R./ Baum, M. (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Auer, K. (2018): Buchhaltung + Jahresabschluss: erstellen – verstehen - analysieren, Wien, Verlag Auer & Partner Consulting KG Breidenbach, K., & Währisch, M. (2017): Buchhaltung und Jahresabschluss, 4. Aufl. Buchholz, L./ Gerhards, R. (2016): Internes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Betriebsstatistik und Planungsrechnung Coenenberg, A.G./ Haller, A./ Et. Al. (2018): Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, 7. Aufl. Deimel, K./ Erdmann, G./ Iseman, R./ Müller, S. (2017): Kostenrechnung, Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker Exler, M. (2015): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen - Jahresabschluss & Analyse, Finanzwirtschaft, Wertmanagement, Herne, NWB Verlag Geirhofer, S./ Hebrank, C. (2016): Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement, 4. Aufl. Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Dobrovits, I. (2016): Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, 21. Auflage, Band I + Band II, Wien, facultas Verlag Olfert, K. (2017): Finanzierung, 17. Auflage, Herne, NWB Verlag Schauer, R. (2019): Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage, Wien, Linde Verlag Schmidt, M., Auer, B., & Schmidt, P. (2012): Buchführung und Bilanzierung: Eine anwendungsorientierte Einführung Wedell, H./ Dilling, A.A. (2018): Grundlagen des Rechnungswesens, 16. Aufl. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)		
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u>		

	Blanchard, O. (2017): Makroökonomie. 7. Auflage. Pearson. Mankiw, N.G. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 7. Auflage. Schäffer-Poeschel. Münter, M.T. (2018), Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten. UTB GmbH Natrop, J. (2012). Grundzüge der angewandten Mikroökonomie. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.Deutschland GmbH. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Mikroökonomie. Pearson Deutschland GmbH Varian, H. R. (2014). Grundzüge der Mikroökonomik. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.Deutschland GmbH. Erweiterte Literatur: Kahneman, D. (2012). Schnelles Denken, langsames Denken. Siedler Verlag. Rifkin, J. (2014). Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus. Campus Verlag. Thiel, P., & Masters, B. (2014). Zero to one: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet. Campus Verlag. Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis (BFuP); Zeitschrift für Betriebswirtschaft (zfb); Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Journal of Business and Economics (JBE); Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt); BC-Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling; Die Wirtschaftsprüfung (WpG); Zeitschrift Führung + Organisation (ZFO); Harvard Business Manager; Der Betriebswirt; Der Betrieb, Strategic Management Journal (SMJ)
Kompetenzerwerb	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden: • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche; • kennen die Grundlagen des Marketings; • kennen die Grundlagen des Personalmanagements; • kennen den Aufbau eines Betriebs und typische betriebliche Prozesse und sind mit den grundsätzlichen konstitutiven Faktoren eines Betriebs vertraut; • erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen; • können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe klar voneinander abgrenzen; • kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen. Die Studierenden sind außerdem in der Lage: • ihr Wissen in Fallstudien anzuwenden; • Lösungsansätze professionell zu präsentieren; • diese Kenntnisse auf betriebswirtschaftliche reale Fragestellungen im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement anzuwenden.
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Externes Rechnungswesen: Die Studierenden: • kennen die Grundlagen einer Abbildung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im System des Rechnungswesens; • kennen und verstehen die Grundbegriffe und Teilgebiete des Rechnungswesens; • verstehen die Technik und den inneren Aufbau der doppelten Buchführung und verstehen die Grundlagen des österreichischen Steuersystems; • können den Aufbau einer Buchhaltung und die Merkmale unterschiedlicher Kontentypen beurteilen; • können einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen; • erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und GuV. Internes Rechnungswesen: Die Studierenden: • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung); • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand voneinander abgrenzen; • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären; • kennen die Systeme der Kostenrechnung (Teil- und Vollkostenrechnung). Die Studierenden sind außerdem in der Lage: • die Grundlagen der Finanzierung zu kennen; • einfache Finanzplanungen durchzuführen sowie Finanzierungsangebote kritisch zu prüfen; • alternative Formen der Finanzierung zu kennen und können für einfache Fallbeispiele Finanzierungsmöglichkeiten analysieren.
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u>

	Die Studierenden sind in der Lage: • die wesentlichen Komponenten eines Marktmodells zu nennen und das Marktgleichgewicht als Interaktion von Angebot und Nachfrage zu diskutieren. • die Determinanten der Konsumentennachfrage zu benennen und die Reaktion auf externen Faktoren wie z.B. Einkommensänderungen zu erklären. • sowohl Potenziale als auch Beschränkungen von Marktmodellen auf Basis von realen Märkten wie z.B. Wohnungs- oder Arbeitsmarkt zu erklären und abstrakte Modelle mit erhöhtem Realitätsbezug zu erweitern. • Produktionsentscheidungen in Unternehmen zu verstehen und die Einflüsse von Marktformen auf Preissetzung zu interpretieren. • aktuelle Entwicklungen auf Basis von Modellen zu untersuchen und kritisch zu bewerten. • die wesentlichen Komponenten und Institutionen einer Volkswirtschaft zu nennen und ihre Funktionsweise zu erklären. • makroökonomische Kennzahlen wie Bruttoinlandsprodukt oder Konsumentenpreisindex zu benennen und inhaltlich zu erklären. • selbständig Indikatoren für Wirtschaftswachstum und Inflation zu recherchieren und aktuelle Entwicklungen darzustellen.
Lehrinhalte	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften: • BWL als Wissenschaft und Abgrenzung zur VWL, Managementlehre und Führung • Betriebliche Funktionsbereiche • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Grundlagen Management und Ethik • Grundlagen Personal und Organisation • Grundlagen Marketing Grundlagen: • der Konstitutiven Unternehmensentscheidungen wie Rechtsformen, Standortentscheidung, Arten von Unternehmenszusammenschlüssen/ Fusionen und Wahl des Geschäftsfeldes.
Lehrinhalte	• der Funktionalen Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing. • der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Funktionen (Wertschöpfungsarchitektur und -struktur). • des markt-, prozess-, und strategieorientierten Managements. • Analyse und Auswertung von Fallstudien • Betriebswirtschaftliche Spezifika im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement <u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Externes Rechnungswesen: • Gliederung des Rechnungswesens • Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens: Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe • System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz • System der doppelten Buchführung: Buchung von Geschäftsfällen in Bestands- und Erfolgskonten • Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen, Umsatzsteuer, etc.) • Prinzip der Periodenreinheit und Rechnungsabgrenzungsposten Internes Rechnungswesen: • Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung • Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung: Aufgaben, Komponenten und Teilbereiche • Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger) • Deckungsbeitragsrechnung Bezug zu Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement: • Grundlagen Finanzwesen (Begriffe und Ziele der Finanzierung, Finanz- und Liquiditätsplanung) • Grundlegende Formen der Beteiligungs-, Selbst- und Kreditfinanzierung • Anwendungsbeispiele zu den Konzepten des Rechnungs- und Finanzwesens • Fallbeispiele <u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Kernthemen: • Ökonomisches Denken und Marginalanalyse • Effiziente Allokation von knappen Ressourcen • Marktmodell und Marktgleichgewicht • Makroökonomische Größen (BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit) und die Zusammenhänge Ausgewählte volkswirtschaftliche Themenstellungen: • Elastizität und Wohlfahrt • Kostenfunktionen und optimale Unternehmensproduktion • Preissetzung und Marktformen • Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen: Konjunktur • Geld, die EZB und Inflation • Langfristiges Wirtschaftswachstum • Internationale Beziehungen und Handel

Lehr- und Lernmethoden	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung BWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprfung
	<u>Einführung Rechnungswesen /ILV / LV-Nr: bb.WIR.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprfung
	<u>Einführung VWL /ILV / LV-Nr: bb.WIR.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprfung

Modulnummer: WIS	Wissenschaftliches Arbeiten	Umfang:	
		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	6. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor / 6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Brink, A. (2007). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium. 3. Auflage. München, Wien: Oldenbourg. Hug, T. & Poscheschnik, G. (2010). Empirisch Forschen. Konstanz: UVK (UTB). Ebster, C. & Stalzer, L. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Kruse, O. (2018). Lesen und Schreiben. Konstanz: UVK (UTB). Kruse, O. (2017). Kritisches Denken und Argumentieren. Konstanz: UVK (UTB). Samac, K., Prenner, M. & Schwetz, H. (2009). Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule. Wien: facultas wuv (UTB).		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. 5. Auflage. Paderborn: Schöningh (UTB). Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 5. Auflage. Wien: facultas wuv (UTB). Fahrner, M. & Burk, V. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten in der Sportwissenschaft. In V. Burk & M. Fahrner (Hrsg.), Einführung in die Sportwissenschaft (S. 211-244). Konstanz: UVK (UTB). Sesnik, W. (2012). Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten inklusive E-Learning, Web-Recherche, digitale Präsentation u.a.. 9. Auflage. München: Oldenbourg. Stickel-Wolf, C. & Wolf, J. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren – gewusst wie! Wiesbaden: Springer Gabler.		
Kompetenzerwerb	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit mit dem Ziel der selbständigen Eingrenzung und empirischen Aufarbeitung eines Themas aus dem Bereich des Sport-, Kultur- oder Eventmanagements anhand einer angemessenen Fragestellung. Sie vermögen fundamentale Konzepte, Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) und empirische Methoden aus dem bisherigen Studium im Rahmen ihrer Bachelorarbeit anzuwenden sowie ihr Vorgehen zu reflektieren. Selbstorganisation, Zeitmanagement, Recherche- und Ausdrucksfähigkeit werden ausgebaut.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für das wissenschaftliche Arbeiten und hermeneutische Vorgehensweisen. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Wissenschaftstheorie, der Wissenserarbeitung und der Verschriftlichung von Wissen verstehen und anwenden sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit reflektieren. Sie sind fähig, fachliche Texte zu verstehen und diese in ihren Wissenskorpus zu integrieren, um ihre spätere Berufstätigkeit zielgruppenspezifisch und gesellschaftlich legitimiert zu gestalten. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Im Rahmen des Bachelorarbeitsseminars wird den Studierenden vermittelt, welche Besonderheiten empirische Arbeiten mit sich bringen und wie sie eigene empirische Arbeiten erstellen. Sie haben die Gelegenheit, ihre theoretische Grundlegung, ihr methodisches Vorgehen sowie ihre empirische Umsetzung im Rahmen der Bachelorarbeit im regelmäßigen Austausch mit den anderen Studierenden zu diskutieren und zu optimieren. Die Studierenden erhalten Empfehlungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.		
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Veranstaltung führt in das wissenschaftliche Arbeiten ein und vermittelt Hintergrund- und Praxiswissen zur Erstellung von Seminararbeiten. Die Studierenden erwerben ein Verständnis und praktische Kompetenzen für die Recherche, Beschaffung und Beurteilung wissenschaftlicher Literatur sowie die hermeneutische und rational-rekonstruktive Bearbeitung wissenschaftlicher Texte. Darüber hinaus entwickeln Sie ein Verständnis und praktische Kompetenzen für das Schreiben wissenschaftlicher Texte.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		

