

Studienordnung des FH-Masterstudiengangs

Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement

Zur Erlangung des akademischen Grads

Master of Master of Arts in Business,
abgekürzt MA

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit und berufsbegleitend

Dauer: 4 Semester

Umfang: 120 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 30 Vollzeit
32 berufsbegleitend

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder.....</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsprofil.....</i>	3
2	Curriculum	7
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	7
2.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	8
2.3	<i>Modulbeschreibungen Berufsbegleitend</i>	16
2.4	<i>Modulbeschreibungen Vollzeit</i>	49
2.5	<i>Berufspraktikum</i>	87
2.6	<i>Auslandssemester</i>	87
3	Zugangsvoraussetzungen.....	88

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

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

Durch die vielfältigen Spezialisierungsmöglichkeiten im Masterstudiengang Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement steht den AbsolventInnen ein breites Feld an beruflichen Möglichkeiten offen. Die branchenübergreifende Thematik kann in verschiedensten Feldern angewandt werden – als **Kernbranchen** wären unter anderem zu nennen:

Berufliche Tätigkeitsfelder: Kernbranchen

Freizeit-, Kultur- und Sportbetriebe	Bildung
Tourismus und Gastgewerbe	Werbung und Marketingkommunikation
Handel	Information und Consulting

Der Arbeitsmarkt bietet den AbsolventInnen nicht nur innerhalb von Unternehmen im Sport-, Kultur- bzw. Veranstaltungsmanagement breitgefächerte Möglichkeiten – auch innerhalb von Marketingabteilungen von Großunternehmen (z.B. in der Eventabteilung von Audi, BMW, u.v.m.) können die AbsolventInnen vielfältig eingesetzt werden. Kommunikationsabteilungen benötigen Know-how im Bereich **Eventmanagement in Verbindung mit Führungs- und Teamkompetenzen**. Die Professionalisierung des Sports verlangt nach **Management** und einer spezialisierten Ausbildung. Auch eine zunehmende **Vermarktung von Dienstleitungen und Aktivitäten von öffentlichen Einrichtungen**, wie etwa bei Museen, verlangt Fachpersonal – hier setzt dieser Studiengang an.

Das Masterstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement bereitet die AbsolventInnen darauf vor, verschiedene Positionen wahrnehmen zu können. Der Studiengang mit einem auf **Führungsaufgaben** bezogenen Konzept soll gewährleisten, dass die AbsolventInnen in zahlreiche Positionen mit hoher Verantwortung einsteigen können.

Durch die interdisziplinäre Auslegung des Studiengangs können die AbsolventInnen mit einer fundierten Managementausbildung Aufgaben in jeglichen Bereichen des **Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagements** übernehmen – auch **leitende Positionen** in KMUS bzw. größeren Unternehmen (vor allem im Bereich Eventmarketing/Sponsoring) stehen den AbsolventInnen offen. Der Studiengang soll zur steigenden Professionalisierung sowie zur Akademisierung der Branche beitragen.

Den Studierenden stehen verschiedene Tätigkeitsbereiche offen, die mit zahlreichen erworbenen Qualifikationen gedeckt werden können. Verschiedene **Tätigkeitsschwerpunkte** (z.B. wirtschaften, managen, kommunizieren), **Produktbereiche** (Art und Nähe des Bezugs zu Sport und Kultur) und ein breites Feld an **Organisationstypen** (verschiedene Arten von Betrieben – von staatlichen Betrieben bis zu NPOs) weisen auf einige der Spezialisierungen nach Abschluss des Studiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement hin.

1.2 Qualifikationsprofil

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Masterstudiengangs 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 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 (Sustainability, Event Design & Experience, Sport- und Kulturpolitik, SKVM in the Urban Context, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM, Critical Thinking in SKVM) sowie der Vermittlung von digitalen Trends in den Fachbereichen. Allgemeine Management- und Wirtschaftskompetenzen werden im Grundlagenkurs zu Budgetierung & Controlling (berufsbegleitend) bzw. International Financial Management (Vollzeit), Leadership Skills, Digital Marketing, Strategic & Innovation Management und Strategic Human Resource Management vermittelt. Hinzu kommen Komplementärkompetenzen im Bereich Social Skills mit Lehrveranstaltungen zu Teambuilding, Öffentlichkeitsarbeit in SKVM (berufsbegleitend) bzw. PR in SCEM (Vollzeit) und Leadership Skills. Die Studiengänge bieten studiengangübergreifende Wahlpflichtmodule zu den Schwerpunkten Sport, Kultur, Veranstaltung und Management. Die Anwendung des Fachwissens sowie die Rückkopplung aus aktueller Praxis und Forschung erfolgt mit Praxisprojekten. Der Integration und Transfer aus dem Bereich der Forschung erfolgt im Rahmen wissenschaftlicher Seminare und einer Lehrveranstaltung zu qualitativer sowie quantitativer Forschungsmethodik.

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenzbeschreibung	Kompetenzzuordnung	Module
Event-managerIn	Konzepterstellung	Können eigenständig Events digital und analog planen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Implementierung	Können verantwortlich Events umsetzen und innovative Erlebnisse vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Praxistransfer SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Projektleitung	Können internationale Projekte als LeiterIn organisieren und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Events verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Vertiefung SKVM
Sport-managerIn	Sportentwicklung	Können aktuelle Entwicklungen im Sport strategisch umsetzen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Sportsponsoring	Können strategische Finanzierungsmodelle verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Marketing	Können den internationalen strategischen	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM

		Markenauftritt von Sportprodukten als auch Sport als Medium von nicht-sportbezogenen Produkten innovativ einsetzen	Personal und sozial	
	Markenentwicklung	Können Organisationen und AthletInnen im Sport zu einer Marke aufbauen	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Kultur-managerIn	Kulturvermittlung	Können Kulturangebote im Hinblick auf internationale Zielgruppen und Erlebnismilieus vermitteln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Organisation	Können in unterschiedlichen kulturbetrieblichen Kontexten Angebote innovativ gestalten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Strategieentwicklung	Können strategische Maßnahmen des Kulturmanagements und der internationalen Kulturpolitik verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM
	Budgetierung	Können die Finanzierung von Kulturfinanzierung im Spagat zwischen Sponsoring, öffentlichen Förderungen und Eigenmitteln verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Praxistransfer SKVM
	Marketing	Können den strategischen Marketingauftritt, digital und analog verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
Tourismus-managerIn	Marketing	Können innovative markenstrategische Ausrichtungen von Destinationen entwickeln und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Führung & Social Skills SKVM
	Strategieentwicklung	Können strategische Kooperationen mit internationalen Sport- und Kultureinrichtungen entwickeln	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Grundlagen SKVM / Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills / Wahlpflichtmodul SKVM

	Budgetierung	Können Finanzpläne verantworten	Fachlich-wissenschaftlich	Grundlagen SKVM / Praxis-transfer SKVM
PR- und Presse-ma-nagerIn	Schnittstellen-management	Können proaktives und prozessuales Stakeholder-management in Projekten verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Führung & Social Skills SKVM / Praxistransfer SKVM / Wahlpflichtmodul SKVM
	Medienarbeit	Können strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit planen und verantworten	Fachlich-wissenschaftlich Personal und sozial	Vertiefung SKVM / Praxis-transfer SKVM

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2021/2022	2021/2022	
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	4	4	
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)	50,5	50,5	
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15	15	
Pflicht-LVS (Gesamtsumme allen Sem.)	937,5	967,5	
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	120	120	
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40	KW 40	
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 5	KW 5	
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 11	KW 11	
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28	KW 28	
WS Wochen	15	15	
SS Wochen	15	15	
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	Nein	Nein	
Unterrichtssprache (Angabe)	Englisch	Deutsch	Der Anteil der englischsprachigen Lehrveranstaltungen beträgt: vz: 100 % der SWS bb: 41,58 % der SWS
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein	Nein	
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

2.2 Curriculumsmatrix

Übersicht Modulzuordnung Berufsbegleitend

Mo-	Modulname	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
FS	Führung & Social Skills SKVM	Digital Marketing (E)	2	3	2
		Leadership Skills (E)	2	3	4
		Recht	2	3	4
		Strategic Human Resource Management (E)	1	2	1
		Strategic & Innovation Management (E)	2	3	2
		Studienreise	2	3	2
		Team Building	2	3	1
GL	Grundlagen SKVM	Budgetierung & Controlling	2	4	1
		Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	2	4	1
		Sportwissenschaften & Sportmanagement	2	4	1
		Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsma-	2	4	1
PT	Praxistransfer SKVM	Elective (E)	2	3	3
		Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Manage-	2	4	2
		Kolloquium zur Masterarbeit	1	2	4
		Masterarbeit	0	22	4
		Praxisprojekt I	2	4	2
		Praxisprojekt II	2	4	3
		Wissenschaftliches Arbeiten	2	4	3
VT	Vertiefung SKVM	Critical Thinking in SKVM	1.5	3	2
		Event Design & Experience	1.5	3	1
		Öffentlichkeitsarbeit in SKVM	2	5	3
		SCEM in the Urban Context (E)	2	3	1
		Sport- & Kulturpolitik	1.5	3	1
		Sustainability (E)	2	4	3
WPK	Wahlpflichtmodul Kultur	Festival Management (E) (WP)	2	5	2
		Technologies of Visitor Experience (E) (WP)	2	5	3
WPM	Wahlpflichtmodul Management	Cross-Cultural Management (E) (WP)	2	5	3
		Project Management (E) (WP)	2	5	2
WPS	Wahlpflichtmodul Sport	Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP)	2	5	2
		Contemporary Issues in Sports Communication (E)	2	5	3
WPV	Wahlpflichtmodul Veranstaltung	Managing the Event Workforce (E) (WP)	2	5	3
		Venue Management (E) (WP)	2	5	2
			50.5	120	

Übersicht Moduluordnung Vollzeit

Modul	Modulname	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
BA	Grundlagen SKVM	International Cultural Management	2	4	1
		International Event Management	2	4	1
		International Financial Management	2	4	1
		International Sports Management	2	4	1
MS	Management & Social Skills SKVM	Digital Marketing	2	3	2
		Leadership Skills	2	3	3
		Strategic Human Resource Management	1	2	3
		Strategic & Innovation Management	2	3	2
		Study Trip	2	3	2
		Team Building	2	3	1
OMC	Wahlpflichtmodul Kultur	Festival Management (WP)	2	5	2
		Technologies of Visitor Experience (WP)	2	5	3
OME	Wahlpflichtmodul Event	Managing the Event Workforce (WP)	2	5	3
		Venue Management (WP)	2	5	2
OMM	Wahlpflichtmodul Management	Cross-Cultural Management (WP)	2	5	3
		Project Management (WP)	2	5	2
OMS	Wahlpflichtmodul Sport	Contemporary Issues in Global Sports (WP)	2	5	2
		Contemporary Issues in Sports Communication (WP)	2	5	3
PT	Praxistransfer SKVM	Business Project I	2	4	2
		Business Project II	2	4	3
		Colloquium on Master Thesis	1	2	4
		Elective	2	3	3
		Master Thesis	0	22	4
		Research Methods & Evidence-based Management	2	4	2
		Thesis Preparation Seminar	2	4	3
SC	Spezialisierung SKVM	Critical Thinking in SCEM	1.5	3	4
		Event Design & Experience	1.5	3	2
		International Sports & Cultural Politics	1.5	3	4
		Public Relations in SCEM	2	4	3
		Risk Management	2	4	1
		SCEM in the Urban Context	2	3	1
		Sustainability	2	4	1
			50.5	120	

Curriculumsmatrix Berufsbegleitend

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Masterarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,6 SWS eingeplant, d.h. bei 30 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 18 ASWS (Vollzeit) bzw. bei 32 akkreditierten Studienplätzen ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 19,2 ASWS (berufsbegleitend), die im 4. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 37,2 ASWS über alle 4 Semester für die Masterarbeitsbetreuung erreicht.

