

Modul-Titel (DE)	Management in Sportorganisationen						
Module title (EN)	Management in Sport Organisations						
Modul-Nummer	8423-FS2021		Programm		Master	Credits	8
Profilbildend	Nein	SSR	FDS	Health Promotion	Sport Management	Teaching & Learning	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Voraussetzungen	Major: POS und Forschungsmethoden bestanden Minor: POS für Minor bestanden						
Erste Durchführung	2020			Aktualisiert	März 2020		
Modulleitung	Prof. Dr. Siegfried Nagel						
Unterrichtende	Dr. Christoffer Klenk, Dr. Grazia Lang, Prof. Dr. Siegfried Nagel						
Sprachen	Deutsch						
Einführung	<p>Viele Berufsfelder im Sport erfordern in zunehmendem Masse Wissen und Kompetenzen im Bereich Sportmanagement. Hierzu sind in jüngster Zeit zahlreiche Konzepte und Methoden sowie anwendungsbezogene Befunde vorgelegt worden, die vielfach interdisziplinär ausgerichtet sind.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls wird der Fokus auf strategische Managementprobleme und Steuerungsansätze in Organisationen aus verschiedenen Feldern des Sport Governance gerichtet. Diese Managementprobleme und Steuerungsansätze beziehen sich nicht nur auf die Verberuflichung im Bereich Personal, sondern auch auf den Einsatz moderner Managementkonzepte, Führungstechniken und Kommunikationsmöglichkeiten. Die teilnehmenden Studierenden werden dazu praxisbezogene Problemstellungen einer Sportorganisation analysieren und ein strategisches Konzept entwickeln.</p>						
Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale Theorien und Methoden der interdisziplinären Forschungsfelder im Sport Management einschätzen. methodische Ansätze und Ergebnisse der internationalen Forschung zum strategischen Management und zur Governance in Sportorganisationen kritisch reflektieren. selbständig theoriegeleitete Konzepte zur strukturierten Lösung komplexer Aufgaben und Problemstellungen mit hoher Praxisrelevanz in Sportorganisationen entwickeln. trotz unvollständiger oder begrenzter Informationen Einschätzungen formulieren und Entscheidungen im Sport Management treffen, ohne die sozialen und ethischen Folgen aus den Augen zu verlieren. Konzepte und Studienergebnisse gegenüber verschiedenen Zielgruppen überzeugend präsentieren und diskutieren. 						
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Managementkonzepte und Steuerungsansätze in Organisationen aus verschiedenen Feldern des Sport: u.a.: Organisationale Entscheidungsprozesse, Organisationsentwicklung, Strategisches Management, Personalmanagement, Qualitätsmanagement, Kommunikations-/Konfliktmanagement Entrepreneurship/Unternehmensgründung: Entwicklung Geschäftsideen, Marktanalyse, Businessplan, Personalplanung, Finanzierung. Analyse praxisbezogener Problemstellungen einer Sportorganisation (z.B. Planung, Personal, Führung) und Entwicklung eines strategischen Konzepts 						
Arbeitsformen	<ul style="list-style-type: none"> Interaktive Vorlesung mit Gruppenaufträgen: Vertiefung und Anwendung grundlegender Konzepte des Managements von Sportorganisationen, wöchentlich vierstündige Präsenzveranstaltung mit Aufträgen zur Vor- und Nachbereitung (3 ECTS) Blockveranstaltung (obligatorisch): Im Rahmen eines Entrepreneur-Planspiels werden in Gruppen Startups gegründet, die in der Folge im selben Markt agieren und bestehen müssen (1 ECTS) Projektveranstaltung: Aktuelle Aspekte des Managements von Sportorganisationen, semesterbegleitend (zweistündig) in Arbeitsgruppen mit Zwischenberichten/-präsentationen und abschliessender Ergebnispräsentation (4 ECTS) 						
Bewertung	Referat und Moderation, Präsentation(en) strategisches Konzept, Projektarbeit						

Unterlagen	Wird in der 1. Stunde bekannt gegeben
Literatur	<p>Horch, H.-D., Schubert, M. & Walzel, S. (2014). <i>Besonderheiten der Sportbetriebslehre</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nagel, S. & Schlesinger, T. (2012). <i>Sportvereinsentwicklung. Ein Leitfaden zur Planung von Veränderungsprozessen</i>. Bern: Haupt.</p> <p>Woratschek, H., Horbel, C., Popp, B. & Ströbel, T. (2015). Service-Quality-Value-Framework: Eine Integration von zentralen Forschungsansätzen im Dienstleistungsmanagement. In S. Bartsch & C. Blümelhuber (Hrsg.), <i>Always Ahead im Marketing: Offensiv, digital, strategisch</i> (S. 99-116). Wiesbaden: Springer.</p> <p>Weiterführende Literatur wird in der 1. Stunde bekannt gegeben.</p>