	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Bachelorarbeitsseminar /SE / LV-Nr: bb.WIS.2 / 6.Semester / ECTS: 10</u> Bachelorarbeit
	<u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.WIS.1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung

Modulnummer:	Human Resource Management	Umfang:	
HRM		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Armstrong, M. (2017). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. UK: Kogan Page. Torrington, D., Hall, L., Atkinson, Taylor, S. (2017). Human Resource Management. 10th ed. Harlow: Pearson. Smith, K., Lockstone-Binney, L.: Holmes, K. und Baum, T. (2017). Event Volunteering.: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Bedeutung von Personalmanagement für den betrieblichen Erfolg und sind mit Personalprozesse als Teil des betrieblichen Personalwesens vertraut. Sie entwickeln Verständnis für Herausforderungen von Personalmanagement und sind in der Lage, passende Maßnahmen zu gestalten, um mit diesen Herausforderungen angemessen umzugehen. Die Studierenden vertiefen die Fähigkeit Ideen zu verstehen, zu bearbeiten und auf den Bereich Veranstaltungsmanagement anzuwenden. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten, wird das Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis erweitert und die verbale und schriftliche Kommunikation in der englischen Sprache geschult.		
Lehrinhalte	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit folgenden Themenbereichen: historische Entwicklung des Personalwesens, Aufgaben des Personalmanagements, Personalplanung, -beschaffung, -freisetzung, -auswahl, -beurteilung, -entwicklung, Anreiz- und Vergütungssysteme, Personalorganisation und -controlling. Neue Entwicklungen im Personalmanagement. Außerdem setzt sich die Lehrveranstaltung mit der Rolle und Umgang mit ehrenamtlichen Helfern und daraus resultierenden Herausforderungen an Personalmanagement auseinander.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.HRM.1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Marketing	Umfang:	
MAK		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2016): Grundlagen des Marketing, 6. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2017): Marketing-Management, 15. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2016): Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2016): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden sind in der Lage: • eine marktorientierte Unternehmensführung zu erkennen. • Lösungsansätze und Problemstellungen des Marketing Managements für Konsumgüter und Dienstleistungen auch auf internationaler Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes zu identifizieren. • ausgewählte Instrumente des Marketingmix anzuwenden. Die Studierenden sind in der Lage: • das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie (in einer Kleingruppe) anzuwenden und die Ergebnisse professionell zu präsentieren.		
Lehrinhalte	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Vermittlung von Marketinggrundlagen (Definition und Einsatzbereich Marketing, Dynamik des Marketingumfelds, Konsumentenverhalten, Marketingstrategien, Marketingmix, Markt- und Werbepsychologie, Neue Medien) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Besonderheiten des Marketings für Sport- und Kulturbetriebe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Marketing /ILV / LV-Nr: bb.MAK.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Medienkommunikation	Umfang:	
MED		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Baecker, D. (2008): Kommunikation. Reclam. Burkart, R. & Hömberg, W. (2015): Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung. New Academic Press. Merten, K. (2010): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Lit-Verlag. Schmidt, A. (2018): Medien und Medienkommunikation. Nomos. Sutter, T. (2012): Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien. Campus Verlag. Volodina, M. (2013): Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich: mit einem einleitenden Beitrag von Ludwig M. Eichinger. Institut für Deutsche Sprache.		
Kompetenzerwerb	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden sind mit den essenziellen Praktiken und Techniken der integrierten Unternehmenskommunikation vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, Kontrolle und Verbesserung von Maßnahmen im Bereich der analogen und digitalen PR & Unternehmenskommunikation selbständig zu planen und zu gestalten. Die Studierenden können sich kritisch und selbstkritisch ausdrücken.		
Lehrinhalte	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beispielsweise Strukturanalysen verschiedener PR-Abteilungen, werden die Studierenden mit Agenturarbeit, Netzwerkstrukturen und virtuellem Nachrichtenmanagement vertraut gemacht. Hierbei werden die aktive (Presseaussendungen, Konferenzen) und passive (Interviews, Diskussionen) Medienarbeit anhand von praktischen Beispielen thematisiert, geübt und für die reale Umsetzung vorbereitet. Um den Praxisbezug der Lehrveranstaltung zu festigen, wird auch die Öffentlichkeitsarbeit in Krisenfällen (Krisen-PR) als Lehrinhalt aufgenommen. Zudem wird die Kommunikation innerhalb von Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und Vereinen besprochen. Hierbei wird auch der Begriff Corporate Identity aus Sicht der Unternehmenskommunikation aufbereitet sowie die Herausforderung der Einbindung der sozialen Medien diskutiert und reflektiert.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Medienkommunikation /ILV / LV-Nr: bb.MED.1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Project Management	Umfang:	
PRO		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.PRO.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute, 2017. PMBOK Guide, 6th Edition, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K., 2015. An Introduction to Project Management, 5th Edition, Schwalbe Publishing. Harvard Business Review, 2015. HBR Guide to Project Management, Harvard Business Schools Press		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.PRO.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden kennen die Grundlagen der Projektplanung und -entwicklung und können diese in ihren praktischen Projekten anwenden. Die Studierenden können den gesamten Planungs-, Ausführungs- und Stilllegungsprozess in einem Projekt anwenden. Die Studierenden kennen: • Projektorganisation und Planung (organisatorische Projektstruktur, operative Projektstruktur) • Projektzuordnung, Situationsanalyse, Aufbau von Projektteams • Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines Projektmanagers • Methoden des Projektmanagements • Kostenplanung • Projektdurchführung und -controlling • Projektabschlussprozesse Die Studierenden können standardisierte Projektmanagement-Software für die Planung von Projekten anwenden.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.PRO.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Lehrveranstaltung folgt der Logik des Projektmanagementprozesses, beginnend mit den Grundlagen des Projektmanagements, der Definition von Projekten und den in der Realität auftretenden Unterschieden. Eine allgemeine Projektmanagementmethodik wird eingeführt und spezifische Methodiken werden untersucht. Die Studierenden werden in Gruppen Musterprojekte auf der Grundlage von Standard-Projektmanagementpraktiken aufstellen und Fallstudien ausarbeiten, Die Studierenden lernen, Planungstechniken für allgemeine Projekte und spezielle Techniken anzuwenden, die für die Planung von Veranstaltungsprojekten anwendbar sind.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.PRO.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (E) /SE / LV-Nr: bb.PRO.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Sportmanagement I	Umfang:	
SPM1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Bölz, M. (2015). Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Stuttgart: Schäffer-Pöschel. Byers, T., Slack, T. & Parent, M. (2012). Key concepts in sport management. NY: Sage. Hoyer, R., Smith, A., Nicholson, M., & Stewart, B. (2015). Sport management: principles and applications. London: Routledge. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2018). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Schütte, N. (2016). Grundwissen Sportmanagement. UTB.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden wissen um die Spezifika des Sportmarkts sowie seiner AkteurInnen und Güter. Sie können fundamentale Sektoren, Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmanagements verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der verschiedenen Sektoren und Bereiche des Sportmanagements und sind in der Lage, übergreifende Fragestellungen zu erarbeiten. Die Studierenden entwickeln kognitive Fähigkeiten sowie ihre Entscheidungs- und Problemlösungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>Sportmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Grundlegende Konzepte und Theorien des Sportmanagements werden behandelt. Dies umfasst eine Einführung in das Umfeld des Sportmanagements, der Vergleich verschiedener Sportsysteme, Grundlagen der Organisationskultur, des strategischen Managements und Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen. Auch zentrale Aspekte des Sportmarketings, des Sportevent-Managements sowie des Sporttourismus werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.SPM1.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Wissenschaftliches Paper		

Modulnummer:	Sportwissenschaften II	Umfang:	
SPW2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Gollhofer, A. & Müller, E. (Hrsg.) (2009). Handbuch Sportbiomechanik. Schorndorf: Hofmann. Hottenrott, K. & Seidel, I. (Hrsg.). (2017). Handbuch Trainingswissenschaft – Trainingslehre. Schorndorf: Hofmann. Plesch, C., Sieven, R. & Trzolek, D. (2015). Handbuch Sportverletzungen. 3. Auflage. Aachen: Meyer & Meyer. Raschka, C. & Nitsche, L. (2016). Praktische Sportmedizin. Stuttgart: Thieme. Witte, K. (2018). Grundlagen der Sportmotorik im Bachelorstudium. Wiesbaden. Springer Spektrum.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis bewegungswissenschaftlicher, trainingswissenschaftlicher und sportmedizinischer Aspekte des Sports. Sie kennen die anatomischen und physiologischen Strukturen und Prozesse, die für das Verständnis sportlicher Bewegung und sportlichen Trainings grundlegend sind. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Bewegungswissenschaft, Trainingswissenschaft und Sportmedizin verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Sie entwickeln ein Verständnis für die Verbindung der Disziplinen untereinander und zu anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen sowie zu kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Bewegungswissenschaft, Trainings-wissenschaft und Sportmedizin werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden erfahren das komplexe Zusammenspiel anatomischer und physiologischer Strukturen und Prozesse und ihre Bedeutung für sportliche Bewegungen und das sportliche Training.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.SPW2.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Kulturmanagement I und Kulturwissenschaft II	Umfang:	
KUMW		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	2. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Heinrichs, W. (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt, Primus (dritte, vollständig überarbeitete Auflage) Dätsch, C. (Hg.) (2018): Kulturelle Übersetzer. Kunst und Kulturmanagement in transkulturellem Kontext. transcript Hoppe, B. / Heinze, T. (2015): Einführung in das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge Zembylas, T. (2004): Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin. VS Verlag. Heimo, K. (2011): Kulturpolitik: Eine interdisziplinäre Einführung. Facultas.		
	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Bourdieu, P. (1987): Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp Breidenbach, J. / Zukriegel, I. (2000): Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, rororo Marchart, Oliver (2010): Cultural Studies. UTB Schneider, I. / Thomsen, C. (Hg.) (1997): Hybridkulturen. Medien, Netze, Künste, Wienand Verlag & Medien GmbH Yousefi, Hamid Reza (2014): Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation. UTB		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse zum Kulturbetrieb. Sie können deren Entwicklungsgeschichte, Strukturen, Begrifflichkeiten, Rahmenbedingungen und gesellschaftlichen Bedeutung erläutern und an Beispielen darstellen. Sie sind in der Lage, die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungstendenzen des Kulturbetriebs zu erkennen. Sie verstehen den Einfluss von Kulturarbeit auf Gesellschaften, können sich dazu kritisch äußern und ethische Verpflichtungen erkennen.		
	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden können die Begrifflichkeiten und Ansätzen der Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu erklären und anwenden. Sie sind zum zweiten mit Hybridisierungsformen in der Kultur vertraut – etwa „Inter“- „Multi“- und „Trans“kultur, können diese mit Ansätzen der Cultural Studies verknüpfen und Perspektiven der Gender Studies und des Postkolonialismus einnehmen. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, sich kritisch und selbstkritisch zu äußern und ethische Verpflichtungen gegenüber Gleichbehandlung und kultureller Wertschätzung auszudrücken.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> In Kulturmanagement I steht der Kulturbetrieb in seinen Strukturen, Kontexten, Rahmenbedingungen und Funktionsweisen im Mittelpunkt. Um die Strukturen des Kulturbetriebs zu verstehen, werden die Zusammenhänge im Kunst-, Musik-, Theater-, Literatur-, Film- und Festivalbetrieb exemplarisch dargestellt: Dies umfasst das Zusammenwirken von produzierenden, vermittelnden, verwertenden und bewahrenden Institutionen, die Bedeutung von Trägerschaftsstrukturen (öffentlich-rechtliche, privatrechtlich-gemeinnützige, privatrechtlich-kommerzielle); Aufgabenbereiche im Kulturbetrieb (Intendanz, KuratorInnen, kreative und darstellende KünstlerInnen, etc.) und arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen, die Rolle von Interessensvertretungen, Urheberrechtsregelungen sowie das einflussreiche Wechselverhältnis zwischen Kulturmanagement und Kulturpolitik. Nach einem historischen Abriss der Entstehung von Kulturbetrieben stehen aktuelle Einflussfaktoren und Konzepte wie partizipative Formate, Kulturentwicklungspläne, die verstärkte Berücksichtigung der Menschenrechte, Querschnittsmanagement wie Kulturtourismus und Formen digitaler Kulturproduktion wie Remix im Mittelpunkt.		
	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u>		