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.1	Team Building	UE			0 %	2	2	4	60	FS	3
bb.FS.2	Strategic Human Resource Management (E)	ILV		X	0 %	1	1	1	15	FS	2
bb.GL.1	Sportwissenschaften & Sportmanagement	ILV			20 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.2	Kulturwissenschaften & Kulturmanagement	ILV			25 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.3	Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement	ILV			25 %	2	1	2	30	GL	4
bb.GL.4	Budgetierung & Controlling	ILV			0 %	2	1	2	30	GL	4
bb.VT.1	Event Design & Experience	SE			0 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.VT.2	Sport- & Kulturpolitik	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.VT.3	SCEM in the Urban Context (E)	ILV		X	0 %	2	1	2	30	VT	3
Summenzeile:						16.0		18.0	270.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240.0					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.3	Studienreise	ILV			0 %	2	2	4	60	FS	3
bb.FS.4	Digital Marketing (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.FS.5	Strategic & Innovation Management (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.PT.1	Praxisprojekt I	PT			50 %	2	3	6	90	PT	4
bb.PT.2	Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management	SE			25 %	2	2	4	60	PT	4
bb.VT.4	Critical Thinking in SKVM	ILV			20 %	1.5	1	1.5	22.5	VT	3
bb.WPK.1	Festival Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPK	5
bb.WPM.1	Project Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPM	5
bb.WPS.1	Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPS	5
bb.WPV.1	Venue Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPV	5
Summenzeile:								21.5	322.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen								232.5			

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.PT.3	Praxisprojekt II	PT			50 %	2	3	6	90	PT	4
bb.PT.4	Wissenschaftliches Arbeiten	SE			20 %	2	2	4	60	PT	4
bb.PT.5	Elective (E)	ILV		X	0 %	2	1	2	30	PT	3
bb.VT.5	Öffentlichkeitsarbeit in SKVM	SE			0 %	2	2	4	60	VT	5
bb.VT.6	Sustainability (E)	ILV		X	50 %	2	1	2	30	VT	4
bb.WPK.2	Technologies of Visitor Experience (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPK	5
bb.WPM.2	Cross-Cultural Management (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPM	5
bb.WPS.2	Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPS	5
bb.WPV.2	Managing the Event Workforce (E) (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	WPV	5
Summenzeile:								20.0	300.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen								210			

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
bb.FS.6	Leadership Skills (E)	ILV		X	20 %	2	1	2	30	FS	3
bb.FS.7	Recht	ILV			0 %	2	1	2	30	FS	3
bb.PT.6	Kolloquium zur Masterarbeit	SE			50 %	1	1	1	15	PT	2
bb.PT.7	Masterarbeit	SE			0 %	0	1	0	0	PT	22*
Summenzeile:						5		5	75		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						75					

* Die 22 ECTS für Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

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	50.5	64.5	967.5	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31.5	39.5	592.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	19	25	375	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	21			41
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	41.58 %			34.17 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	19.16 %			16.46 %

Curriculumsmatrix Vollzeit

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppe	ASW	ALVS	MODUL	ECTS
vz.BA.1	International Sports Management	ILV		X	20 %	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.BA.3	International Event Management	ILV		X	25 %	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.BA.4	International Financial Management	ILV		X	0 %	2	1	2	30	BA SCEM	4
vz.MS.1	Team Building	UE		X	0 %	2	2	4	60	MS SCEM	3
vz.SC.1	Sustainability	ILV		X	50 %	2	1	2	30	SC SCEM	4
vz.SC.2	SCEM in the Urban Context	ILV		X	0 %	2	1	2	30	SC SCEM	3
vz.SC.3	Risk Management	SE		X	0 %	2	1	2	30	SC SCEM	4
vz.BA2	International Cultural Management	ILV		X	25 %	2	1	2	30	BA SCEM	4
Summenzeile:						16		18	270		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						240					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppe	ASW	ALVS	MODUL	ECTS
vz.MS.2	Study Trip	ILV		X	0 %	2	2	4	60	MS SCEM	3
vz.MS.3	Strategic & Innovation Management	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.MS.4	Digital Marketing	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.OMC.1	Festival Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMC	5
vz.OME.1	Venue Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OME	5
vz.OMM.1	Project Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMM	5
vz.OMS.1	Contemporary Issues in Global Sports (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMS	5
vz.PT.1	Business Project I	PT		X	50 %	2	3	6	90	PT SCEM	4
vz.PT.2	Research Methods & Evidence-based Management	SE		X	25 %	2	2	4	60	PT SCEM	4
vz.SC.4	Event Design & Experience	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	SC SCEM	3
Summenzeile:						15.5		21.5	322.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						232.5					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppe	ASW	ALVS	MODUL	ECTS
vz.MS.5	Leadership Skills	ILV		X	20 %	2	1	2	30	MS SCEM	3
vz.MS.6	Strategic Human Resource Management	ILV		X	0 %	1	1	1	15	MS SCEM	2
vz.OMC.2	Technologies of Visitor Experience (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMC	5
vz.OME.2	Managing the Event Workforce (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OME	5
vz.OMM.2	Cross-Cultural Management (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMM	5
vz.OMS.2	Contemporary Issues in Sports Communication (WP)	SE		X	25 %	2	0.5	1.0	15.0	OMS	5
vz.PT.3	Business Project II	PT		X	50 %	2	3	6	90	PT SCEM	4
vz.PT.4	Elective	ILV		X	0 %	2	1	2	30	PT SCEM	3
vz.PT.5	Thesis Preparation Seminar	SE		X	20 %	2	1	2	30	PT SCEM	4
vz.SC.5	Public Relations in SCEM	SE		X	0 %	2	2	4	60	SC SCEM	4
Summenzeile:						15		19.0	285.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						225					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppe	ASW	ALVS	MODUL	ECTS
vz.PT.6	Colloquium on Master Thesis	SE		X	50 %	1	1	1	15	PT SCEM	2
vz.PT.7	Master Thesis	SE		X	0 %	0	1	0	0	PT SCEM	22
vz.SC.6	Critical Thinking in SCEM	ILV		X	20 %	1.5	1	1.5	22.5	SC SCEM	3
vz.SC.7	International Sports & Cultural Politics	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	SC SCEM	3
Summenzeile:						4.0		4.0	60.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						60.0					

* Die 22 ECTS für Masterarbeit teilen sich auf in 20 ECTS für die Masterarbeit und 2 ECTS für die kommissionelle Abschlussprüfung.

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 Vollzeit

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	50.5	62.5	937.5	120
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	31.5	39.5	592.5	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	19	23	345	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr				
Summe technische Veranstaltungen über alle				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	50.5			120
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	100 %			100 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	18.42 %			15.83 %

2.3 Modulbeschreibungen Berufsbegleitend

Modulnummer: GL SKVM	Grundlagen SKVM	Umfang:	
		16	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.) (2020). Einführung in die Sportwissenschaft. Konstanz: UTB. Houlihan, B. & Green, M. (Eds.). (2012). Routledge Handbook of Sports Development. London: Routledge. Hoye, R., Smith, A. C., Nicholson, M., & Stewart, B. (2015). Sport management: principles and applications. London: Routledge. Hylton, K. (2013). Sport Development: Policy, Process and Practice. 3rd ed. London: Routledge. Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G.A. (2012). International Sport Management. IL: Human Kinetics. Schütte, N. (2016). Grundwissen Sportmanagement. Stuttgart: UTB</p>		
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Assmann, A. (2017), Einführung in die Kulturwissenschaft: Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen; Darmstadt Dätsch, C. (2018) (Hg.), Kulturelle Übersetzer, Bielefeld. Hoppe, Bernhard M. / Heinze, Thomas (2016): Einführung in das Kulturmanagement, Springer VS Lang, S. (2015): Partizipatives Kulturmanagement. Interdisziplinäre Verhandlungen zwischen Kunst, Kultur und Öffentlichkeit; Wiesbaden Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen, in: dies., Kunstvermittlung 2, Berlin/Zürich: diaphanes, S. 9-33. Teissl, V./Seltenheim, K. (2017): Kulturtourismus in Tirol. Chancen und Widerstände in einer Alpenregion, Bielefeld.</p>		
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester /</u> Andrews, H. und Leopold, T. (2013). Events and The Social Sciences. London, Taylor and Francis Ltd. Eisemann, U., Winnen, L. und Wrobel, A. (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement: Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten. Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge. Jäger, D. (2018). Grundwissen Eventmanagement. 3. Aufl. utb GmbH, Stuttgart. Sakschewski, T. und Siegfried, P. (2017). Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben und Akteure. Wiesbaden, Springer Gabler. Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical hand-book. 5th ed. USA, Cengage Learning</p>		

Literaturempfehlung	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Horvath, P. (2015): Controlling, 13. Vollst. Überarb. Aufl., Vahlen Verlag München Weber, J. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Überarb. Aufl. Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart Kaplan, P.; Norton P. (2018): Balanced Scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen 1. Auflage Schaeffer Poeschel Verlag Stuttgart Stelling, J. (2008): Kostenmanagement und Controlling Oldenbourg Verlag München Wien Gleich R.; Kappes, M.; Leyk, J (2019): Planung, Budgetierung und Forecast 1. Auflage Haufe Verlag Freiburg</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können die aktuellen Entwicklungen im Sport systematisch darstellen. - Die Studierenden verstehen die grundlegenden Mechanismen von Entwicklungsdynamiken im Sport und können die zentralen Strategien zum Umgang damit beschreiben. - Die Studierenden sind in der Lage, Strategien zum Umgang mit den Entwicklungsdynamiken im Sport in unterschiedlichen Feldern zu entwickeln und diese zu begründen und zu evaluieren.
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben Kenntnis von den Strukturen und Funktionsweisen des Kulturbetriebs. - können die Ziele anhand von Trägerschaften unterscheiden sowie jene der Spartenbetriebe beschreiben. - können die Rollen der zentralen Akteure (Kunstschaffende, KuratorInnen, VermittlerInnen, Finanziers, Publikum) einordnen. - können kultur- und gesellschaftstheoretische Kontexte unterscheiden und deren Umsetzung praktizieren. - beherrschen Schnittstellenmanagement. - sind in der Lage, die Funktionen von Kulturbetrieben zu verstehen und die Anforderungen zu diskutieren. - handeln verantwortlich in Bezug auf Menschenrechte, Programmvermittlung und Marketing. - sind in der Lage, lösungsorientiert an Problemstellung des Kulturmanagements heranzugehen.
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedenen Eventarten, Rahmenbedingungen, Strukturen, Akteure und Instrumentarien des modernen Eventmanagements zu erklären. - grundlegende Problemstellungen im Eventmanagement zu erkennen, analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. - den Zusammenhang zwischen sozialwissenschaftlichen Ansätzen und Eventmanagement zu erkennen. - mit komplexen Sachverhalten umzugehen sowie Informationen zu interpretieren und beurteilen. - ihre Sozial- und Selbstkompetenz sowie ihr kritisches Analyseverhalten, die Diskursfähigkeit sowie Präsentations- und Moderationskompetenzen durch Gruppenarbeit und interaktive Lehrgespräch zu entwickeln.
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Ansätze des Kostenmanagements und Controllings als Managementfunktionen, insbesondere in Bezug auf KMU und auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektmanagement-Aufgaben selbständig auszuführen, - Kosten- und Erfolgsrechnungen zu analysieren, - die wichtigsten Planungs- und Kontrollsysteme anzuwenden, - Direct Costing und Break Even Analysen durchzuführen, - Deckungsbeitragsrechnungen zu kalkulieren, - Gemeinkostenwertanalysen durchzuführen und - Kennzahlensysteme zu identifizieren und analysieren. <p>Die Studierenden sind des Weiteren in der Lage, die Planung und Budgetierung für konkrete Veranstaltungskonzepte durchzuführen und dabei die Ansatzpunkte für ein wertorientiertes Controlling zu finden. Die entstehenden Wettbewerbsvorteile durch effiziente Kostenstrukturen können sie beurteilen.</p>
Lehrinhalte	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Wissenschaft des Sports - Grundlegenden Theorien und Konzepte des Sportmanagements - Besonderheiten des Managements im Breiten- und Leistungssport - Verschiedene Organisationsstrukturen und -kulturen im Sport und ihre Zusammenhänge - Grundlegende Entwicklungsdynamiken im Sport (Modernisierung, Individualisierung, Pluralisierung, Kommerzialisierung, Professionalisierung, Technologisierung, Mediatisierung, Globalisierung) - Planungs- und Steuerungsstrategien zum Umgang mit Entwicklungsdynamiken im Sport
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Strukturen des Kulturbetriebs - Kulturvermittlung, Kultursoziologie und kulturelle Bildung - Schnittstellenmanagement - Internationalisierung