	Kulturwissenschaften II hat zwei Schwerpunktthemen: Zum einen die Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu, zum anderen Formen von Hybridkulturen. Somit fokussiert Kulturwissenschaft II auf soziale, inter- und transkulturelle Fragestellung. Letzteres wird verknüpft mit den zentralen Ansätzen der Culture Studies. Dies bildet eine Basis für die Herausforderungen von Kulturbetrieben als demokratische und demokratisierende Bildungseinrichtungen. Für die sozialen Zusammenhänge werden die zentrale Ansätze der Kulturosoziologie nach Pierre Bourdieu vorgestellt. Mit seinen theoretischen Ansätzen lässt sich die Verschränkung von kulturellen Symboliken und sozialem Handeln als Regelwerk von habitualisierten Werten und Normen beschreiben. Anhand des Kunstfelds beschrieb Bourdieu wie sich der Geschmack des Bürgertums im 19. Jahrhundert durchgesetzt hat. Soziale und kulturelle Prägungen werden als implizite Voraussetzungen gesellschaftlicher Hierarchien erkennbar. Dies betrifft, anschließend an den Kulturbetrieb, vielfach hochkulturelle Einrichtungen. Mit dem Perspektivenwechsel auf Alltags- und Populärkultur sowie die Hinterfragung hochkultureller Normen, forderten die Cultural Studies mit einem „interventionalistischen Verständnis“ (Oliver Marchart) neue Betrachtungsweisen in der Kulturtheorie ein: Diese betreffen die Einbeziehung massenmedialer und popkultureller Mechanismen sowie die Sichtbarmachung von Minderheiten und marginalisierten Gruppen (Race, Class, Gender). Ein zentraler Begriff ist hier die Repräsentation, welcher ein zentraler Zusammenhang für Inter- und Transkulturalität ist (Hybridkulturen). Der grundlegende Text zur Transkulturalität von Welsch wird verknüpft mit dem „translational turn“ in kulturbetrieblichen Kontexten und anhand von Beispielen erläutert.
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement I /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Modulprüfung: Portfolioprfung
	<u>Kulturwissenschaften II /ILV / LV-Nr: bb.KUMW.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u> Modulprüfung: Portfolioprfung

Modulnummer:	Business Events	Umfang:	
BEV		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Business Events (E) /SE / LV-Nr: bb.BEV.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Davidson, R. (2019). Business Events. 2nd ed. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Business Events (E) /SE / LV-Nr: bb.BEV.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden verstehen die wichtige Rolle von Business Events, wie Kongresse, Konferenzen, Seminare und Messen für die lokale/regionale und nationale Wirtschaft. Sie entwickeln Verständnis für den Einfluss von externen Faktoren und unterschiedlichen Akteure auf die Branche und lernen Business Events von verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Außerdem sind die Studierenden die Bedeutung von Corporate Hospitality und aktuellen Branchentrends vertraut. Die Studierenden entwickeln ihre kognitive Fähigkeiten, Konzepte zu verstehen und diese auf die Praxis zu beziehen wie relevante Informationen zu sammeln, Probleme zu erkennen und passende Lösungen zu finden. Die Fähigkeit, Informationen zu analysieren und synthetisieren, wird ebenfalls ausgebaut.		
Lehrinhalte	<u>Business Events (E) /SE / LV-Nr: bb.BEV.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> • Bedeutung von Meetings, Kongressen, Corporate Events und Incentives • Gestaltung von Corporate Events und Incentives unter Berücksichtigung der Unternehmensvision, -ziele und –strategien • Neue Formate von Business Events • Überblick über die wesentlichen Stakeholder von Business Events • Bedeutung von Corporate Hospitality • Ethische Aspekte von Business Events • Trends inkl. technologische Entwicklungen in der Branche und damit zusammenhängende Möglichkeiten und Herausforderungen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Business Events (E) /SE / LV-Nr: bb.BEV.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Business Events (E) /SE / LV-Nr: bb.BEV.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Digital Trends in Sports, Culture & Events	Umfang:	
DIG		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Desbordes, M. (2019). International Sport Marketing: Issues and Practice. New York, NY: Routledge. Hausmann, A. & Frenzel, L. (Hrsg.). (2014). Kulturvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2017). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Ronchi, A. M. (2009). eCulture: Cultural Content in the Digital Age. Berlin/ Heidelberg: Springer. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika der Digitalisierung des Sports und seines Umfelds sowie der Veranstaltungsbranche. Sie verstehen aktuelle Entwicklungen, Zusammenhänge, Konzepte und die korrespondierenden empirischen Befunde und können diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport und Veranstaltungsmanagement reflektieren. Sie erkennen die Chancen digitaler Anwendungen für Audience Development und Kulturvermittlung und hinterfragen Konsequenzen der Digitalisierung für die Rezeption und Verbreitung von Kulturangeboten. Die Studierenden sind damit in der Lage, Entwicklungen in den jeweiligen Praxisfeldern umfassend und kritisch zu beurteilen und entsprechend Veränderungsprozesse einzuleiten. Sie analysieren komplexe Zusammenhänge, kennen zentrale Methoden und entwickeln theoriegestützte Problemlösungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Digitalisierung der Sportindustrie wird behandelt. Insbesondere stehen die digitale Inszenierung des Sports, die digitale Interaktion und somit Pluralisierung von Kommunikationskanälen mit dem Sportkonsumenten und die Produktion neuer digitaler Sportprodukte im Fokus. Darüber hinaus wird thematisiert, wie die digitale Infrastruktur und digitale Plattform das Wettbewerbsumfeld des Sports beeinflusst. Im Kontext des Kulturmanagements werden die Konsequenzen der Digitalisierung für fiktionale Vorstellungswelten in Kunst und Kultur skizziert. Beispiele aus den Bereichen Virtual Reality und Social Media zeigen die Potenziale digitaler Technologien für das Erleben von Kulturangeboten und die Entstehung neuer Publika auf. Diskutiert wird aber auch der Verlust kultureller Diversität durch die Algorithmisierung von Wissen und kulturellem Gedächtnis. Außerdem setzt sich der Kurs mit der Digitalisierung auf den Veranstaltungsbereich auseinander. Besonderer Fokus liegt hierbei auf den Auswirkungen digitaler Technologien auf bestehende und neue Eventformate und auf die Erlebniswelt der Besucher sowie auf die Eventplanungsbereiche Marketing, Sicherheit, Infrastruktur und Eventevaluierung.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Digital Trends in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.DIG.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Kulturmanagement II	Umfang:	
KUM2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Haltern, N. J. (2014): Jenseits des konventionellen Kultursponsorings. Chancen alternativer Kooperationen zwischen Unternehmen und Kulturorganisationen Buysere, K. et al (2012): A Framework for European Crowdfunding. http://evpa.eu.com/wp-content/uploads/2010/11/European_Crowdfunding_Framework_Oct_2012.pdf Föhl, P.S. (2011): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik: ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven, VS Verlag. Gerlach-March, R. (2010): Kulturfinanzierung, VS Verlag. Heinze, T. (2002): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager, Westdeutscher Verlag Zelizer, V. (1995): The social meaning of money. Basic Books.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden kennen die Zusammenhänge von Kulturfinanzierung besonders in den Bereichen öffentliche Förderung und Sponsoring, können diese in ihren Grundsätzen unterscheiden und in ihrem jeweiligen Grundzusammenhang darstellen. Sie können die operativen Anforderungen für Anträge und Ansuchen erläutern und an Beispielen veranschaulichen. Sie kennen Funktionsweisen von jüngeren Formaten wie Crowdfunding und intensivierten Kooperationen in ihren Grundzügen und vermögen deren Potenziale und Begrenzungen zu diskutieren und argumentieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Kulturfinanzierung ist ein zentrales Aufgabenfeld, da sie kulturelle Angebote und Aktivität überhaupt erst ermöglicht. Angesichts der Stagnation öffentlicher Förderungen, Ressourcenknappheit und Angebotsdichte zählt Kulturfinanzierung zu den Kernkompetenzen von Kulturmanagement. Dazu zählen auch jüngere Formen wie Crowdfunding oder intensivierte nationale und internationale Kooperationen. Finanzierungsinstitutionen und Kooperationspartner werden als Stakeholder verstanden, die auch für die Vernetzung und Vermittlung von Kulturmanagement relevant sind. Grundsätzlich lässt sich Kulturfinanzierung auf zwei Ebenen betrachten: Auf der operativen Ebene stehen Wissenstransfer und Know-how von Finanzierungsakquise und Abwicklung in ihren unterschiedlichen Ausgestaltungen und Regelwerken im Mittelpunkt. Hier werden in besonderem Maße Förderstrukturen und Verfahrensstandards der öffentlichen Hand sowie die Besonderheiten von Kultursponsoring in Form einer Partnerschaftsgestaltung als zentrale Säulen der Kulturfinanzierung berücksichtigt. Die besondere Herausforderung von Sponsoren-Finanzierung liegt in der reflektierten Auswahl möglicher Sponsoren, in der Schaffung adäquater Gegenleistungen und der darin begründeten nachhaltigen Partnerschaftsgestaltung auf Augenhöhe. Auf der ideellen und ideologischen Ebene sind die Erkenntnisse aus größeren Zusammenhängen ausschlaggebend, um kritische Meinungsbildung und souveräne Handlungskompetenzen zu erwerben. Die Verknüpfung öffentlicher Förderung mit dem System Kulturpolitik bzw. Kultursponsoring mit dem System Wirtschaft erfordert a) eine Auseinandersetzung mit den Funktionsweisen und Interessen dieser beiden Systeme und die Rückkoppelungen auf den Kulturbetrieb und b) das Verstehen der Bedeutung dialogischer Strukturen für soziales Handeln im Kulturbetrieb. Schließlich sind Finanzierungsmodelle wie Crowdfunding und Kooperationen Gegenstand von Kulturmanagement II.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.KUM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Sportmanagement II	Umfang:	
SPM2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Desbordes, M. & Richelieu, A. (2014). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice. London: New York: Routledge. Grimmer, C. G. (Ed.). (2016). Der Einsatz Sozialer Medien im Sport: Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung. Springer-Verlag. Nufer, G. & Bühler, A. (Hrsg.). (2013). Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2018). Strategic sport communication. Human Kinetics. Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). Sports marketing: A strategic perspective. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika des Marketings unterschiedlicher Typen von Sportanbietern. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) des Sportmarketings, Sportsponsorings und der Kommunikation im Sport verstehen, erläutern und reflektieren. Sie können fachbezogene Texte verstehen und diese in ihren Wissenskorpus integrieren und entwickeln ein Verständnis für die Verbindung des Marketings im und durch den Sport und anderen (Wirtschafts)Sektoren. Die Studierenden werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen. Die Studierenden vertiefen ihre Fähigkeiten, kritisch zu denken und sich entsprechend auszudrücken. Sie vertiefen außerdem ihre Teamwork-Fähigkeiten durch die Gruppenarbeit.		
Lehrinhalte	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Konzepte, Theorien und Befunde der Vermarktung von und durch Sport werden behandelt und reflektiert. Dies beinhaltet die Vermarktung an den Sportkonsumenten (Zuschauer und Teilnehmer), die Positionierung, Marketingstrategie und den Marketingmix im/durch Sport sowie das Thema Sport und Marke. Auch die Möglichkeiten, Grenzen, Aktivierung im Sportsponsoring, soziales Marketing, und Kommunikation sowie die neuen Medien werden behandelt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement II /ILV / LV-Nr: bb.SPM2.1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Studienordnung Bachelor SKVM bb & vz

Modulnummer:	Study Trip	Umfang:	
STR		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Study Trip (E) /PT / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Thomas, A. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder. Vandenhoeck & Ruprecht, 2003. Thomas, A. (Hrsg.) (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 2: Grundlagen und Praxisfelder. Vandenhoeck & Ruprecht, 2003. Jones, E.: Cultures Merging. Princeton, Princeton University Press, 2006.		
Kompetenzerwerb	<u>Study Trip (E) /PT / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Die berufsbegleitenden Studierenden erwerben im Rahmen einer Studienreise in komprimierter Form interkulturelle Erfahrungen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit sich kritisch auszudrücken. Die Studierenden synthetisieren Fachwissen und theoretisches Wissen aus Projektmanagement und Teambuilding zur Fähigkeit, eigenständig komplexe Projekte aufzusetzen, zu organisieren, umzusetzen und zu evaluieren.		
Lehrinhalte	<u>Study Trip (E) /PT / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Durch die Studienreise wird den berufsbegleitend Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, interkulturelle Kompetenz zu erwerben. Unter Anleitung der Lehrveranstaltungsleitung informieren sich die Studierenden über potenzielle Studienreiseziele, recherchieren relevante Daten und Fakten des Ziellandes und organisieren das Programm: Die Woche in internationalem Umfeld ist geprägt von Unternehmens- und Institutionsbesuchen, Lehrveranstaltungsbesuchen an Partnerhochschulen sowie Vorträgen und Veranstaltungen im Kompetenzbereich Social Skills. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die Studierenden ein Verständnis für die kulturellen und gesellschaftlichen Hauptströmungen des betreffenden Landes erwerben. Diskussionen mit Fach- und Führungskräften, Besuche bei Außenwirtschaftszentren, Wirtschafts- und Sozialverbänden runden die internationalen und persönlichkeitsbildenden Erfahrungen der Studienreise ab.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Study Trip (E) /PT / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Study Trip (E) /PT / LV-Nr: bb.STR.1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Veranstaltungsmanagement II	Umfang:	
VAM2		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. (2016). The Business of Events Management. Harlow, UK: Pearson Education Limited. Bowdin, G. A.J., Allen, J., O' Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). Events Management . Oxford: Butterworth-Heinemann. Ferdinand, N. & Kitchin, P. (2017). Events Management – An international approach. London: SAGE Publications Limited. Getz, D. & Page, J. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd. Reic, I. (2016). Events Marketing Management: A consumer perspective. London: Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden erfahren Kenntnisse über die Nachlaufphase der Eventorganisation sowie die theoretischen Grundlagen von Finanzrechnung und Budgetierung, Vermarktung von Events, Eventevaluierung, sowie Nachhaltigkeit von Events. Sie beherrschen somit das Wissen über die Prozesse und Inhalt aller drei Phasen der Eventorganisation und können umfassende Eventkonzepte erstellen und integrierte Eventmanagementtechniken und –werkzeuge anwenden. Sie werden dazu befähigt, Events, unter Beachtung der Vorgaben, Auflagen und des Budgets zu planen, vorzubereiten, umzusetzen und nachzubereiten. Die Studierenden entwickeln eine Vertrautheit mit den verschiedenen Wissensbereichen und Werkzeugen in Bezug auf Veranstaltungsmanagement und -marketing. Außerdem sind sie befähigt, Events zu beurteilen und die Erkenntnisse in eigenen Projekten anzuwenden. Die Studierenden entwickeln den kritischen Umgang mit relevanten Konzepten und Werkzeugen und die Fähigkeiten, Informationen zu analysieren und synthetisieren und anzuwenden. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten, wird das Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis erweitert und die schriftliche Kommunikation in der englischen Sprache geschult.		
Lehrinhalte	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Finanzrechnung und Budgetierung: Erstellung von Budget und Cash-Flow, Break-Even-Analyse Vermarktung von Events: Segmentierung, Zielgruppenansprache, Wettbewerbsanalyse, Positionierung, Marketingmix (9Ps), Integrierte Marketingkommunikationsstrategie Nachlaufphase der Eventorganisation: Entwicklung der Nachlauf/Nachbereitungspläne in der Planungsphase Eventevaluierung: Zwecke, Gegenstand, Methoden und Phasen der Eventevaluierung Nachhaltigkeit: Begriffserklärung, Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung, Auswirkungen von Veranstaltungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt inkl. Auswirkungen auf die Infrastruktur in der Destination, die Einflüsse auf und Auswertungsmethoden der umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit von Veranstaltungen		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Event Management II (E) /ILV / LV-Nr: bb.VAM2.1 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprfung		

Modulnummer: FRS	Fremdsprache	Umfang:	
		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: B2-C1+ (GER) / 4. Semester: B2-C1+ (GER)		
Vorkenntnisse	3. Semester: Gesichertes B1 Niveau in Englisch oder Empfehlung von Förderungsmaßnahmen / 4. Semester: Wirtschaftsenlgisch I		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Business English I (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; authentische Materialien, z.B. Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien in der Zielsprache		
	<u>Business English II (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Kursbuch – nach Vereinbarung; authentische Materialien, z.B. Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien in der Zielsprache		
Kompetenzerwerb	<u>Business English I (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Das Modul ist gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind. Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolvent:innen folgende Tätigkeiten in der Zielsprache beherrschen: Wirtschaftsenglisch für professionelle und akademische Zwecke (B2-C1+): Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige, fließende Kommunikationsfähigkeiten		
	<u>Business English II (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Das Modul ist gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind. Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolvent:innen folgende Tätigkeiten in der Zielsprache beherrschen: Wirtschaftsenglisch für professionelle und akademische Zwecke (B2-C1+): Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige, fließende Kommunikationsfähigkeiten		
Lehrinhalte	<u>Business English I (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Das angebotene studienintegrierte Sprachmodul wird nach den methodologischen Prinzipien eines kommunikativen, handlungsorientierten Ansatzes gestaltet. Die Kompetenzniveaus des Modulangebots orientieren sich am Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) und eine zentrale Zielsetzung ist, dass Studierende ihre Kommunikationskompetenz um mindestens eine Niveaustufe erhöhen. Zusätzlich liegt ein klarer Fokus auf dem Erwerb von akademischen und wirtschaftsorientierten Fähigkeiten in der Zielsprache. B2-C1+ Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige, fließende Kommunikationsfähigkeiten		
	<u>Business English II (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Das angebotene studienintegrierte Sprachmodul wird nach den methodologischen Prinzipien eines kommunikativen, handlungsorientierten Ansatzes gestaltet. Die Kompetenzniveaus des Modulangebots orientieren sich am Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) und eine zentrale Zielsetzung ist, dass Studierende ihre Kommunikationskompetenz um mindestens eine Niveaustufe erhöhen. Zusätzlich liegt ein klarer Fokus auf dem Erwerb von akademischen und wirtschaftsorientierten Fähigkeiten in der Zielsprache. B2-C1+ Selbständige Sprachverwendung bis fachkundige, fließende Kommunikationsfähigkeiten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Business English I (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Blended Learning		

	<u>Business English II (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Blended Learning
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Business English I (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.1 / 3.Semester / ECTS: 6</u> Portfolio mit diversen Bestandteilen: - diverse Leistungsüberprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) - diverse Aufgabenstellungen und Leistungsnachweise, inkl. Beiträge zu Gruppenarbeiten, Kurseinheiten, und kritische Reflexion bzgl. der Lernergebnisse
	<u>Business English II (E) /ILV / LV-Nr: bb.FRS.2 / 4.Semester / ECTS: 6</u> Portfolio mit diversen Bestandteilen: - diverse Leistungsüberprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) - diverse Aufgabenstellungen und Leistungsnachweise, inkl. Beiträge zu Gruppenarbeiten, Kurseinheiten, und kritische Reflexion bzgl. der Lernergebnisse