Lehrinhalte	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventbegriff und Eventarten, Planungsmodelle und -stadien - Sozialwissenschaftliche Ansätze im Eventmanagement - Interne und externe Einflüsse auf Eventmanagement - Akteure und Stakeholder im Eventmanagement - Risikomanagement - Eventimplementierung & -logistik - Eventevaluierung
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>In der Lehrveranstaltung werden aufbauend auf den Ansätzen zu einem wertorientierten Controlling, sowohl bewährte Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zero based budgeting, - performance measurement - Deckungsbeitragsrechnung <p>in ihrer Bedeutung kurz eingeordnet.</p> <p>Aufgezeigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Budgetplanung - Einordnung in den Planungsprozess - Beurteilung des Unternehmens- und Projekterfolgs - Soll-Ist Vergleiche - Kennzahlensteuerung
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Sportwissenschaften & Sportmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Kulturwissenschaften & Kulturmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Veranstaltungswissenschaften & Veranstaltungsmanagement /ILV / LV-Nr: bb.GL.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminararbeit</p>
	<p><u>Budgetierung & Controlling /ILV / LV-Nr: bb.GL.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>

Modulnummer: VT SKVM	Vertiefung SKVM	Umfang:	
		21	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Bischof, R. (2008): Event-Marketing. Cornelsen Verlag; Blättler, A.; Gassert, D.; Parikka-Hug, S.; Ronsdorf, M. (2010): Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. transcript Verlag; Geißlinger, H.; Raab, St. (2011): Strategische Inszenierung. Carl-Auer Verlag; Kleine Wieskamp, P. (2016): Storytelling, Carl Hanser Verlag Mikunda, C. (2011): Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. Mi-Wirtschaftsbuch Urthaler, D. (2010): Unvergessliche Veranstaltungen – Dramaturgie und Inszenierung von Events. VDM Verlag;		
	<u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Hampel, A. (2005). Fair Cooperation. Partnerschaftliche Zusammenarbeit in der auswärtigen Kulturpolitik. Wiesbaden: Springer Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Höfing, W., Horst, J. & Nolte, M. (2018) Good Governance im Sport. Tübingen: Mohr Siebeck Konrad, H. (2011). Kulturpolitik: eine interdisziplinäre Einführung, Wien. Mittag, J. & Nieland, J.-U. (2020). Sportpolitik. Wiesbaden: Springer Schad, A. (2018). Cultural Governance in Österreich. Bielefeld: transcript		
	<u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Cudny, W. (2020). Urban Events, Place Branding and Promotion: Place Event Marketing. Oxon: Routledge: Landry, C. (2015). Cities of Ambition. Bern, Comedia Schneider, W. and Jacobsen, K. (2019). Transforming Cities: Paradigms and potential for urban development within the "European Capital of Culture". Hildesheim, Georg Olmes Verlag AG. Smith, A. (2016). Events in the city: Using public spaces as event venues. London, Routledge. Terret, R. and Heck, S. (2015). Sport and urban space in Europe: facilities, industries, identities. London, Taylor & Francis Viehoff, V. and Poynter, G. (2015). Mega-event cities: urban legacies of global sports events. London, Routledge.		
	<u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Assmann, A. (2017). Menschenrechte und Menschenpflichten; Schlüsselbegriffe für eine humane Gesellschaft, Wien</p> <p>Leisink, P., Boselie, P., Hosking, D. M., & van Bottenburg, M. (Eds.) (2013). Managing social issues: a public values perspective. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing</p> <p>Keys, B. (2019). The Ideals of Global Sport: From Peace to Human Rights. Pennsylvania (USA), University of Pennsylvania Press,</p> <p>Journals: Journal of Management Value & Ethics Gender in Management Journal of Critical Media Studies</p> <hr/> <p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Gunning, E. (2019): Public Relations: a practical approach, Red Globe Press Deg, R. (2017): Basiswissen Public Relations, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Elleström, L. (2010): Media borders, multimodality and intermediality. Palgrave Macmillan. Flechtker, B. (2006) Intercultural media training in Europe: Handbuch für TrainerInnen, MitarbeiterInnen und RedakteurInnen. Kopaed-Verl., München.</p> <hr/> <p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Hedstrom, G. (2018): Sustainability: What is it and how to Measure it. De Gruyter Razaq Raj R., Musgrave, J. (2009): Event Management and Sustainability. MPG Books Savery. J. (2011): Sustainability and Sport. Common Ground Publishing Wirtenberg, J. (2014): Building a Culture for Sustainability: People, Planet, and Profits in a New Green Economy. Praeger</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden setzen sich mit der Kreation von Events auseinander. Sie verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und kennen die technischen Möglichkeiten zur Umsetzung der kreativen Ziele. Die Studierenden entwickeln ein markt- bzw. kundenorientiertes Denken und kennen den Ablauf von aufgaben- und zeitgetriebenem Arbeiten. Die Studierenden können sich aktiv und problemlösungsorientiert in Gruppenarbeiten einbringen. Sie entwickeln Kreativität und Leistungsbereitschaft. Sie können kritische Rückfragen aufnehmen, verarbeiten und mit kommunikativer und emotionaler Intelligenz adäquat bearbeiten.</p> <hr/> <p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden: - können Entstehung, Strukturen und Wirkungsintentionen der Sport- und Kulturpolitik im deutschsprachigen Raum darstellen, interpretieren und diskutieren. - können die wichtigsten rechtlichen und institutionellen Grundlagen der Sport- und Kulturpolitik benennen. - können die institutionellen und gesellschaftspolitischen Zusammenhänge der europäischen und internationalen Sport- und Kulturpolitik darstellen und kritisch reflektieren.</p> <hr/> <p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Studierende sind in der Lage: - eine interdisziplinäre und kritische Perspektive zu entwickeln, wie Städte Sport, Kultur und Veranstaltungen für Standortförderung, wirtschaftliche Entwicklung sowie für Kommunalentwicklung nutzen. - die Bedeutung von kulturpolitischen Initiativen (e.g. Kulturhauptstadt Europas) zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. - in Teams Lösungsansätze zu entwickeln. - Informationen aufzuarbeiten, zu analysieren zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen.</p> <hr/> <p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p>

	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die gesellschaftlichen Wirkungsfacetten von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsangeboten darstellen, kritisch hinterfragen und diskutieren. - identifizieren u.a. den Stellenwert der Menschenrechte für Sport, Kultur und Veranstaltungsmanagement. - können zeitgemäße Managementstrategien bewerten und anwenden. - analysieren die gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement. - entwickeln Standards für die kritische Evaluation gesellschaftlicher und technologischer Entwicklungen. - diskutieren ethische Herausforderungen des Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagements. - entwickeln Verantwortungsbewusstsein und grundlegende interkulturelle Kompetenzen. <p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Studierenden sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. Sie beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren. Sie kennen die unterschiedlichen Medienformate und Texte und können diese entsprechend zuordnen.</p> <p>Die Studierenden entwickeln durch Präsentationen ein souveränes, vertrauenswürdiges und überzeugendes Auftreten. Die Studierenden beherrschen eine klare, deutliche Sprache und können mit Begriffen präzise umgehen. Die Diskussionsfähigkeit wird etabliert und kritisches Auseinandersetzen mit verschiedenen Medieninhalten erlernt.</p> <p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Handlungsprinzip der Nachhaltigkeit - das 3 Säulen Modell - die Abgrenzungen bzw. Überschneidungen zu Corporate Social Responsibility - die aktuellen Nachhaltigkeitsdebatten <p>Die Studierenden unterscheiden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedene Nachhaltigkeitskonzepte - die verschiedenen Ziele und Ausrichtungen der Nachhaltigkeit sowohl im Bereich der Wirtschaft als auch im sozialen Kontext
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist Dramaturgie? (Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling; Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften; die äußere Bauform; dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) - Die Inszenierung (Transmedia Storytelling; Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung; die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen; die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers - Das Drehbuch - Neue Formen der Eventinszenierung – Events 2.0 (Die Entstehung neuer Eventformen; Social Media Marketing als Event-Tool) - Weitere interaktive Events 2.0 Tools

Lehrinhalte	<p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen von Sport- und Kulturpolitik - Zentrale Akteure und Entscheidungsstrukturen - Europäische und internationale Strukturen / Institutionen von Sport- und Kulturpolitik - Aktuelle Entwicklungen in der Sport- und Kulturpolitik
	<p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Einfluss urbaner Veranstaltungen auf das Image des Standorts - Das Konzept der Eventifizierung und Eventisierung und seine Auswirkungen auf den urbanen Raum und Stadtentwicklung - Die Bedeutung von urbanen Events, Kultur und Sport für Stadtmarketing, Markenbildung von Städten und raumbezogene Identität - Der Einfluss von Sport auf die Transformation des urbanen Raums und Revitalisierung im Städtebau - Kulturpolitische Initiativen (z.B. Kulturhauptstadt Europas) und die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen - Bewerbungsprozesse und Auswahlverfahren von kulturpolitischen Initiativen
	<p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menschenrechte als manageriale Matrix (z.B. Barrierefreiheit, Teilhabe, Promotion der Gleichheit aller Völker) - Dimensionen von Diversity (u.a. Gender), Repräsentation und Audience Development in Managementstrategien - Entwicklung und Auswirkungen von Kommunikations- und Informationstechnologien auf Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement - Wandel von Arbeitswelten und Märkten im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich - Machtverhältnisse und gesellschaftliche Voraussetzungen zentraler Stakeholder
	<p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien - Ikonographie und orale Traditionen - Historisches Schriftverständnis - Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren, etc.) - Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos, etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen, Präsentation - Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung
	<p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeitskonzepte aus den Blickwinkeln verschiedener Stakeholder im Bereich Sport- und Kulturveranstaltungen (Staaten, Gemeinden, Behörden, Föderationen, Umwelt, Bevölkerung, Arbeitgeber und Arbeitnehmer, etc.) - Auswirkungen von Veranstaltungen auf Teilnehmer, Regionen, Politik, etc. - Aktuelle politische Auseinandersetzung mit dem Problem der Klimaerwärmung - Instrumente des konstanten Qualitätsmanagements, Prozessmanagements und Projektmanagement mit dem Schwerpunkt umfassender Nachhaltigkeitsbestrebungen
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>

	<p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Event Design & Experience /SE / LV-Nr: bb.VT.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Klausur</p>
	<p><u>Sport- & Kulturpolitik /ILV / LV-Nr: bb.VT.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Seminararbeit</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation</p>
	<p><u>Critical Thinking in SKVM /ILV / LV-Nr: bb.VT.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Seminararbeit</p>
	<p><u>Öffentlichkeitsarbeit in SKVM /SE / LV-Nr: bb.VT.5 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Klausur</p>
	<p><u>Sustainability (E) /ILV / LV-Nr: bb.VT.6 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Klausur</p>

Modulnummer: FS SKVM	Führung & Social Skills SKVM	Umfang:	
		20	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine Angabe / 2. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology Garner, E. (2012): Teambuilding: How to turn uncohesive groups into productive teams. Eric Garner & Ventus Publishing ApS Katzenbach, J., Smith, D. (2006): The wisdom of Teams: Creating the High Performance Organization, Harper Business; Leutenberg, E. (2008): The successful Teambuilding Workbook: Self Assessments, Exercises & educational Handouts, Whole Person Ass.,; Paul, J. (2006): Social Events: Wertewandel in der Eventbranche, VDM Thomas, A., Stumpf, S. (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung, Hogrefe;		
	<u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Bailey, C. und Mankin, D. (2018). Strategic Human Resource Management. 2nd ed. Oxford, Oxford University Press. Mensi-Klarbach und Risberg, An. (2019). Diversity in Organizations: Concepts and Practices. London, Red Globe Press. Rees, G. (2002) and Smith, P. (2017). Strategic Human Resource Management: An international perspective. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd. Sparkman, R. (2018). Strategic Workforce Planning: Developing optimized talent strategies for future growth. London, Kogan Page.		
	<u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Richards, G., Palmer, R. (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam. Thomas, A. (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht Thomas, A. (2003): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Göttingen, Vandenhoeck&Ruprecht		
	<u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019): Digital Marketing. 7th edition. UK: Pearson Education Limited. Kingsnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing. 2nd edition. Kogan Page. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited. Krug, St. (2013): Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd edition. New Riders. Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead. Tasora Books.		
	<u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. <i>Harvard Business Review</i>, (July-August 2007), 150-161.</p> <p>Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. <i>Harvard Business Review</i>, (October 2004), 76-84.</p> <p>Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? <i>Harvard Business Review</i>, (November-December 1996), 61-78.</p> <p>Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. <i>Harvard Business Review</i>, (January 2008), 78-93.</p> <p>Porter, Michael E. (1980). Generic Competitive Strategies. In <i>Competitive Strategy - Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i> (pp. 34-46). New York, NY: Free Press.</p>
--	--

<p>Literaturempfehlung</p>	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Northhouse, Peter G. (2019) Leadership, Theory & Practice, 8th. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Northhouse, Peter G. (2015) Introduction to Leadership: Concepts and Practice. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Harvard Business Review Press. (2011) HBR's 10 Must Reads on Leadership. Boston, Massachusetts. Har Price, J. (2017). The construction of cultural leadership. ENCATC Journal of Cultural Management & Policy, 7 (1). pp. 5-16. ISSN 2224-2554</p> <p>Journals: Leadership</p> <p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Vögl, K. (2019): Praxishandbuch Veranstaltungsrecht: Vertragsfragen, Jugend-schutz & Steuern; Landesgesetze, Veranstaltungsstätten & Baurecht; Arbeits-recht, Public Viewing & Urheberrecht. Lexis-Nexis-Verl. ARD Orac, Wien.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teambuildingphasen. - Sie schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. <p>Sie kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - spezifische Team-Rollen - ihre Implikationen - Entwicklungen in den verschiedenen Teambuildingphasen - Handlungsalternativen <p>Sie wenden an:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfahrungslernen - Reflexion - diskursiven Austausch <p>Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einfühlungsvermögen - Konfliktfähigkeit und –bewältigung - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Überzeugungsfähigkeiten - Verantwortungsbewusstsein - Selbstbehauptung <p><u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Studierende sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Umfang und die wechselhafte Rolle von strategischem Personalmanagement sowie die Wechselwirkung zwischen strategischem Personalmanagement und Performance zu verstehen. - die komplexen HR-bezogene Probleme, mit denen sich Unternehmen in einer globalisierten Wirtschaftswelt konfrontiert sehen, zu identifizieren und zu evaluieren und Wissen über die verschiedenen Strategien zur Problembewältigung zu entwickeln. - eine gestärkte Diskussionsfähigkeit zu entwickeln, Argumente und Ideen klar zu artikulieren und zu präsentieren. - 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. - Informationen zu analysieren und zu synthetisieren. <p><u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p>

Die Studierenden wählen selbständig eine zum Studienprogramm passende Destination aus.
Sie klären soziokulturelle sowie wirtschaftliche Daten und Fakten der Zielregion.

Sie entwerfen das Programm:

- mit Schwerpunkten im Kontext zu Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
- Unternehmensbesuchen
- Treffen mit Kooperationen, NGOs, Botschaften, AußenwirtschaftsCentern, etc.

Sie identifizieren:

- soziale und kulturelle Hauptströmungen der betreffenden Region
- wirtschaftliche Entwicklungen der betreffenden Region
- politische Herausforderungen der betreffenden Region

Sie erwerben:

- interkulturelle Kompetenzen
- Diskussionsfähigkeiten
- Organisationsfähigkeiten

Kompetenzerwerb	<p><u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Herausforderungen der integrierten Marketingkommunikation an Unternehmen verstehen - digitale Marketingstrategien konzipieren und umsetzen <p>Sie bewerten Marketingbudgets nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppen - Effizienz - Reichweite - Output <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - auf digitale Herausforderungen reagieren - Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge erfassen - eigenes Handeln einschätzen und hinterfragen
	<p><u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Grundkenntnisse des Konzepts der Strategie und des strategischen Managements im allgemeinen Geschäftsleben. - sind in der Lage, zwischen den Schlüsselkonzepten in der Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu unterscheiden. - sind in der Lage, die Kenntnisse und Anwendungen mehrerer bekannter entwicklungspolitischer, analytischer und strategischer Rahmenwerke zu demonstrieren und ihre Anwendung zur Analyse, Beurteilung und Bewertung verschiedener Situationen zu demonstrieren. - besitzen die Fähigkeit, die bei der Lösung von Problemen gelernten Lektionen auszuwählen und anzuwenden und Lösungen für Szenarien im Zusammenhang mit dem Management von Sport, Kultur und Veranstaltungen zu synthetisieren.
	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - erhalten ein Verständnis für die Entwicklung des allgemeinen Konzepts der Führung, verschiedene grundlegende Ansätze zur Führung und verschiedene Schwelle-Ansätze zur Führung. - können sich kritisch mit ihren individuellen Ansichten und Herangehensweisen an Führung auseinandersetzen. - erhalten die Fähigkeit, ihre emotionale Intelligenz in Führungssituationen anzuwenden. - kennen die wichtigsten Besonderheiten in der Führung von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen.
	<p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Erkenntnisbereiche des österreichischen Veranstaltungsrechts:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsterminologie - Eventarten und deren rechtliche Konsequenzen - Rechtsquellen und -auslegung - haftungsrechtliche Bestimmungen und Versicherungen - Vertragsausgestaltung - arbeitsrechtliche Grundlagen - Steuerrecht - behördliche Genehmigungen <p>Die Studierenden erkennen juristisch risikorelevante Implikationen und subsumieren Sachverhalte unter Rechtsquellen.</p> <p>Darüber hinaus haben sie Kenntnis der verschiedenen juristischen Rechtsgrundlagen, z.B. URG, DSGVO und unterscheiden deren Anwendungsbereiche.</p>
Lehrinhalte	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p>

	<p>Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor-Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion. Dabei werden abgedeckt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen - Zielperspektiven und Risiken - Führung im Team - Organisation von Zusammenarbeit - soziale Kohärenzen - die Zuordnung und Einschätzung von Rollen - Konfliktpotenziale inkl. Ursachen und Lösungen
	<p><u>Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung deckt eine Reihe von Themen, die für den Bereich des Strategischen Talentmanagements relevant sind, wie z.B. harte und weiche Konzepte von Human Resource Management, modern Organisationsmodelle und ihre Bedeutung für die Unternehmenskultur, externe Einflüsse auf strategisches Personalmanagement, die Rolle von flexiblen und mobile Arbeitsformen, traditionelle und innovativer Vergütungsansätze, Karriere- und Talentmanagement und/oder Diversität und Chancengleichheit in Unternehmen.</p>

Lehrinhalte	<p><u>Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Planung, Organisation und Implementierung des Programms - Treffen und Diskussionen mit ExpertInnen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement - Besuche internationalen Institutionen wie zum Beispiel: Botschaften, AußenwirtschaftsCentern der WKÖ oder Goethe Institut. - Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen
	<p><u>Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung zeigt auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings - die Rahmenbedingungen beim Einsatz von digitalem Marketing - die besonderen Herausforderungen bezüglich Interaktion und Schnelllebigkeit im digitalen Marketing. <p>Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Best Practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.</p>
	<p><u>Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte von Strategie und strategischer Innovation (allgemeine Strategie) - Schlüsselkonzepte der strategischen Positionierung und allgemeine wettbewerbsstrategische Rahmenbedingungen für die Industrieanalyse. (Michael Porter) - Innovationsstrategie zur Schaffung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Marktpositionen (Blue Ocean Strategy) - Werkzeuge zur Umsetzung der strategischen Vision in organisatorisches Handeln (u.a. Balanced Scorecard)
	<p><u>Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte und Elemente der Führung in einem modernen Geschäftsumfeld - Grundlegende Herangehensweisen an Führung (Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten und situative Führung) - Neue Ansätze zur Führung (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Die eigenen Ansichten und Ansichten zur Führung verstehen und benennen - Entwicklung und Anwendung von Führungsqualitäten - Besonderheiten der Mitarbeiterführung in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen - Verschiedene Ansätze und Verständnisse von Leadership
	<p><u>Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Rechtsterminologie - Veranstaltungsrecht inkl. verschiedener Veranstaltungsarten - Arbeitsrecht - Urheberrecht - Haftung - Rechtskonsequenzen - Bauverordnungen - Behörden - Gesetze, Verordnungen, Auflagen

Lehr- und Lernmethoden	Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3 Übung
	Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2 Integrierte Lehrveranstaltung
	Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3 Integrierte Lehrveranstaltung
	Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3 Integrierte Lehrveranstaltung
	Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3 Integrierte Lehrveranstaltung
	Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3 Integrierte Lehrveranstaltung
	Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3 Integrierte Lehrveranstaltung
	Team Building /UE / LV-Nr: bb.FS.1 / 1.Semester / ECTS: 3 Präsentation
	Strategic Human Resource Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.2 / 1.Semester / ECTS: 2 Klausur
	Studienreise /ILV / LV-Nr: bb.FS.3 / 2.Semester / ECTS: 3 Bericht
Bewertungsmethoden Kriterien	Digital Marketing (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.4 / 2.Semester / ECTS: 3 Projekt, Präsentation
	Strategic & Innovation Management (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.5 / 2.Semester / ECTS: 3 Klausur
	Leadership Skills (E) /ILV / LV-Nr: bb.FS.6 / 4.Semester / ECTS: 3 Klausur
	Recht /ILV / LV-Nr: bb.FS.7 / 4.Semester / ECTS: 3 Klausur

Modulnummer: PT SKVM	Praxistransfer SKVM	Umfang:	
		43	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 4. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe / 4. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Ahlemann, F. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Springer Gabler. Berlin Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow Bortoluzzi Dubach, E. (2011): Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis. 5., aktualisierte und erw. Aufl., Haupt, Bern, Wien (u.a.). Fabisch, N. (2013) Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr. Orig.-Ausg., 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Dt. Taschenbuch-Verl., München.</p>		
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Baur, N., & Blasius, J. (Hg.) (2014). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (Hg.) (2009). Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 3. Grundl. überarb. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford u.a: Oxford Univ. Press. Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4. Auflage). Weinheim/Basel: Beltz Juventa. Schnell, R. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenburg: DeGruyter.</p>		
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Ahlemann, F. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Springer Gabler. Berlin Gatterer H., Wehnelt J., Schibranski G. (2011): Event der Zukunft. Ein Handbuch für das neue Zeitalter der Eventbranche. Hrsg: Zukunftsinstitut Österreich GmbH Olfert, K. (2012): Projektmanagement. Herne, Kiehl. Risch-Kerst, M. (2011): Eventrecht kompakt: Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb. Springer Rübner, W. (2009): Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge. Businessvillage Steirer W., Matt S., Moser G. (2004): Kulturmanagement leicht gemacht. Der kurze Weg zum Profi. Neuer wissenschaftlicher Verlag Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>		
<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Brunner, H., Knitel, D., Resinger, P. J., Mader, R. (2015) Leitfaden zur Bachelor- und Masterarbeit: Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und berufsfeldbezogenes Forschen an Hochschulen und Universitäten. 3. Auflage. Tectum Wissenschaftsverlag. Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford Univ. Press. Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd. Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient. Turabian, K. L. (2013). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers. Chicago, IL: University of Chicago Press.</p>			

	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing.</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited.</p> <p>Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.</p> <p>Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.</p>
--	--

Literaturempfehlung	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage, ESV Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage, C.F. Müller Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd.</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage, ESV Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage, C.F. Müller Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd.</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen. - zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen. - Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen. - fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft. <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektkommunikation - Selbstorganisation - Zeitmanagement - Organisationsfähigkeit - Stressbewältigung und Belastbarkeit <p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen den Zusammenhang zwischen Forschungspraxis und faktenbasierten Entscheidungsprozessen in der Berufspraxis. - verstehen die Rolle von theoretischen Grundannahmen und Begriffen im Forschungsprozess. - können Stärken und Einsatzgebiete qualitativer und quantitativer Methoden der empirischen Sozialforschung beurteilen. - beherrschen die Konzeption von Fragebögen und Interviewleitfäden. - sind in der Lage, eine empirische Datenerhebung durchzuführen. - kennen Verfahren der analogen und digitalen Datenauswertung. <p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen. - zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen. - Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen. - fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft. <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektkommunikation - Selbstorganisation - Zeitmanagement <p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

Die Studierenden sind in der Lage:

- die zentralen Merkmale eines Forschungsexposés zu erkennen.
- eigenständig empirische Forschungsprojekte auf Masterniveau zu entwickeln und zu planen.
- vorhandene wissenschaftliche Literatur nach forschungspraktischen Kriterien zu gewichten.
- ethische und praktische Aspekte ihrer Forschungsfrage zu reflektieren.
- die Erkenntnispotenziale qualitativer und quantitativer Methoden für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage einzuschätzen.
- die optimalen Methoden für ihr Forschungsdesign auf Masterniveau auszuwählen und zu begründen.
- theoretische und methodische Probleme ihrer geplanten Masterarbeit zu erkennen, zu analysieren und systematische Lösungsansätze zu entwickeln.