Studienordnung Bachelor SKVM bb & vz

Modulnummer:	Angewandte Marketingplanung	Umfang:	
AMP		2.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Kotler, P., Armstrong, G. (2016): Grundlagen des Marketing, 6. Auflage, Pearson Verlag. Kotler, P., Keller, K. (2017): Marketing-Management, 15. Auflage, Pearson Verlag. Homburg, C. (2016): Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, Springer Gabler Verlag. Meffert, H., Burmann, C. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag. Bruhn, M. (2016): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Auflage, Springer Gabler Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden kennen verschiedene Konzeptansätze des Marketings und können entsprechende wissenschaftliche Instrumente in Realsituationen anwenden. Sie sind in der Lage, eigene Entscheidungen, die Voraussetzungen und deren Auswirkungen zu analysieren und zielorientiert in geplante Handlungen umzusetzen. Sie können die dazu notwendigen Konzepte unterscheiden, bewerten und sachgerecht einsetzen. Sie sind in der Lage, selbstständig Marketingplanungen zielgruppenorientiert zu erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, im Team Fallstudien kritisch zu analysieren und einen gemeinsamen Lösungsweg zu finden. Des Weiteren sind sie in der Lage, komplexe Sachverhalte klar und verständlich vor Publikum zu präsentieren und das Publikum mit ihren Vorschlägen zu begeistern.		
Lehrinhalte	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Strategische Implikationen und strategische Marketingaussagen, Vermittlung aktueller Trends im Marketing, zielgruppenorientierte Gestaltung von Marketinginstrumenten, moderne Marketingkonzepte des Produkt- und Dienstleistungsmarketings, vernetzte Marketing- und Projektstrukturen und Marketing- und Projektablaufe.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Angewandte Marketingplanung /UE / LV-Nr: bb.AMP.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Current Issues in Sports, Culture & Events	Umfang:	
CIS		2.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Current Issues in Sports, Culture & Events (E) /SE / LV-Nr: bb.CIS.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Aktuelle wiss. Zeitschriften der Sportwissenschaft sowie Fachartikel in einschlägigen Journales des Sportbereichs. Tröndle, M. (Hrsg.) (2019). Nicht-Besucherschenschaft sowie Fachartikel in einschlägigen Journales des Sportbereichs. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.		
Kompetenzerwerb	<u>Current Issues in Sports, Culture & Events (E) /SE / LV-Nr: bb.CIS.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden entwickeln ein vertieftes Verständnis für die gegenwärtigen Herausforderungen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich. Sie verstehen aktuelle Entwicklungen, Zusammenhänge, Herausforderungen und können diese vor dem Hintergrund empirischen Befunde reflektieren. Sie vertiefen ihre theoriegestützten Analyse- und Problemlösungskompetenzen. Die Studierenden sind in der Lage, Entwicklungen umfassend und kritisch zu erfassen und zu beurteilen.		
Lehrinhalte	<u>Current Issues in Sports, Culture & Events (E) /SE / LV-Nr: bb.CIS.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Der Kurs behandelt die aktuellen Themen und Herausforderungen des Sports, wie z.B. im Zusammenhang mit der Inszenierung des Sports, dem sich ändernden Sportkonsum und der Entwicklung neuer Sportprodukte. Die Lehrinhalte zum Kulturbereich stellen die gesellschaftliche Herausforderung der Teilhabe an Kunst und Kultur ins Zentrum. Eine empirische Bestandsaufnahme zur Gruppe der „Nicht-BesucherInnen“ gibt einen Überblick zur Erforschung dieses unterbelichteten Publikumssegments und stellt den Begriff der kulturellen Kompetenz kritisch zur Diskussion. Außerdem setzt sich der Kurs mit aktuellen Themenschwerpunkte im Veranstaltungsbereich, z.B. Gender- und Diversitätsmanagement, Korruption und Entwicklung neuer Eventformate, auseinander.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Current Issues in Sports, Culture & Events (E) /SE / LV-Nr: bb.CIS.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Current Issues in Sports, Culture & Events (E) /SE / LV-Nr: bb.CIS.1 / 4.Semester / ECTS: 2.5</u> Portfolioprüfung		

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

Modulnummer:	Kulturmanagement III	Umfang:	
KUM3		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Glogner-Pilz, P. & Föhl, P. S. (Hrsg.). (2016). Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde. Wiesbaden: Springer VS. Jenkins, H., et al. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. Cambridge/London: The MIT Press. Hausmann, A. & Frenzel, L. (Hrsg.). (2014). Kulturvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS. Mandel, B. (2016). Teilhabeorientierte Kulturvermittlung, Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Bielefeld: transcript. Packer, J. & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the Visitor Experience, A Review of Literature and Development of a Multifaceted Model. Visitor Studies, 19(2), 128-143. Renz, T. (2016). Nicht-Besucherforschung: Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript. Roppola, T. (2012). Designing for the Museum Visitor Experience. New York/Oxon: Routledge. Wünsch, C. et al (Hrsg.) (2014). Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden: Nomos.		
Kompetenzerwerb	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung können Studierende • Kulturserlebnisse als Wechselwirkung von individuellem Erleben und sozialer Normierung beschreiben; • Kulturangebote im Hinblick auf Zielgruppen und Erlebnismilieus einordnen; • ästhetische Normen wie die Unterscheidung von Hoch- und Populärkultur kritisch bewerten; • Best Practice Beispiele der Kulturvermittlung in verschiedenen Kultursparten darstellen; • zentrale Positionen des Audience Development beschreiben; • Kriterien für die Vermittlung und Vermarktung von Kulturangeboten an verschiedene Zielgruppen formulieren.		
Lehrinhalte	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Digitale Angebote der Medienindustrie stellen eine zentrale Konkurrenz zu Kulturangeboten vor Ort dar und werfen die Frage auf, welche Rolle hochkulturelle Sparten wie öffentlich finanzierte Theater und Museen in der Erlebnisgesellschaft spielen. Die Digitalisierung erweitert den Rezeptionsraum von Kulturangeboten und verändert Nutzerverhalten und Kulturerleben. Wer auf welche Weise an Kultur teilhat und welche Kulturbegriffe empirisch relevant sind, werden damit zur entscheidenden Forschungsfrage für ein zeitgemäßes Kulturmanagement. Der Kurs gibt einen Überblick über zentrale Erkenntnisse der empirischen Publikums- und Rezeptionsforschung und stellt Erlebnismilieus, Medienkontexte und Besuchertypen im Kulturbereich vor. Er führt in die Grundlagen der Kulturvermittlung ein und illustriert diese an Beispielen aus verschiedenen Sparten des Kulturbetriebs (Musik, Theater, Ausstellungen, Gärten, Film/TV). Verschiedene Zugänge zum Kulturpublikum, wie kulturelle Bildung, interkulturelle Kulturarbeit und Audience Development werden diskutiert und das Potenzial von Partizipation und Co-Creation für die Produktion von Kulturerlebnissen aufgezeigt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Kulturmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.KUM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Klausur		

Modulnummer:	Praxisprojekt I	Umfang:	
PRA1		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Event-Checklisten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Hrsg: Europäische Sponsoring-Börse, 2009 Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Hladky, A.; Vögl K. (2012): Grundlagen Professionelles Eventmarketing. Hrsg: WKO Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe Smith, A. (2016): Events in the City. Using public spaces as event venues. Hrsg: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden: • sind in der Lage, ein Projekt gemäß den Standards des Projektmanagements durchzuführen; • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung; • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts; • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten; • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme; • sind in der Lage, selbstverantwortliche innerhalb eines Teams zu agieren; • beherrschen problemorientiertes Projektmanagement; • haben die Fähigkeit, Projekte sozial und ethisch verantwortlich umzusetzen.		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden dieses auf reale Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PRA1.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Projektdokumentation		

Modulnummer:	Präsentations- & Verhandlungstechnik	Umfang:	
PVT		3	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Präsentations- & Verhandlungstechnik /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Brandl, Peter (2015): Kommunikation. ... und was Sie darüber wissen sollten, um sich das Leben leichter zu machen. 2., Aufl. Offenbach: Gabal. Dall, Martin (2014): Sicher präsentieren - wirksam vortragen. 3., überarb. Neuaufl. München: Redline. Fritzsche, Thomas (2016): Souverän verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden. 2., erg. Aufl. Bern: Hogrefe. Pöhm, Matthias (2017): Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon? Abschied vom "Betreuten Lesen". Emotionale Rhetorik statt PowerPoint! 4., Aufl. o.A.: Pöhm Seminarfactory. Portner, Jutta (2015): Besser verhandeln. Das Trainingsbuch. 4., Aufl. Offenbach: GABAL Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Präsentations- & Verhandlungstechnik /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden können eine Präsentation, Moderation und Argumentation vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie beherrschen die dafür erforderlichen Techniken und Medien. Sie beherrschen ferner die Wechselwirkung von Stimme und Aussprache, Aussehen und Körpersprache, Blickkontakt, Mimik und Gestik. Die Studierenden kennen Risiken, erkennen Konflikte und können Lösungen einleiten.		
Lehrinhalte	<u>Präsentations- & Verhandlungstechnik /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Es werden die allgemeinen Präsentationstechniken und die Kommunikationsformen sowie die Kommunikationsmodelle beschrieben und erarbeitet. Die Merkmale einer Botschaftsvermittlung (Nachricht: Sender - Empfänger) werden dargelegt. Die Unterscheidung von verbaler und nonverbaler Kommunikation (Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache, etc.) bei sich selbst und bei anderen wird aufgezeigt. Ein besonderes Augenmerk wird auf interkulturelle Kommunikation und Verhandlungstechniken und deren Schwierigkeiten und Fallen gelegt. Die Prinzipien der Moderation werden dargelegt.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Präsentations- & Verhandlungstechnik /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Präsentations- & Verhandlungstechnik /UE / LV-Nr: bb.PVT.1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation		

Modulnummer:	Sportmanagement III	Umfang:	
SPM3		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Henry, I. & Ko, L. (2015). Routledge Handbook of Sport Policy. London, New York: Routledge. Houlihan, B. (2012). The Routledge Handbook of Sports Development. London, New York: Routledge. Nowak, G. (2018). (Regional)Entwicklung des Sports. Schorndorf: Hofmann. Robson, S. (2013). Strategic Sport Development. London, New York: Routledge. Rütten, A., Nagel, S. & Kähler, R. (Hrsg.). (2014). Handbuch Sportentwicklungsplanung, Schorndorf: Hofmann.		
Kompetenzerwerb	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis der modernen Sportentwicklung. Sie können fundamentale Konzepte und Theorien (und die korrespondierenden empirischen Befunde) der Sportentwicklung, der Steuerung und Governance im Sport sowie der Sportentwicklungsplanung verstehen und erläutern sowie diese vor dem Hintergrund einer späteren Berufstätigkeit im Handlungsfeld Sport reflektieren. Die Studierenden sind fähig, fachliche Texte aus den Bereichen Sportentwicklung und Governance des Sports zu verstehen und zu bewerten, um im Rahmen ihrer späteren Berufstätigkeit kompetent den Herausforderungen der verschiedenen Interessengruppen des Sports zu begegnen.		
Lehrinhalte	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Die Konzepte, Theorien und Befunde der Sportentwicklung, Steuerungs- und Governanceforschung sowie der Sportentwicklungsplanung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die zentralen Akteure staatlicher Sportpolitik sowie die grundlegenden Maßnahmen staatlicher Sportförderung werden aufgearbeitet. Mit der Orientierung an Prozessen sozialen Wandels erfahren die Studierenden die komplexe Dynamik moderner Gesellschaften.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sportmanagement III /ILV / LV-Nr: bb.SPM3.1 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Berufspraktikum	Umfang:	
BER		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Berufspraktikum /UE / LV-Nr: bb.BER.1 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Stackelberg, B. (2013). Karrierestart für Hochschulabsolventen: Selbstbewusst. Erfolgreich. Authentisch. München: Vahlen Verlag		
Kompetenzerwerb	<u>Berufspraktikum /UE / LV-Nr: bb.BER.1 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Die Studierenden sollen: • ihr bisher erworbenes Erfahrungswissen aus der Praxis auf den Prüfstand stellen und mit dem im Studium erworbenen Wissen das berufliche Umfeld neu verstehen. (Praktische Kompetenz) • veränderte Projektumgebungen durch neues Wissen und veränderte Argumentationen neu bewerten und besser agieren können. (Problemlösungskompetenz) • Wissen und in studentischen Projekten erworbene Teamfähigkeit im praktischen Erfahrungsaltag neu umsetzen. (soziale Kompetenz)		
Lehrinhalte	<u>Berufspraktikum /UE / LV-Nr: bb.BER.1 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und Fragestellungen in der Praxis. Das Berufspraktikum im Rahmen einer 5-wöchigen Beschäftigung stellt sicher, dass sich die Studierenden beim Einstieg in das evtl. thematisch neue Berufsleben zurechtfinden. Vorgänge, Arbeitsabläufe und Situationen im beruflichen Umfeld können so neu durchdacht werden. Vorbereitung und Hilfe durch Career Services und Begleitung der Studierenden bei Berufspraktikum: Reflexion, Besprechung von Problemen und Success Stories, bzw. Hilfe bei Problemen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Berufspraktikum /UE / LV-Nr: bb.BER.1 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Praktikum		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Berufspraktikum /UE / LV-Nr: bb.BER.1 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Nachweis des Praktikums durch Stellenbeschreibung und Abschlussbericht		