Kompetenzerwerb	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bisher erworbenen Kenntnisse in den Diskussionen miteinbringen. - neue Erkenntnisse hinterfragen, einstufen und gegenüberstellen. - Tätigkeiten der ExpertInnen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen bewerten. - Kontakt zu den ExpertInnen aufnehmen und/oder ausbauen und verstehen sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt. <p>Die Studierenden stärken ihre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Kreativität - Fähigkeiten in aufgaben- und zeitgetriebenen Arbeiten an Projekten - Präsentationsfähigkeiten
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden werden zur Artikulation, Reflexion und Diskussion über Problematiken, die sich in Zusammenhang mit ihren Masterarbeitsthemen ergeben, befähigt. Der Austausch soll Klärungsprozesse und einen Prozess des Voneinander-Lernens initiieren.</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Studierende sind nach erfolgreicher Absolvierung der LV in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen.</p>
Lehrinhalte	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterschiede und Schnittstellen von qualitativer und quantitativer Sozialforschung - Forschungsdesign und Forschungsplanung - Qualitative und quantitative Stichproben - Instrumente zur qualitativen und quantitativen Datenerhebung - Methoden zur Datenauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse, Faktorenanalyse, Regressionsanalyse - Beispiele empirischer Studien aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Struktur, Inhalte und Funktion von Forschungsexposés- Forschungsfragen formulieren und kontextualisieren- Interdisziplinarität als Chance und Herausforderung- Forschungsstand erheben und Literatur systematisch gewichten- Forschungslücken finden und kontextualisieren- Informations- und Wissensmanagement- Forschungsmethoden adäquat auswählen und begründen- Gütekriterien empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung- Forschungsethik und Datenschutz- Wissenschaftliche Schreibprozesse |
|--|--|

Lehrinhalte	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Lehrinhalte unter anderem mit folgenden Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Zukunft des Sports, der Kultur und von Veranstaltungen hinsichtlich Bedeutung - Anwendung von Marketinginstrumenten in Projekten - Wissenschaftliche Analyse von Marketingkampagnen in der Praxis - Aktuelle Trends aus International Business in Theorie und Praxis - Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen - Branchen- und F&E-Aktivitäten - Digitale Entwicklungen - Entstehung und Bewertung von Trends, Moden, Booms
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Austausch über Probleme und deren mögliche methodische Lösungen begleitend zur Themenentwicklung der Masterarbeit - Austausch über Literatur und Prozesse des Schreibens als Form der Forschung und Erkenntnisgewinnung
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums (Sport-, Kultur-, Eventmanagement, Urban Studies, Destination Management, Venue Management, Leadership Management).</p> <p>Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Masterseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Der/Die BetreuerIn leitet die Studierenden dabei an; wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Praxisprojekt I /PT / LV-Nr: bb.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Forschungsmethoden & Evidenzbasiertes Management /SE / LV-Nr: bb.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Wissenschaftlicher Artikel</p>
	<p><u>Praxisprojekt II /PT / LV-Nr: bb.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten /SE / LV-Nr: bb.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

	Wissenschaftlicher Artikel
	<u>Elective (E) /ILV / LV-Nr: bb.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u>
	Klausur
	<u>Kolloquium zur Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u>
	Teilnahme
	<u>Masterarbeit /SE / LV-Nr: bb.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u>
	Masterarbeit

Modulnummer: WPK	Wahlpflichtmodul Kultur	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Newbold, C. & Jordan, J. (ed) (2016). Focus on World Festivals, Oxford: Goodfellow Publishers Filipovic, E. et al (ed.) (2010). The biennial reader, Bergen: Hatje Cantz Verlag Picard, D. & Robinson, M. (2006). Festivals, Tourism and change: Remaking Worlds, Duffy, M. & Mair, J. (2018). Festival Encounters. Theoretical Perspectives on festival events. Valck, M. et al (ed) (2016). Film Festivals: History, Theory, Method, Practice.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Bekele, M., et al. (2018). A Survey of Augmented, Virtual, and Mixed Reality for Cultural Heritage. Journal on Computing and Cultural Heritage, 11(2), 1-36. Turner, P. (2017). A Psychology of User Experience. Involvement, Affect and Aesthetics. Cham: Springer. Simon, N. (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer. Vladimir G. (Ed.). (2018). Augmented Reality Art. From an Emerging Technology to a Novel Creative Medium. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - können die Entwicklung und Besonderheiten von Festivals als Format der kulturellen Produktion und sozialen Begegnung einordnen. - verstehen und reflektieren die globalen Strukturen der Festivalwelt, die Bedeutung von Orten und den Wandel durch die Digitalisierung. - kennen die zentralen managerialen Herausforderungen, u.a. der Finanzierung und Kulturvermittlung. - reflektieren das ökonomische und künstlerische Umfeld von Festivals. - können Stellenwert und Wirkung von Festivals auf Destination Management, Kulturtourismus und kulturelle Produktion einordnen. - Entwickeln interkulturelle Kompetenzen und Verantwortungsbewusstsein.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - kennen Grundlagen computervermittelter Kulturerlebnisse. - kennen die zentralen Mechanismen multimedialer Wahrnehmung. - sind in der Lage, zwischen Indoor- und Outdoor-Anwendungen zu unterscheiden. - können einfache Formen des GPS-Tracking auf Besuchererfahrungen anwenden. - können Besucher-Apps im Hinblick auf ihre inhaltliche Qualität beschreiben und bewerten. - sind in der Lage, Usabilitykriterien auf Besucher-Apps anzuwenden. - können das Innovationspotenzial digitaler Anwendungen für Visitor Experience und Audience Development einschätzen.		
Lehrinhalte	<u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Definitionen und (historische) Entwicklung von Festivals- Aufgaben und Potenziale von künstlerischen Festivals- Globale Netzwerke und internationaler Austausch- Festival Tourismus und Nachhaltigkeit- Festival Management- Aktuelle Herausforderungen im Festival Management |
|--|---|

Lehrinhalte	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Typologie von Besucher-Apps in computervermittelten realen Umgebungen (Audioguide, Multimedia- guide, Augmented Reality, Mixed Reality) - Grundlagen multisensorischer Wahrnehmung und multimedialer Verstehensprozesse - Besucherrouten und räumliche Erfahrung - Atmosphäre und Immersion - Enhanced Storytelling und Lernen - Besucher-Engagement durch Web 2.0 - User Experience von Beispielen
Lehr- und Lernmetho- den	<p><u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Festival Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Wissenschaftlicher Artikel</p>
	<p><u>Technologies of Visitor Experience (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPK.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Projekt</p>

Modulnummer: WPM	Wahlpflichtmodul Management	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute. (2017), A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th Edition). Newtown Square, Pennsylvania, USA, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition), Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Browaeyns, M. & Price, R. (2019). Understanding Cross Cultural Management (4th Edition). Harlow, United Kingdom: Pearson. Groysberg, B., Lee, J., Price, J., Cheng, J. (2018) The Leader's Guide to Corporate Culture. Harvard Business Review (Jan-Feb 2018), 44-52 Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - kennen allgemein anerkannte Best Practices im Bereich des Projektmanagements und können diese auch anwenden. - besitzen die Fähigkeit, Projekte und Projektteams auszuwählen, zu entwickeln und zu leiten.		
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - können kulturelle Geschäftspraktiken auf verschiedenen Ebenen (national, organisatorisch, unternehmerisch, professionell) untersuchen, bewerten, vergleichen und beschreiben. - können verschiedene Elemente der Unternehmenskultur sowie die ihnen zugrunde liegenden Triebkräfte identifizieren und klassifizieren. - besitzen die Fähigkeit zur Selbstreflexion über ihre eigenen kulturellen Ansichten und Praktiken.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

	<ul style="list-style-type: none"> - Projekte verstehen und strukturiertes Projektmanagement - Projektlebenszyklus (Auswahl, Initiierung, Planung, Durchführung, Überwachung und Steuerung, Abschluss) - Projektzeitplanung (Terminplanungssoftware, manuelle Terminplanungstechniken) - Methoden des Projektmanagements 	
	<u>Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> <ul style="list-style-type: none"> - Konzept und Anwendung von Kultur in der Wirtschaft - Determinanten und Dimensionen der Kultur - Globale Geschäftskulturen - Kultur und Führung - Die Unternehmenskultur 	
Lehr- und Lernmethoden	Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5 Seminar	
	Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5 Seminar	
Bewertungsmethoden Kriterien	Project Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.1 / 2.Semester / ECTS: 5 Projektdokumentation, Klausur	
	Cross-Cultural Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPM.2 / 3.Semester / ECTS: 5 Projekt, Klausur	
Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Sport	Umfang:
WPS		10
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend	
Lage im Curriculum	2. Semester	
	3. Semester	
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master	
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe	
Geblockt	nein	
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen	
Literaturempfehlung	<u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Byers, T. (Ed.). (2015). Contemporary issues in sport management: A critical introduction. London: Sage. Hoye, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage. Schulenkorf, N., & Frawley, S. (2016). Critical issues in global sport. London: Routledge. Journals: Journal of Sport Management International Review for the Sociology of Sport International Journal of Sport Policy Sport Management Review	
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> -	

	<p>Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). <i>Communication and sport: Surveying the field</i>. London: Sage.</p> <p>Pedersen, P. M. (2013). <i>Routledge handbook of sport communication</i>. New York: Routledge.</p> <p>Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2016). <i>Strategic sport communication</i>. Champaign, IL: Human Kinetics.</p> <p>Journals: Communication & Sport International Journal of Sport Communication Journal of Sport Communication Sport Management Review</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ein Verständnis dafür, dass Sportorganisationen in einem breiteren kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Kontext operieren. - können bestehende und für selbstverständlich gehaltene Strategien und Praktiken im sportlichen Kontext kritisch reflektieren und die komplexen Zusammenhänge zwischen lokalen Formen der Dominanz im Sport sowie breiteren Zusammenhängen identifizieren. - können darlegen, wie Formen asymmetrischer Machtverhältnisse und Kommunikation bestimmte Interessengruppen begünstigen, und sind in der Lage, ihr gewonnenes Verständnis anzuwenden, um die damit einhergehende Diskurse sowie alternative Strukturen zu diskutieren. - können verschiedene Wege aufzeigen, wie der Sportmanagementsektor verbessert werden kann, unter Berücksichtigung der historischen Entwicklung, der aktuellen Trends, Theorien, sowie der untersuchten Bereiche bzw. Herausforderungen. <hr/> <p><u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS:</u></p> <p>Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können den weitreichenden Einfluss und die Präsenz der Kommunikation in der Sportbranche reflektieren. - können kritisch über die Komplexität und Breite der Kommunikation im Sportsektor diskutieren und dabei eine Vielzahl von Paradigmen sowie multidisziplinäre, theoretische und praktische Perspektiven heranziehen. - haben ein Verständnis dafür entwickelt, wie Kommunikation Sportveranstaltungen, wichtige Stakeholder im Sport sowie andere Bereiche der Sportbranche beeinflusst. - können Theorien der Sportkommunikation verwenden, um sportspezifische Phänomene zu erklären.
Lehrinhalte	<p><u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wesentliche Themen und Konzepte des „glokalen“ Sports: Globale Sportökonomie, Kommerzialisierung und strategisches Management - Wichtige Theorien und unterschiedliche Governance-Strukturen in den Bereichen Sport, Integrität und Korruption sowie deren Auswirkungen auf das Management

Lehrinhalte	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS:</u> - Wichtige Kommunikationstheorien und konzeptionelle Aspekte in der Sportmanagementwissenschaft - Sport als Kommunikationssystem und Medienorganisationen im Sport - Sportler - Medienkommunikation, Sportfans und Fankultur in der digitalen Welt - Wichtige Herausforderungen der Sportkommunikation, zukünftige Medienformate und Trends
Lehr- und Lernmethoden	<u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Seminar
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS:</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Contemporary Issues in Global Sports (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Präsentation, Wissenschaftlicher Artikel
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPS.2 / 3.Semester / ECTS:</u> Präsentation, Wissenschaftlicher Artikel

Modulnummer: WPV	Wahlpflichtmodul Veranstaltung	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Berufsbegleitend		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: 1. Studienzyklus, Master / 3. Semester: 1. Studienzyklus, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine Angabe / 3. Semester: keine Angabe		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerIn-	Bachelor-AbsolventInnen, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMACOM.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden können: - Bedarf für Errichtung neuer Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen analysieren und bewerten. - die involvierten Stakeholder für die Konzeption von Infrastruktur benennen (Behörden, Auftraggeber, Investoren, zukünftige Betreiber, Bevölkerung, etc.). - effiziente Vermarktungsstrategien darlegen. - Veranstaltungsimmobilien ökonomisch managen - den Lebenszyklus der Infrastruktur einordnen. - gewohntes Denken und Handeln auf neue veränderte Situationen anpassen, um damit ein flexibles Herangehen mit neuen Herausforderungen aufzubauen. - Chancen und Risiken einer Umsetzung erkennen und abschätzen. - Verhandlungskompetenz entwickeln.		
	<u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Studierenden sind in der Lage: - die Beschaffenheit, Struktur und Prozesse des Personalwesens im Veranstaltungsbereich zu bewerten. - sich kritisch mit moralischen, ethischen und gesetzlichen Belangen in verschiedenen Bereichen des Personalwesens auseinanderzusetzen. - Lösungsansätze für effektives Personalmanagement in der globalen Veranstaltungsbranche kritisch zu diskutieren. - die Komplexität des Freiwilligenmanagements im Veranstaltungsbereich zu verstehen. - basierend auf Informationen fundierte Argumente zu entwickeln und zu artikulieren.		
Lehrinhalte	<u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

	<ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilienmanagement - Überblick über Veranstaltungsimmobiliencluster - Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobiliencluster - Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten - Stakeholder von Veranstaltungsimmobilien - Die Frage der Baukosten - Wechselwirkungen von „Bau“ und „Betrieb“ - Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobilien - Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien - Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage - Standortfaktoren und Standortwahl - Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen - Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien - Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobilien - Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltungsimmobilien im Markt - Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobilien - Herausforderungen im operativen Management von Veranstaltungsimmobilien (inkl. Facility Management) - Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur - Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (z.B. Gartenschauen, Waterfront Development)
	<p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Personalmanagement im Veranstaltungsbereich, z.B. das Unternehmen als pulsierender Kollektivkörper („Pulsating organization“) - Personalbeschaffung, -auswahl, - training und -entwicklung in Veranstaltungsunternehmen - Motivationale Aspekte ehrenamtlichen Engagements sowie Gewinnung und Bindung von freiwilligen Helfern - Emotionale und ästhetische Arbeit im Veranstaltungsbereich - Moral, Ethik und rechtliche Grundlagen im Personalmanagement (z.B. Arbeitsbedingungen)
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p> <hr/> <p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Venue Management (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p> <hr/> <p><u>Managing the Event Workforce (E) (WP) /SE / LV-Nr: bb.WPV.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p>

2.4 Modulbeschreibungen Vollzeit

Modulnummer:	Grundlagen SKVM	Umfang:	
		16	ECTS
BA SCEM			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Hoye, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage.</p> <p>Li, M., MacIntosh, E.W. & Bravo, G.A. (2012). International Sport Management. IL: Human Kinetics.</p> <p>Pedersen, P. M., & Thibault, L. (Eds.). (2014). Contemporary Sport Management. IL: Human Kinetics.</p> <p>Robinson, L., Chelladurai, P., Bodet, G., & Downward, P. (Eds.). (2013). Routledge Handbook of Sport Management. London: Routledge.</p>		
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. and Wilde, N. (2017). Events management: An introduction. 2nd ed. London, Routledge</p> <p>Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. and McDonnell, I. (2010). Events Management. 3rd ed. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann</p> <p>Ferdinand, N. and Kitchin, P. (2016). Events management: An approach. 2nd ed. SAGE Publications Ltd.</p> <p>Getz, D. and Page, S. (2019). Event studies: Theory, research and policy for planned events. 4th ed. London, Routledge.</p> <p>Raj, R., Walters, P. and Rashid, T. (2017). Events management: principles and practice. 3rd ed. London, SAGE Publications Ltd.</p> <p>Shone, A. and Parry, B. (2019). Successful event management: A practical handbook. 5th ed. USA, Cengage Learning.</p>		
	<p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Beach, J., Kaspar, R. The Business of Events Management. (2014), Prentice Hall International. Chapter 20: Events as a Sponsorship Investment</p> <p>Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing.</p> <p>Hawkins, David F., & Cohen, Jacob (November 13, 2014). The Income Statement. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-109.</p> <p>Hawkins, David F. (March 5, 2007). The Balance Sheet. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-108.</p> <p>Hawkins, David F., & Cohen, Jacob (February 26, 2007). The Statement of Cash Flows. Harvard Business School Publishing, Document 9, 101-107.</p> <p>Hock, S., Raithel, S., When Scandal Engulfs a Celebrity Endorser: Four factors should guide firms' reactions. (2019, May-June). Harvard Business Review.</p> <p>Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Bollo, A.; Da Milano, C.; Gariboldi, A., & Torch, C. (2017). Study on Audience Development. How to place audiences at the center of cultural organizations. Brussels: European Union.</p> <p>Küpers, W.; Sonnenburg, S.; Zierold, M. (eds.) (2017). Rethinking Management. Perspectives and Impacts of Cultural Turns and Beyond, Wiesbaden: Springer.</p> <p>Carnwarth, J. D.; Brown, A. S., (2014), Understanding the Values and Impacts of Cultural Experiences. London: Arts Council of England.</p> <p>International Journal of Arts Management</p> <p>The Journal of Arts Management, Law, and Society</p>		
	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen die spezifischen Merkmale des internationalen Sportmarktes. - sind in der Lage, die grundlegenden Konzepte und Theorien im Bereich des internationalen Sports und des Sportmanagements zu reflektieren. - entwickeln ein grundlegendes Verständnis der internationalen Strukturen des Sports (insbesondere des Olympischen Systems), der Globalisierung des Sports und der Sportstrukturen in vergleichender Perspektive. - wissen über die Strukturen der Global Governance im Sport Bescheid. 		
	<p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p>		

	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">- zwischen verschiedenen Arten von Veranstaltungen zu unterscheiden und deren Umfang zu analysieren.- Instrumente und Prozesse der Veranstaltungsplanung und des Veranstaltungsmanagements zu verstehen und anzuwenden.- die Komplexität der Planung und des Managements von Veranstaltungen einschätzen zu können.- verschiedene Arten von Informationen und Daten zu analysieren.- Argumente und Ideen zu formulieren und zu präsentieren.
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>- in Gruppen zusammenzuarbeiten, gemeinsam Informationen zu beschaffen und Lösungen für praktische Programme zu finden.</p> <hr/> <p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Ansätze des Kostenmanagements und Controllings als Managementfunktionen, insbesondere in Bezug auf KMU und auf den Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektmanagement-Aufgaben selbständig auszuführen, - Kosten- und Erfolgsrechnungen zu analysieren, - die wichtigsten Planungs- und Kontrollsysteme anzuwenden, - Direct Costing und Break Even Analysen durchzuführen, - Deckungsbeitragsrechnungen zu kalkulieren, - Gemeinkostenwertanalysen durchzuführen und - Kennzahlensysteme zu identifizieren und analysieren. <p>Die Studierenden sind des Weiteren in der Lage, die Planung und Budgetierung für konkrete Veranstaltungskonzepte durchzuführen und dabei die Ansatzpunkte für ein wertorientiertes Controlling zu finden. Die entstehenden Wettbewerbsvorteile durch effiziente Kostenstrukturen können sie beurteilen.</p> <hr/> <p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Nach Abschluss dieses Kurses sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Innovationspotenzial der künstlerischen Produktion für die Gesellschaft zu beurteilen - Entscheidungsprozesse im Kulturmanagement und deren Beziehung zu Wirtschaft, Politik und Bildung zu analysieren - zwischen öffentlichen Institutionen und der Kreativwirtschaft zu unterscheiden - zwischen rechtlichen Rahmenbedingungen, Finanzierungsstrukturen und Organisationsformen von Kulturorganisationen zu unterscheiden - beschreiben die Beziehung zwischen Publikum und Kulturorganisationen - Publikumsentwicklung in Kulturorganisationen zu implementieren
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Spezifische Merkmale des internationalen Sportmarktes - Grundlegende Konzepte und Theorien des internationalen Sports und des Sportmanagements - Struktur des Sportsystems in internationaler und vergleichender Perspektive - Globalisierung und Global Governance im Sport <hr/> <p><u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungstypologien und Klassifizierungen - Modelle der Veranstaltungsplanung und Planungsphasen - Lebenszyklus von Veranstaltungen - Stakeholder-Analyse - Ideenfindung für Veranstaltungen - Veranstaltungslogistik und -durchführung - Bewertung der Veranstaltung <hr/> <p><u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Der Kurs baut auf den Ansätzen des wertorientierten Controllings auf und nutzt diese:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zero-Based-Budgeting - Leistungsmessung - Deckungsbeitragsrechnung <p>Zu den untersuchten Konzepten gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Budgetplanung - Klassifizierung im Planungsprozess - Bewertung von Organisation und Projekterfolg - Ist-Soll-Vergleiche - Leistungsindikatoren <hr/> <p><u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kunst als Modell für das Management im Allgemeinen - Freiheit der Kunst und die Vielfalt des demokratischen Diskurses - Öffentliche, gemeinnützige und gewinnorientierte Kulturorganisationen - Kreativität und Innovation in der Kreativwirtschaft - Öffentlich-private Partnerschaften im Kulturmanagement - Potenziale und Probleme von Welterbestätten - Publikumsforschung und Publikumsentwicklung

Lehr- und Lernmethoden	<u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
------------------------	--

Lehr- und Lernmethoden	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>International Sports Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>International Event Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Seminararbeit
	<u>International Financial Management /ILV / LV-Nr: vz.BA.4 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Klausur
	<u>International Cultural Management /ILV / LV-Nr: zv.BA2 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Präsentation, Klausur