Modulnummer:	Creative Lab	Umfang:	
CLA		2	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: bb.CLA.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Als Literatur dienen Ausschreibungstexte, Formulare und Förderrichtlinien aktueller Ausschreibungen und Kulturförderungen		
Kompetenzerwerb	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: bb.CLA.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Nach Absolvierung des Kurses können Studierende • eine eigenständige Projektidee in eine professionelle Antragsform bringen; • Kenntnisse aus den Kernfächern für die inhaltliche Überzeugungskraft ihrer Projektdarstellung einsetzen; • die Notwendigkeit eines Projekts im Hinblick auf die Förderkriterien einer Ausschreibung oder eines Sponsors argumentieren; • eine stimmige Marketing- und Vermittlungsstrategie entwickeln; • einen realistischen Budgetplan erstellen; • die Rolle und Arbeitsweise einer Jury reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: bb.CLA.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Im Creative Lab werden Kenntnisse aus Kulturmanagement/-wissenschaft sowie Veranstaltungsmanagement/-wissenschaft für die Erstellung einer innovativen Projektidee eingesetzt. Die Studierenden lernen ein überzeugendes Konzept für eine Ausschreibung im Kunst- und Kulturbereich zu entwickeln und vor einer Jury zu präsentieren. Projektideen werden im Horizont ihrer praktischen Realisierung entwickelt und in eine Antragsform gebracht, die sowohl inhaltlich als auch formal die Bewertungskriterien eines Fördergebers oder Sponsors widerspiegelt. Ein Budgetplan mit einfacher Ausgaben-Einnahmen-Struktur bildet die einzelnen Projektaktivitäten nachvollziehbar ab und demonstriert die professionelle Umsetzung der Idee durch ein Projektteam (Programm, Marketing, Infrastruktur usw.). Gezielte Kooperationen illustrieren die Synergieeffekte und die Netzwerkqualität des Projekts. In einem Rollenspiel werden die Projekte auf professioneller Grundlage geprüft und die im Vorfeld erarbeiteten Kriterien wie die Passfähigkeit zur Ausschreibung, gesellschaftliche Relevanz u.ä. werden zur Bewertung herangezogen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: bb.CLA.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Creative Lab /SE / LV-Nr: bb.CLA.1 / 5.Semester / ECTS: 2</u> Hausarbeit		

Modulnummer:	Elective I in SKVM	Umfang:	
ELE1		2.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Elective I in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page, S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Elective I in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. Sie können Institutionen und deren Arbeit kritisch analysieren. Sie kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Fallstudien. Die Studierenden kennen die derzeitigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche und sowie die wichtigsten Stakeholder und ihre Einflüsse.		
Lehrinhalte	<u>Elective I in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Nutzung der Entwicklungen • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective I in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen, User Tests		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective I in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE1.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Eventinszenierung	Umfang:	
EVI		2.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Eventinszenierung /SE / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Graf, M. & Luppold, S. (2018). Event-Regie: Der spannende Weg vom ersten Konzept zur finalen Show – eine 360-Grad-Betrachtung der Live-Inszenierung. Wiesbaden: Springer Gabler. Gundlach, A. (2013). Wirkungsvolle Live-Kommunikation: Liebe Deine Helden: Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events. Wiesbaden: Springer Gabler. Knoll, T. (2015). Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur. Wiesbaden: Springer Gabler. Luppold, S., Merkwitz, R., Rübner, W. & Wintzen, D. (2013). Alles nur Theater!?: Wie Marketing-Profis Events inszenieren (Messe-, Kongress- und Eventmanagement. Sternenfels: Wissenschaft & Praxis. Miller, C. (2014). Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. 3rd ed. London: Taylor & Francis Ltd.		
Kompetenzerwerb	<u>Eventinszenierung /SE / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden verstehen die Stellung von Events im Marketingmix und das Konzept „Dramaturgie“ und kennen die wichtigsten Modelle der Event-Dramaturgie sowie des Storytelling. Sie erwerben außerdem einen Überblick über klassische als auch neue Formen der Eventinszenierung (Events 2.0) und die damit verbundenen Kreativitätstechniken und Inszenierungsmöglichkeiten. Die Studierenden können Ideen verstehen und komplexe Zusammenhänge zwischen Marketing und Inszenierung erkennen.		
Lehrinhalte	<u>Eventinszenierung /SE / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden lernen: Marketingmix: Rolle von Events im Marketingmix, Kommunikationsziele und Zielgruppe, Checklisten für Marketingevents, Programm-, Zeit- und Kostenplanung Dramaturgie: Der Begriff der Dramaturgie, die innere Bauform (Fokus auf das Storytelling und dessen Erläuterung aus Sicht der Neurowissenschaften) und äußere Bauform (Dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) Inszenierung: Transmedia Storytelling, Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung, praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen, Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers, Selbstinszenierung der Eventleitung vor Ort Drehbuch: Neue Formen der Eventinszenierung(z.B. Events 2.0) und deren Entstehung neuer Eventformen, Social Media Marketing als Event-Tool, weitere interaktive Events 2.0 Tools		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Eventinszenierung /SE / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Eventinszenierung /SE / LV-Nr: bb.EVI.1 / 5.Semester / ECTS: 2.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Praxisprojekt II	Umfang:	
PRA2		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Event-Checklisten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Hrsg: Europäische Sponsoring-Börse, 2009 Gatterer H., Wehnelt J., Schibranji G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Hladky, A.; Vögl K. (2012): Grundlagen Professionelles Eventmarketing. Hrsg: WKO Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe Smith, A. (2016): Events in the City. Using public spaces as event venues. Hrsg: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden: • sind in der Lage, ein Projekt gemäß den Standards des Projektmanagements durchzuführen; • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung; • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts; • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten; • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme; • sind in der Lage, selbstverantwortliche innerhalb eines Teams zu agieren; • beherrschen problemorientiertes Projektmanagement; • haben die Fähigkeit, Projekte sozial und ethisch verantwortlich umzusetzen.		
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Um die Studierenden optimal auf Probleme im Arbeitsleben vorzubereiten, werden in Gruppen praxisrelevante Aufgabenstellungen, vorzugsweise auf Basis von Aufträgen von Partnern aus der Wirtschaft bzw. öffentlichen Einrichtungen, bearbeitet bzw. unter Anleitung durch die Lehrveranstaltungsleitung Felderfahrungen gesammelt. Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und wenden ihr erworbenes Wissen auf reale Projekte an. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Teamfähigkeit, Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz, Risikomanagement und Budgetierungskompetenz gefördert. Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PRA2.1 / 5.Semester / ECTS: 4</u> Projektdokumentation		

Modulnummer:	Sports, Culture & Business Venues	Umfang:	
VEN		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 5</u> Von Lanzanauer, C., Klemm, K. (Hrsg..) Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte, Berlin: Erich Schmidt Verlag Moesch, C. (2008) Infrastrukturbedarf von Sport-Mega-Events, Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Wagner, B. (2004) Kulturentwicklungsplanung – Kulturelle Planung. In: Klein, A. (Hrsg.) Kompendium Kulturmanagement, München, Vahlen Hudson, W. R., Haas, R. & Uddin, W. (1997) Infrastructure Management: Integrating Design, Construction, Maintenance, Rehabilitation and Renovation Rogers, T., Davidson, R. (2006) Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events (Events Management)		
Kompetenzerwerb	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, den Bedarf für die Errichtung von neuen Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen zu analysieren und zu bewerten. Sie sind vertraut mit den Stakeholdern bei der Konzeption von Infrastruktur (Behörden, Auftraggebern, Investoren, zukünftigen Betreibern) und verfügen über die Kompetenz, mit allen zu verhandeln. Sie verfügen über das notwendige Know-how für die effiziente Vermarktung und das ökonomische Management der Immobilien. Die Studierenden kennen die besonderen Anforderungen an die Entwicklung bzw. das Vermarkten und den Betrieb von Infrastruktur in den Bereichen Sport (Indoor Hallen, Outdoor Sportstätten), Kultur (Theater, Museen, Outdoor Bühnen), und Business (Konferenzzentren, Kongresshäuser). Weiters verstehen sie den Unterschied in der Nutzung von permanenter und temporärer Infrastruktur und verstehen den Lebenszyklus der Infrastruktur.		
Lehrinhalte	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 5</u> Sports Venues I. Allgemeine Einführung in das Sportimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private EigentümerInnen II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Sportinfrastruktur Indoor Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor Monofunktionale vs. Multifunktionale Sportstätten III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private BetreiberInnen Nutzungskonflikte Leistungs- vs. Breitensport Akquisition von NutzerInnen – Vermarktungsstrategien Cultural Venues I. Allgemeine Einführung in das Kulturimmobilienmanagement Öffentliche vs. Private EigentümerInnen II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Kulturinfrastruktur Indoor (Museen, Theater, Opernhäuser) Besonderheiten der Sportinfrastruktur Outdoor (Festivals, Konzerte, Festspiele) Monofunktionale vs. Multifunktionale Kulturstätten Temporäre vs. Permanente Kulturinfrastruktur III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private BetreiberInnen Akquisition von NutzerInnen – Vermarktungsstrategien Business Venues I. Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilenmanagement Öffentliche vs. Private Eigentümer II. Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilen Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (Gartenschauen, Waterfront Development) III. Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilen Öffentliche vs. Private Betreiber Nutzungskonflikte Akquisition von Nutzern – Vermarktungsstrategien		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Sports, Culture & Business Venues (E) /SE / LV-Nr: bb.VEN.1 / 5.Semester / ECTS: 5</u>		