Modulnummer: SC SCEM	Spezialisierung SKVM	Umfang:	
		24	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: not applicable		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 1. Semester: keine / 2. Semester: keine / 3. Semester: keine / 4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Hedstrom, G. (2018): Sustainability: What is it and how to Measure it. De Gruyter Razaq Raj R., Musgrave, J. (2009): Event Management and Sustainability. MPG Books Savery, J. (2011): Sustainability and Sport. Common Ground Publishing Wirtenberg, J. (2014): Building a Culture for Sustainability: People, Planet, and Profits in a New Green Economy. Praeger		
	<u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Cudny, W. (2020). Urban Events, Place Branding and Promotion: Place Event Marketing. Oxon: Routledge: Landry, C. (2015). Cities of Ambition. Bern, Comedia Schneider, W, and Jacobsen, K. (2019). Transforming Cities: Paradigms and potential for urban development within the "European Capital of Culture". Hildesheim, Georg Olmes Verlag AG. Smith, A. (2016). Events in the city: Using public spaces as event venues. London, Routledge. Terret, R. and Heck, S. (2015). Sport and urban space in Europe: facilities, industries, identities. London, Taylor & Francis Viehoff, V. and Poynter, G. (2015). Mega-event cities: urban legacies of global sports events. London, Routledge.		
	<u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u> Korstanje, M., Raj, R. and griffin, K. (2018). Risk and Safety Challenges for Religious Tourism and Events. USA: CABI Publishing. Mastrogiannakis, D. and Dorville, C. (2014). Security and Sport Mega Events: A complex relation. London: Routledge Silvers, J. (2007). Risk Management for Meetings and Events. London: Routledge. Whelan, C. and Molnar, A. (2018). Securing Mega-Events: Networks, Strategies and Tensions (Crime Prevention and Security Management). London: Palgrave Macmillan. Wynn-Moylan, P. (2017). Risk and Hazard Management for Festivals and Events. London: Routledge.		
	<u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Berridge, G. (2006). Events Design and Experience. London, Routledge. Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge.		
	<u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Argenti, P. A. (2009). Corporate Communication (5., Aufl.). Boston [u.a.]: McGraw-Hill. Cornelissen, J. (2014). Corporate Communication (4., Aufl.). Thousand Oaks: Sage. Gregory, A. (2015). Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach (Fourth edition). PR in practice. London: Kogan Page. Grunig, J. E., Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L. A., Repper, F. C., & White, J. (Eds.) (1992). Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: L. Erlbaum Associates. Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.		
	<u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u>		

Finkel, R., Sharp, B. and Sweeney, M. (2018). Accessibility, inclusion, and diversity in Critical Event Studies. London, Routledge.

Leisink, P., Boselie, P., Hosking, D. M., & van Bottenburg, M. (Eds.). (2013). Managing social issues: a public values perspective. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing

Keys, B. (2019). The Ideals of Global Sport: From Peace to Human Rights. Pennsylvania (USA), University of Pennsylvania Press,

Journals:

Journal of Management Value & Ethics

Gender in Management

Journal of Critical Media Studies

Literaturempfehlung	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Henry, I. & Ko, L.-M. (2014). (eds.). Routledge Handbook of Sport Policy. London: Routledge. Duerr, V., Miller, T., O'Brien, D. (2017). The Routledge Handbook of Global Cultural Policy. London: Routledge. Riccardi, V. (2014). Enabling Cross Overs. Good Practices in the Creative Industries. Singapore: Asia-Europe Foundation. Tiell, B. & Cebula, K. (2020). Governance in Sport: Analysis and application. New York: Human Kinetics.</p> <p>Journals: International Journal of Cultural Policy International Journal of Sport Policy and Politics</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden kennen: - das Handlungsprinzip der Nachhaltigkeit - das 3 Säulen Modell - die Abgrenzungen bzw. Überschneidungen zu Corporate Social Responsibility - die aktuellen Nachhaltigkeitsdebatten</p> <p>Die Studierenden unterscheiden: - verschiedene Nachhaltigkeitskonzepte - die verschiedenen Ziele und Ausrichtungen der Nachhaltigkeit sowohl im Bereich der Wirtschaft als auch im sozialen Kontext</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Studierende sind in der Lage: - eine interdisziplinäre und kritische Perspektive zu entwickeln, wie Städte Sport, Kultur und Veranstaltungen für Standortförderung, wirtschaftliche Entwicklung sowie für Kommunalentwicklung nutzen. - die Bedeutung von kulturpolitischen Initiativen (e.g. Kulturhauptstadt Europas) zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. - in Teams Lösungsansätze zu entwickeln. - Informationen aufzuarbeiten, zu analysieren zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen.</p>
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage: - die komplexen Herausforderungen für Eventmanager:innen zu verstehen und somit die mit dem Eventmanagement verbundenen Risiken zu bewältigen. - die potenziellen Risiken zu identifizieren und sie entsprechend zu bewerten. - die verschiedenen Präventivmaßnahmen zu erkennen, um das Risiko zu minimieren. - die mit dem Risikomanagement verbundenen ethischen und rechtlichen Aspekte einzuschätzen und mit den Versicherungspolizzen für Veranstaltungen vertraut zu sein. - die Rolle von Notfallmaßnahmen und Crowd Management zu verstehen. - Informationen und Beweise kritisch zu diskutieren und zu bewerten. - das theoretische Wissen im praktischen Kontext anzuwenden.</p>
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden setzen sich mit der Kreation von Events auseinander. Sie verstehen, welche Maßnahmen zur Inszenierung von Events ergriffen werden und kennen die technischen Möglichkeiten zur Umsetzung der kreativen Ziele. Die Studierenden entwickeln ein markt- bzw. kundenorientiertes Denken und kennen den Ablauf von aufgaben- und zeitgetriebenem Arbeiten. Die Studierenden können sich aktiv und problemlösungsorientiert in Gruppenarbeiten einbringen. Sie entwickeln Kreativität und Leistungsbereitschaft. Sie können kritische Rückfragen aufnehmen, verarbeiten und mit kommunikativer und emotionaler Intelligenz adäquat bearbeiten.</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>- Die Studierenden sind mit dem innovativen Umgang mit Medien und ihrer Funktion innerhalb von Projektprozessen vertraut. - Studierende beherrschen die Handlungsstrategien im Sprechen, Schreiben und visuellen Agieren. Sie kennen die unterschiedlichen Medienformate und Texte und können diese entsprechend zuordnen. - Die Studierenden entwickeln durch Präsentationen ein souveränes, vertrauenswürdiges und überzeugendes Auftreten. - Die Studierenden beherrschen eine klare, deutliche Sprache und können mit Begriffen präzise umgehen. Die Diskussionsfähigkeit wird etabliert und kritisches Auseinandersetzen mit verschiedenen Medieninhalten erlernt.</p>
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p>

	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none">- können die gesellschaftlichen Wirkungsfacetten von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsangeboten darstellen, kritisch hinterfragen und diskutieren.- identifizieren u.a. den Stellenwert der Menschenrechte für Sport, Kultur und Veranstaltungsmanagement.- können zeitgemäße Managementstrategien bewerten und anwenden.- analysieren die gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement.- entwickeln Standards für die kritische Evaluation gesellschaftlicher und technologischer Entwicklungen.
--	--

Kompetenzerwerb	<ul style="list-style-type: none"> - diskutieren ethische Herausforderungen des Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagements. - entwickeln Verantwortungsbewusstsein und grundlegende interkulturelle Kompetenzen.
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die Entwicklung, Struktur und Auswirkungen der Sport- und Kulturpolitik in vergleichender und internationaler Perspektive erklären, interpretieren und diskutieren. - sind in der Lage, die wichtigsten rechtlichen und institutionellen Grundlagen der Sport- und Kulturpolitik zu erläutern. - können die zentralen Formen und Unterschiede nationaler sport- und kulturpolitischer Strukturen und Ideologien erläutern. - können Institutionen und Gesetzmäßigkeiten sowie gesellschaftspolitische Zusammenhänge der europäischen und internationalen Sport- und Kulturpolitik kritisch reflektieren.
Lehrinhalte	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeitskonzepte aus den Blickwinkeln verschiedener Stakeholder im Bereich Sport- und Kulturveranstaltungen (Staaten, Gemeinden, Behörden, Föderationen, Umwelt, Bevölkerung, Arbeitgeber und Arbeitnehmer, etc.) - Auswirkungen von Veranstaltungen auf Teilnehmer, Regionen, Politik, etc. - Aktuelle politische Auseinandersetzung mit dem Problem der Klimaerwärmung - Instrumente des konstanten Qualitätsmanagements, Prozessmanagements und Projektmanagement mit dem Schwerpunkt umfassender Nachhaltigkeitsbestrebungen
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Einfluss urbaner Veranstaltungen auf das Image des Standorts - Das Konzept der Eventifizierung und Eventisierung und seine Auswirkungen auf den urbanen Raum und Stadtentwicklung - Die Bedeutung von urbanen Events, Kultur und Sport für Stadtmarketing, Markenbildung von Städten und raumbezogene Identität - Der Einfluss von Sport auf die Transformation des urbanen Raums und Revitalisierung im Städtebau - Kulturpolitische Initiativen (z.B. Kulturhauptstadt Europas) und die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen - Bewerbungsprozesse und Auswahlverfahren von kulturpolitischen Initiativen
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Terminologie des Risikomanagements - Kategorien von Risiken bei Events - Risikobewertungsprozess einschließlich Techniken zur Risikoidentifizierung, Maßnahmen zur Risikoprävention und Lösungen für das Krisenmanagement - Versicherungspolitik und rechtliche Perspektiven - Verschiedene Arten von Crowd-Management-Ansätze
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist Dramaturgie? (Die innere Bauform – mit Fokus auf das Storytelling; Storytelling aus der Sicht der Neurowissenschaften; die äußere Bauform; dramaturgische Bauformen in Hinblick auf den Spannungsbogen) - Die Inszenierung (Transmedia Storytelling; Kreativitätstechniken für die Eventinszenierung; die praktische Entwicklung einer Inszenierung anhand von Gruppenübungen; die Inszenierungsmöglichkeiten des Eventmanagers - Das Drehbuch - Neue Formen der Eventinszenierung – Events 2.0 (Die Entstehung neuer Eventformen; Social Media Marketing als Event-Tool) - Weitere interaktive Events 2.0 Tools
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorstellung von Basistexten zum Umgang mit Medien - Ikonographie und orale Traditionen - Historisches Schriftverständnis - Verfassen von Presstexten, Ankündigungstexten (Flyer, Plakate, Broschüren, etc.) - Freies Sprechen (Radio, Fernsehen, Unternehmensvideos, etc.), Vortragssprechen, Begrüßungssprechen, Präsentation - Innovative Ideendistribution als Kompetenzerwerb in der wissenschaftlichen Ausbildung
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p>

- Menschenrechte als manageriale Matrix (z.B. Barrierefreiheit, Teilhabe, Promotion der Gleichheit aller Völker)
- Dimensionen von Diversity (u.a. Gender), Repräsentation und Audience Development in Managementstrategien
- Entwicklung und Auswirkungen von Kommunikations- und Informationstechnologien auf Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
- Wandel von Arbeitswelten und Märkten im Sport-, Kultur- und Veranstaltungsbereich
- Machtverhältnisse und gesellschaftliche Voraussetzungen zentraler Stakeholder

Lehrinhalte	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtlicher und institutioneller Rahmen der Sport- und Kulturpolitik in vergleichender und internationaler Perspektive, anhand von Beispielen aus der Europäischen Union, den USA und Aspekten der multilateralen internationalen Politik - Beispiele aus der afrikanischen und asiatischen Sport- und Kulturpolitik, um eine vergleichende Perspektive auf den Bereich zu bieten - Schlüsselakteure und Entscheidungsstrategien - Neue Tendenzen und kritischer Diskurs
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Sustainability /ILV / LV-Nr: vz.SC.1 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>SCEM in the Urban Context /ILV / LV-Nr: vz.SC.2 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Präsentation</p>
	<p><u>Risk Management /SE / LV-Nr: vz.SC.3 / 1.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Event Design & Experience /ILV / LV-Nr: vz.SC.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Public Relations in SCEM /SE / LV-Nr: vz.SC.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Critical Thinking in SCEM /ILV / LV-Nr: vz.SC.6 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Seminararbeit</p>
	<p><u>International Sports & Cultural Politics /ILV / LV-Nr: vz.SC.7 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Wissenschaftliche Arbeit</p>