	Portfolioprüfung
--	------------------

Modulnummer:	Wissenschaftliche Methoden	Umfang:	
MET		6	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Gläser, J. & Ladel, G. (2019). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 12. Auflage. Weinheim: Beltz. Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2013). Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 4. Auflage. München: Oldenbourg. Rädiker, S. & Kuckartz, U. (2018). Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Text, Audio und Video. Wiesbaden: Springer VS		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS. Brosius, F. (2018). SPSS: Umfassendes Handbuch zu Statistik und Datenanalyse. 8. Auflage. Bonn: mitp. Bryman, A. (2015). Social Research Methods. 5th edition. Oxford: Oxford University Press. Gehring, U.W. & Weins, C. (2009). Grundkurs Statistik für Politologen und Soziologen. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Schnell, R. Hill, P.B. & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Auflage. München: De Gruyter Oldenbourg.		
Kompetenzerwerb	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Methoden der qualitativen Forschung (insbesondere der Datenerhebung, -analyse und -interpretation). Sie lernen diese Methoden praxisnah anzuwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darzustellen und zu beurteilen. Sie sind fähig, fachliche Texte zu qualitativen Forschungsmethoden zu verstehen, um in ihrer späteren Berufstätigkeit Erkenntnisse aus qualitativen Studien zu berücksichtigen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die grundlegenden Methoden der quantitativen Forschung (insbesondere der Datenerhebung, -analyse und -interpretation). Sie lernen diese Methoden praxisnah anzuwenden sowie die Ergebnisse von empirischen Studien darzustellen und zu beurteilen. Sie sind fähig, fachliche Texte zu quantitativen Forschungsmethoden zu verstehen um in ihrer späteren Berufstätigkeit Erkenntnisse aus quantitativen Studien zu berücksichtigen. Sie werden dazu befähigt, interdisziplinäre Aufgaben- oder Fragestellungen zu bearbeiten und die Lösungen vorzustellen.		
Lehrinhalte	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte und Methoden qualitativer Sozialforschung (insbesondere Beobachtungsverfahren, Interviewdurchführung sowie Inhaltsanalyse) werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden können die grundlegenden Methoden der qualitativen Sozialforschung nachvollziehen und anwenden.		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Die Konzepte und Methoden (uni- sowie bivariater) quantitativer Sozialforschung werden behandelt und vor dem Hintergrund potenzieller Berufsfelder reflektiert. Die Studierenden können die grundlegenden Methoden der uni- und bivariaten quantitativen Sozialforschung nachvollziehen und anwenden.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Qualitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.1 / 5.Semester / ECTS: 3</u> Modulprüfung: Portfolioprüfung		
	<u>Quantitative Forschungsmethodik /ILV / LV-Nr: bb.MET.2 / 5.Semester / ECTS: 3</u>		

	Modulprüfung: Portfolioprüfung
--	--------------------------------

Modulnummer:	Business Cases in SKVM	Umfang:	
BCA		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Business Cases in SKVM /SE / LV-Nr: bb.BCA.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Breuer, Ch./Michels, H. (Hrsg.): Trendsport – Modelle, Orientierungen und Konsequenzen, Aachen, 2003 Galli, A.: Sportmanagement. München, Vahlen, 2002 Schneider, Sylvia/Erb, H. H.: Sport for fun: alle Trendsportarten - was du dafür brauchst, was sie dir bringen, Würzburg, Arena-Verlag, 2000 Fuchs, M.: Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe. Eine Einführung in Theorie, Geschichte und Praxis, Opladen, VS Verlag, 1999		
Kompetenzerwerb	<u>Business Cases in SKVM /SE / LV-Nr: bb.BCA.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. Sie können Institutionen und Personen diesbezüglich beraten und die erworbenen Kenntnisse, insbesondere die Methoden der integrierten Sport- und Kulturentwicklung, anwenden. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen den Branchen Sport, Kultur und Event aufzeigen und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten abschätzen. Sie sind überdies in der Lage, Auswirkungen auf die derzeitige Struktur der Branchen anzugeben und das betriebliche Handeln in Sport, Kultur und Veranstaltungen daraus abzuleiten. Die Studierenden sind ferner in der Lage, ausgewählte Business Cases in größere Zusammenhänge einzuordnen und zu beurteilen. Sie können darüber hinaus die Tätigkeiten der ExpertInnen aus der Wirtschaft angemessen bewerten.		
Lehrinhalte	<u>Business Cases in SKVM /SE / LV-Nr: bb.BCA.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Vorstellung Internationaler Business Cases durch ExpertInnen aus der Wirtschaft Praxis-Theorie-Transfer: Inhalte, Methoden Entwicklung von Business Cases/Business Models Bewertung von Business Cases Best Practice Cases		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Business Cases in SKVM /SE / LV-Nr: bb.BCA.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Business Cases in SKVM /SE / LV-Nr: bb.BCA.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Destination Management	Umfang:	
DEM		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Destination Management (E) /SE / LV-Nr: bb.DEM.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Baker, B. (2019). Place Branding for small cities, regions and downtowns: the essentials for successful destinations. Independently published. Camilleri, M. (2018). Strategic Perspectives in Destination Marketing. USA: Business Science Reference. Fesenmaier, D. & Xiang Z., (2017). Design Science in Tourism: Foundations of Destination Management (Tourism on the Verge). Switzerland: Springer International Publishing. Luck, M., Ritalahti, J. & Scherer, A. (2016). International Perspectives on Destination Management and Tourist Experiences: Insights from the International Competence Network of Tourism Research The International Competence Network of Tourism Research and Education (ICNT). Frankfurt: Peter Lang AG Morrison, M. (2019). Marketing and managing tourist destinations. 2nd ed. Oxon: Routledge Peterson, D. (2016). Emerging trends in tourist destination management. New York: Willford Press. Petersen, D. (2016). Tourism Development and Destination Management. New York: Clanrye International		
Kompetenzerwerb	<u>Destination Management (E) /SE / LV-Nr: bb.DEM.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden erwerben Verständnis über die touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem, die Typologisierung touristische Destinationen und welche Faktoren und Ressourcen für die touristische Destination als Produkt notwendig sind. Die Studierenden erkennen das Zusammenwirken von makro- und mikroökonomischen Faktoren, Ressourcendisposition, Angebot und Nachfrage und ihren Einfluss auf die Wettbewerbssituation der Destination. Sie wissen, was die Rolle und Aufgaben von Destination Management und der damit verbundenen besonderen Herausforderungen an Städte, Regionen und/oder Länder sind. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Akteure (Stakeholder), die es zu berücksichtigen gilt, sowie für die markenstrategische Ausrichtung von Destinationen in Form von Destination Branding. Des Weiteren kennen sie verschiedene Planungs- und Koordinations-Ansätze und Instrumente und Prozesse der operativen Umsetzung von Destination Management sowie Maßnahmen, um Destination Performance zu messen. Sie erhalten Einblick in aktuelle Trendentwicklung im Destination Management. Die Studierende schulen ihre kognitive Fähigkeit, Ideen zu verstehen und zu bearbeiten, als auch ihre methodologischen Fähigkeiten Problemlösungen zu finden. Die Studierenden können Informationen analysieren und synthetisieren. In Bezug auf instrumentale Fähigkeiten haben die Studierenden ein Verständnis von Zusammenhängen zwischen Theorie und Praxis und beherrschen die schriftliche Kommunikation zu diesem Thema in der englischen Sprache. Die Studierende verstehen den Zusammenhang zwischen innovativem Denken und Veränderungsprozessen.		
Lehrinhalte	<u>Destination Management (E) /SE / LV-Nr: bb.DEM.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Die Lehrveranstaltung umfasst folgende inhaltliche Schwerpunkte: • Touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem • Abgrenzungsansätze von touristischer Destinationen • Nachfrage- und Angebotsstruktur, Faktor- und Ressourcendisposition in touristischen Destinationen • Wettbewerbsfähigkeit von touristischen Destinationen • Organisation von touristischen Destinationen • Interne und externe Einflussfaktoren der Entwicklung von touristischen Destinationen und Rolle der verschiedenen Stakeholder • Funktion und Aufgaben von Destination Management • Planungs- und Governance-Ansätze in Destination Management • Operative Umsetzung von Destination Management • Messung und Vergleich von Performance von touristischen Destinationen • (Strategisches) Marketing und Positionierung durch Destination Branding • Trendentwicklung im Destination Management		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Destination Management (E) /SE / LV-Nr: bb.DEM.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Destination Management (E) /SE / LV-Nr: bb.DEM.1 / 6.Semester / ECTS: 5</u> Portfolioprfung		

Modulnummer:	Elective II in SKVM	Umfang:	
ELE2		2.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 6.Semester / ECTS: 2.5</u> Sport: Bradbury, T., & O'Boyle, I. (Eds.). (2017). Understanding Sport Management: International Perspectives. London: Taylor & Francis. Covell, D. (2019). Managing sport organizations. London: Routledge. Ströh, J. H. A. (2017). The eSports market and eSports sponsoring. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag. Kultur: Hausmann, A. & L. Frenzel (Hrsg.). (2014). Kunstvermittlung 2.0: Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer VS Tallon, L., & Walker, K. (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. Lanha: AltaMira Press Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer Hoppe/Heinze (2016): Einführung ins das Kulturmanagement. Themen – Kooperationen – Gesellschaftliche Bezüge. Berlin: Springer VS Assmann (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin: Narr Veranstaltung: Schulze, G. (1995). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.: Campus. Getz, D., & Page, S. (2016). Event Studies - Theory, research and policy for planned events. Oxon: Routledge. Smith, A. (2016): The urbanization of events. In Events in the City - Using public spaces as event venues, Oxon: Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 6.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden besitzen Kenntnisse in der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung. Sie können die erworbenen Kenntnisse, insbesondere Methoden der integrierten Sport-, Kultur- und Veranstaltungsentwicklung, anwenden. Sie kennen Erfolgsfaktoren durch ihre eigene theoretische und praktische Arbeit sowie durch Beispielanalysen. Die Studierenden können die zukünftigen Entwicklungen der Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbranche einschätzen und den Einfluss von betrieblichen Strukturen und Technologien auf Organisationen in den drei Bereichen aufzeigen.		
Lehrinhalte	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 6.Semester / ECTS: 2.5</u> Die Studierenden wählen aus den Vertiefungsangeboten zu aktuellen Themen im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement, z.B.: • Branchen- und F&E-Aktivitäten • Humanressourcen/Kompetenzen • Digitale Entwicklungen in der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entwicklung der Sport-, Kultur und Veranstaltungsbranche • Entstehung von Entwicklungen/Trends, Moden, Booms • Erkennung von Entwicklungen/Trends • Bewertung der Entwicklungen • Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen • Nutzung der Entwicklungen • Planung und Durchführung von zukunftsorientierten, interdisziplinären Projekten		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 6.Semester / ECTS: 2.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen, User Tests		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Elective II in SKVM /UE / LV-Nr: bb.ELE2.1 / 6.Semester / ECTS: 2.5</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	International Management in Sports, Culture & Events	Umfang:	
INM		4	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.INM.1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Henze, R. & Wolfram, G. (Hrsg.) (2014). Exporting Culture? Which Role for Europe in a Global World. Wiesbaden: Springer VS. Pedersen, P. M., & Thibault, L. (2018). Contemporary Sport Management. Champaign, Ill.: Human Kinetics. Henze R., Höhne S. & Tröndle, M. (Hrsg.). (2016). Journal of Cultural Management: Arts, Economics, Policy 2(1). Special Issue: Management Without Borders. Bielefeld: transcript. Seraphin, H. & Korstanje, M. (2018). International Event Management: Bridging the Gap Between Theory and Practice. New York: Nova Science Pub Inc.		
Kompetenzerwerb	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.INM.1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Die Studierenden entwickeln ihre theoriegestützten Problemlösungskompetenzen sowie ihre Analyse- und Synthesekompetenzen. Sie verstehen den Unterschied zwischen nationalen und transnationalen Entscheidungsstrukturen und können Handlungsstrategien von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbetrieben in die internationale Wirtschaft und Politik einordnen. Sie kennen Konsequenzen der Globalisierung für die Programmgestaltung. Die instrumentalen Fähigkeiten der Studierenden werden geschult. Sie verbessern ihre Fähigkeit, sich kritisch auszudrücken und verfügen über Managementstrategien zum Umgang mit komplexen Zusammenhängen, zur Problemlösung sowie über Entscheidungskompetenzen.		
Lehrinhalte	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.INM.1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Inhalt der Lehrveranstaltung sind vertiefende Kenntnisse des komplexen globalen Sportmarkts und seiner unterschiedlichen Modelle sowie ihre Auswirkungen, Potenziale sowie Herausforderungen für das Sportmanagement. Das Spannungsfeld von nationalen, europäischen und globalen Identitäten fordert von Kulturbetrieben Diversitätsmanagement in der Programmgestaltung ebenso wie im Personalmanagement. Im Kulturmanagement werden international agierende Kulturorganisationen vorgestellt und die spezifischen Handlungspotenziale kultureller Diversität aufgezeigt. Im Kontext der Theorie der Transkulturalität werden exemplarisch Chancen und Grenzen transnationaler Konzepte wie dem Weltkulturerbe und der Europäischen Kulturhauptstadt beleuchtet und Effekte auf regionale Kulturangebote diskutiert. Die Lehrveranstaltung setzt sich außerdem mit den globalen Einflussfaktoren und Auswirkungen der Internationalisierung auf den Veranstaltungsbereich und den daraus erfolgenden Herausforderungen für Veranstalter auseinander. Themenschwerpunkte liegen u.a. auf Authentizität, Nachhaltigkeit, Event Destination Development.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.INM.1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>International Management in Sports, Culture & Events (E) /ILV / LV-Nr: bb.INM.1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Portfolioprüfung		

Modulnummer:	Risikomanagement	Umfang:	
RIM		3.5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: 1. Studienzyklus, Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 6.Semester / ECTS: 3.5</u> Bardy, M. (2019). Crowd Management. In Veranstaltungssicherheit - Von der Praxis für die Praxis: Band 4: Kommunikation - Rettungstechnik und Sanitätsdienst - Crowdmanagement und Terrorismusvorbeugung (S. 25-61). Wien: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich. Drury, J., & Stott, C. (2013). Crowds in the 21st Century. London: Routledge. Event Safety Alliance. (2014). The Event Safety Guide. New York: Skyhorse Publishing. Festag, S. (2014). Umgang mit Risiken. Qualifizierung und Quantifizierung. Wien: Beuth Verlag. Helbing, D., & Mukerji, P. (25. 06 2012). Crowd disasters as systemic failures: analysis of the Love Parade disaster. Abrufbar von https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds7 Still, K. G. (2013). Introduction to Crowd Science. Boca Raton: CRC Press.		
Kompetenzerwerb	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 6.Semester / ECTS: 3.5</u> Die Studierenden kennen: • die methodischen Grundlagen für die Erstellung eines Sicherheitskonzeptes, • die maßgeblichen Gefahrenquellen, die Einfluss auf die BesucherInnensicherheit bei Veranstaltungen nehmen, • die Möglichkeit der Einflussnahme von Risikomanagement auf die BesucherInnensicherheit und • das Verhalten von Menschen in Notfällen. Die Studierenden können: • Veranstaltungsbezogene Gefahrenquellen analysieren, • Risikomanagement für Veranstaltungen anwenden, • Risikobeurteilungen durchführen und • präventive und reaktive Sicherheitsmaßnahmen entwickeln.		
Lehrinhalte	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 6.Semester / ECTS: 3.5</u> • Risikomanagement-System • Risikomanagement-Prozess: Schutzzieldefinition, Risikoidentifikation, Risikoanalyse, Risikobewertung, Möglichkeiten der Risikobewältigung • Risikokommunikation • Das menschliche Verhalten im Notfall (Herdenverhalten, Bewegungsmuster, Paniksituationen) • Methodische Grundlagen und Inhalte Sicherheitskonzeptes • Szenariobasierte und szenariounabhängige eines Maßnahmenplanung (Notfallplanung) inkl. zugehörigem Kommunikationskonzept • Fassungsvermögen von Veranstaltungsflächen: Berechnung von Flächenkapazitäten, Berechnung der benötigten Fluchtwegsbreiten, Einlassmanagement, Zirkulations- und Abstromplanung, Barrieren- und Barrikadenplanung • Informationsaufbereitung und -darstellung für BesucherInnen Eventspezifische Problematiken, einschließlich maßgeblicher Einflussfaktoren, werden mittels zahlreichen Fallbeispielen und Videos identifiziert, analysiert und Lösungsvorschläge zur zukünftigen Prävention erarbeitet. Den Abschluss der Lehrveranstaltung bildet ein Planspiel, in dem Situationen mit Notfall- und Krisenpotenzial simuliert werden. Durch das Erleben und Abarbeiten dieser Szenarien entwickeln Studierende die notwendigen Handlungs- und Lösungskompetenzen, um Notfälle während Veranstaltungen zu managen.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 6.Semester / ECTS: 3.5</u> Integrierte Lehrveranstaltung, Case Studies, Diskussion, Gruppenarbeiten, Präsentationen		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Risikomanagement /SE / LV-Nr: bb.RIM.1 / 6.Semester / ECTS: 3.5</u> Portfolioprfung		

2.3 Berufspraktikum

Die Studierenden wählen selbständig eine Praktikumsstelle. Dabei können sie auf das umfangreiche Angebot an Praktikumsanzeigen der Fachhochschule Kufstein zurückgreifen. Die Studiengangsleitung prüft die fachliche Übereinstimmung der Praktikumsstätigkeiten zu den Studieninhalten und den Qualifikationsprofilen des Studiengangs. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studiengangs entspricht und ob die/der Studierende ihrem/seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Sind diese Anforderungen erfüllt, erfolgt die organisatorische Abwicklung durch das International Relations Office (IRO). Ein ausführlicher Praktikumsleitfaden unterstützt die Studierenden bei der Organisation in ihrem Praxissemester; bei Fragen und Unterstützungsbedarf stehen den Studierenden zudem IRO und Studiengangsleitung zur Verfügung.

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

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

2.4 Auslandssemester

Die FH Kufstein Tirol ist mit der Erasmus-Charta ausgezeichnet, die als Europäische Exzellenz bei der Unterstützung von Studierenden und Personalmobilität gilt. Darüber hinaus werden die Ziele des Bologna-Prozesses zur gegenseitigen Anerkennung von Studienabschlüssen im vollen Umfang umgesetzt. Die Umsetzung basiert auf dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen „European Credit Transfer System-ECTS“ und dem Diploma Supplement. In diesen Bereichen wurde die FH Kufstein Tirol mit dem ECTS Label und dem Diploma Supplement Label ausgezeichnet.

Sicherstellung der Vergleichbarkeit, Unterstützung und Betreuungsmaßnahmen

Die FH Kufstein Tirol Bildungs GmbH sieht seit ihrem Start im 5. Semester ein verpflichtendes Auslandssemester (vier bis sechs Monate) an einer Partneruniversität der Fachhochschule vor. Insgesamt muss ein Workload von 30 ECTS an der betreffenden Partneruniversität nachgewiesen werden. Auf Grund des verpflichtenden Auslandssemesters im fünften Semester werden in diesem Zeitraum keine Lehrveranstaltungen an der FH Kufstein angeboten.

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

Das International Relations Office (IRO) der FH Kufstein veranstaltet in Zusammenarbeit mit den Studiengängen im Wintersemester eines jeden Jahres eine Informationsveranstaltung zu den Themenbereichen „Auslandssemester und Praktika“, ebenso gibt es jährlich die Messe „Exchange Fair“. Zudem steht das IRO laufend für Beratung zur Verfügung. Die Fachhochschule Kufstein Tirol verfügt über mehr als 200 Kontakte zu Kooperationshochschulen. Die Studierenden benennen ihre bevorzugten Partnerhochschulen und erhalten dann, basierend auf einem Notenranking, die Zuteilung. Des Weiteren wählen die Studierenden Kurse im Umfang von 30 ECTS. Die Kursauswahl der Studierenden wird von der Studiengangsleitung auf Äquivalenz geprüft und im „Learning Agreement“ festgehalten. Nach Freigabe durch die Studiengangsleitung wird das „Learning Agreement“ vom IRO unterzeichnet. An der Partneruniversität muss das „Learning Agreement“ von dem dortigen IRO gegengezeichnet werden. Bei Änderung der Kursauswahl muss das Beiblatt „Changes to the Learning Agreement“ ausgefüllt und umgehend an das IRO in Kufstein bzw. an die zuständige Studiengangsleitung zur Genehmigung vorgelegt werden.

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

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

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

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

2. **Personen ohne Reifeprüfung** müssen eine **Studienberechtigungsprüfung** entsprechend § 64 a UG 2002 idgF ablegen. Diese Personen erlangen nach Maßgabe einer Verordnung des Rektorates einer Universität durch Ablegung der Studienberechtigungsprüfung die allgemeine Universitätsreife für Bachelorstudien einer Studienrichtungsgruppe. Der erfolgreiche Abschluss der Studienberechtigungsprüfung berechtigt somit zur Zulassung zu allen Studien jener Studienrichtungsgruppe, für welche die Studienberechtigung erworben wurde. Die Studienberechtigungsprüfung kann entsprechend einer Verordnung des Rektorates einer Universität für bestimmte Studienrichtungsgruppen erworben werden, wobei für die FH Kufstein folgende Studienrichtungsgruppe einschlägig ist:

Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Studien (z. B. Betriebswirtschaft, Wirtschaftspädagogik, Statistik, Soziologie).

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

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

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

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

- Hotelfachschule, Tourismusfachschule, Gastgewerbefachschule (dreijährig)
- Kaufmännische Schulen (mindestens zweijährig)
- Technische, gewerbliche und kunstgewerbliche Fachschulen (drei- oder vierjährig)
- Fachschulen für wirtschaftliche Berufe (dreijährig)
- Wirtschaftsfachschule (mindestens zweijährig)
- Fachschulen für land- und forstwirtschaftliche Berufe (mindestens zweijährig)
- Handelsschulen (dreijährig)

Neu entstehende Lehrberufe in ähnlichen Fachrichtungen sind entsprechend anzuerkennen.

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

Folgende Zusatzprüfungen sind für diesen Personenkreis erforderlich:

- Deutsch
- Englisch
- Mathematik

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

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