Modulnummer:	Management & Social Skills SKVM	Umfang:	
		17	ECTS
MS SCEM			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: first cycle, Master / 2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	1. Semester: keine / 2. Semester: keine / 2. Semester: keine / 3. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Belbin, R. (2010): Management Teams: Why they succeed or fail. Elsevier Science & Technology Garner, E. (2012): Teambuilding: How to turn uncohesive groups into productive teams. Eric Garner & Ventus Publishing ApS Katzenbach, J., Smith, D. (2006): The wisdom of Teams: Creating the High Performance Organization, Harper Business Leutenberg, E. (2008): The successful Teambuilding Workbook: Self Assessments, Exercises & educational Hand-outs, Whole Person Ass.</p>		
	<p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Browaeyns, M Marie-Joëlle & Price, Roger (2019). Chapter 2: Dimensions of Culture: Hofstede and GLOBE. In Understanding Cross Cultural Management (4th ed). Harlow, United Kingdom: Pearson. Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media. Richards, G., Palmer, R. (2010): Eventful cities: cultural management and urban revitalisation. Butterworth-Heinemann. Amsterdam.</p>		
	<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Kaplan, Robert S., & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review, (July-August 2007), 150-161. Kim, W. Chan., & Mauborgne, Renée (2004). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business Review, (October 2004), 76-84. Porter, Michael E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, (November-December 1996), 61-78. Porter, Michael E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, (January 2008), 78-93. Porter, Michael E. (1980). Generic Competitive Strategies. In Competitive Strategy - Techniques for Analyzing Industries and Competitors (pp. 34-46). New York, NY: Free Press.</p>		
	<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019): Digital Marketing. 7th edition. UK: Pearson Education Limited. Kingsnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing. 2nd edition. Kogan Page. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited. Krug, St. (2013): Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd edition. New Riders. Tavsan, N. & Erdem, C. (2018): Customer Experience Management: How to Design, Integrate, Measure and Lead. Tasora Books.</p>		
	<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Northhouse, Peter G. (2019) Leadership, Theory & Practice, 8th. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Northhouse, Peter G. (2015) Introduction to Leadership: Concepts and Practice. Thousand Oaks, California. Sage Publications, Inc. Harvard Business Review Press. (2011) HBR's 10 Must Reads on Leadership. Boston, Massachusetts. Har Price, J. (2017). The construction of cultural leadership. ENCATC Journal of Cultural Management & Policy, 7 (1). pp. 5-16. ISSN 2224-2554</p> <p>Journals: Leadership The Leadership Quarterly</p>		

	<p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Bailey, C. und Mankin, D. (2018). Strategic Human Resource Management. 2nd ed. Oxford, Oxford University Press. Mensi-Klarbach und Risberg, An. (2019). Diversity in Organizations: Concepts and Practices. London, Red Globe Press. Rees, G. (2002) and Smith, P. (2017). Strategic Human Resource Management: An international</p>
--	--

Literaturempfehlung	<p>perspective. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd. Sparkman, R. (2018). Strategic Workforce Planning: Developing optimized talent strategies for future growth. London, Kogan Page.</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden unterscheiden zwischen verschiedenen Teambuildingphasen. - Sie schließen auf die vorherrschenden Problemstrukturen und analysieren anhand von konkreten Beispielsituationen notwendige Handlungsweisen. <p>Sie kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - spezifische Team-Rollen - ihre Implikationen - Entwicklungen in den verschiedenen Teambuildingphasen - Handlungsalternativen <p>Sie wenden an:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfahrungslernen - Reflexion - diskursiven Austausch <p>Sie lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einfühlungsvermögen - Konfliktfähigkeit und –bewältigung - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Überzeugungsfähigkeiten - Verantwortungsbewusstsein - Selbstbehauptung
	<p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden wählen selbständig eine zum Studienprogramm passende Destination aus. Sie klären soziokulturelle sowie wirtschaftliche Daten und Fakten der Zielregion. Sie entwerfen das Programm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mit Schwerpunkten im Kontext zu Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement - Unternehmensbesuchen - Treffen mit Kooperationen, NGOs, Botschaften, AußenwirtschaftsCentern, etc. <p>Sie identifizieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - soziale und kulturelle Hauptströmungen der betreffenden Region - wirtschaftliche Entwicklungen der betreffenden Region - politische Herausforderungen der betreffenden Region <p>Sie erwerben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - interkulturelle Kompetenzen - Diskussionsfähigkeiten - Organisationsfähigkeiten
	<p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Grundkenntnisse des Konzepts der Strategie und des strategischen Managements im allgemeinen Geschäftsleben. - sind in der Lage, zwischen den Schlüsselkonzepten in der Ausrichtung einer Organisation - Mission, Vision und Strategie - zu unterscheiden. - sind in der Lage, die Kenntnisse und Anwendungen mehrerer bekannter entwicklungspolitischer, analytischer und strategischer Rahmenwerke zu demonstrieren und ihre Anwendung zur Analyse, Beurteilung und Bewertung verschiedener Situationen zu demonstrieren. - besitzen die Fähigkeit, die bei der Lösung von Problemen gelernten Lektionen auszuwählen und anzuwenden und Lösungen für Szenarien im Zusammenhang mit dem Management von Sport, Kultur und Veranstaltungen zu synthetisieren.
	<p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Herausforderungen der integrierten Marketingkommunikation an Unternehmen verstehen - digitale Marketingstrategien konzipieren und umsetzen <p>Sie bewerten Marketingbudgets nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppen - Effizienz - Reichweite - Output <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - auf digitale Herausforderungen reagieren - Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge erfassen - eigenes Handeln einschätzen und hinterfragen
	<p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p>

Die Studierenden:

- erhalten ein Verständnis für die Entwicklung des allgemeinen Konzepts der Führung, verschiedene grundlegende Ansätze zur Führung und verschiedene Schwelle-Ansätze zur Führung.
- können sich kritisch mit ihren individuellen Ansichten und Herangehensweisen an Führung auseinandersetzen.
- erhalten die Fähigkeit, ihre emotionale Intelligenz in Führungssituationen anzuwenden.

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>- kennen die wichtigsten Besonderheiten in der Führung von Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen.</p> <hr/> <p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Studierende sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Umfang und die wechselhafte Rolle von strategischem Personalmanagement sowie die Wechselwirkung zwischen strategischem Personalmanagement und Performance zu verstehen. - die komplexen HR-bezogene Probleme, mit denen sich Unternehmen in einer globalisierten Wirtschaftswelt konfrontiert sehen, zu identifizieren und zu evaluieren und Wissen über die verschiedenen Strategien zur Problembewältigung zu entwickeln. - eine gestärkte Diskussionsfähigkeit zu entwickeln, Argumente und Ideen klar zu artikulieren und zu präsentieren. - 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. - Informationen zu analysieren und zu synthetisieren.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung kombiniert Erfahrungslernen durch Outdoor- und Indoor-Anteile mit Impulsvorträgen und Reflexion.</p> <p>Dabei werden abgedeckt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen - Zielperspektiven und Risiken - Führung im Team - Organisation von Zusammenarbeit - soziale Kohärenzen - die Zuordnung und Einschätzung von Rollen - Konfliktpotenziale inkl. Ursachen und Lösungen <hr/> <p><u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Planung, Organisation und Implementierung des Programms - Treffen und Diskussionen mit ExpertInnen aus Sport-, Kultur und Veranstaltungsmanagement - Besuche internationalen Institutionen wie zum Beispiel: Botschaften, AußenwirtschaftsCentern der WKÖ oder Goethe Institut. - Teilnahme an Lehrveranstaltungen an Partnerhochschulen - die Entwicklung von Teams in ihren Zusammensetzungen <hr/> <p><u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte von Strategie und strategischer Innovation (allgemeine Strategie) - Schlüsselkonzepte der strategischen Positionierung und allgemeine wettbewerbsstrategische Rahmenbedingungen für die Industrieanalyse. (Michael Porter) - Innovationsstrategie zur Schaffung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Marktpositionen (Blue Ocean Strategy) - Werkzeuge zur Umsetzung der strategischen Vision in organisatorisches Handeln (u.a. Balanced Scorecard) <hr/> <p><u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung zeigt auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die am Markt verfügbaren Tools des digitalen Marketings - die Rahmenbedingungen beim Einsatz von digitalem Marketing - die besonderen Herausforderungen bezüglich Interaktion und Schnelligkeit im digitalen Marketing. <p>Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Best Practice Digital Marketing Kampagnen besprochen und eigene Marketingkonzepte entworfen.</p> <hr/> <p><u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte und Elemente der Führung in einem modernen Geschäftsumfeld - Grundlegende Herangehensweisen an Führung (Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten und situative Führung) - Neue Ansätze zur Führung (Authentic Leadership, Servant Leadership) - Die eigenen Ansichten und Ansichten zur Führung verstehen und benennen - Entwicklung und Anwendung von Führungsqualitäten - Besonderheiten der Mitarbeiterführung in Sport-, Kultur- und Veranstaltungsorganisationen - Verschiedene Ansätze und Verständnisse von Leadership <hr/> <p><u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<p>Die Lehrveranstaltung deckt eine Reihe von Themen, die für den Bereich des Strategischen Talentmanagements relevant sind, wie z.B. harte und weiche Konzepte von Human Resource Management, modern Organisationsmodelle und ihre Bedeutung für die Unternehmenskultur, externe Einflüsse auf strategisches Personalmanagement, die Rolle von flexiblen und mobile Arbeitsformen, traditionelle und innovativer Vergütungsansätze, Karriere- und Talentmanagement und/oder Diversität und Chancengleichheit in Unternehmen.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Übung</p>

Lehr- und Lernmethoden	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Integrierte Lehrveranstaltung
	<u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Integrierte Lehrveranstaltung
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Team Building /UE / LV-Nr: vz.MS.1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Präsentation
	<u>Study Trip /ILV / LV-Nr: vz.MS.2 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Bericht
	<u>Strategic & Innovation Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.3 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Digital Marketing /ILV / LV-Nr: vz.MS.4 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Projekt, Präsentation
	<u>Leadership Skills /ILV / LV-Nr: vz.MS.5 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Klausur
	<u>Strategic Human Resource Management /ILV / LV-Nr: vz.MS.6 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Klausur

Modulnummer:	Praxistransfer SKVM	Umfang:	
		43	ECTS
PT SCEM			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: first cycle, Master / 4. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 2. Semester: keine / 3. Semester: keine / 3. Semester: keine / 4. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing. Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>		
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Babbie, Earl (2017). The Basics of Social Research. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning. Bernard, H. R., & Bernard, H. R. (2012). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. Sage. Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford u.a: Oxford Univ. Press. Creswell, J. (2013). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. London: SAGE Publications. Maxwell, J. A. (2012). Qualitative research design: An interactive approach: An interactive approach. Sage Publications.</p>		
	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Beech, J., Kaiser, S., Kaspar, R. (eds.) (2014): Business of Events Management. Pearson, Harlow Collette, P. and Fenton, W., The Sponsorship Handbook – Essential tools, tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers. (2011). John Wiley & Sons Publishing. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing. Yin, R. (2008): Case Study Research: design and methods. Sage Publ.</p>		
	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Edger, C. and Oddy, R. (2018). 87 Key Models for Event, Venue and Experience (EVE) Managers. UK, Libri Publishing. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C. & Piercy, N. (2016): Principles of Marketing. 7th European Edition. UK: Pearson Education Limited. Smit, B. & Melissen, F. (2017). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating experiences in Events, Tourism and Hospitality. London, Routledge. Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating a Winning Strategy. New York [u.a.]: Peter Lang.</p>		
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Bryman, A. (2012). Social research methods (4. ed.). Oxford: Oxford University Press. Creswell, J. W. and Creswell, J.D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications Ltd. Heesen, B. (2020). Academic writing in APA Style: Writing Academic Papers and Theses in APA style 7th edition. Canada, Prescient. Ritchie, J., Lewis, J., Mcnaughton Nicholls, C. and Ormston, R. (2013). Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers. London, Sage Publications Ltd. Turabian, K. L. (2013). A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers. Chicago, IL: University of Chicago Press. Wallace, M. and Wray, A. (2016). Critical Reading and writing for postgraduates. London, Sage Publications Ltd.</p>		
<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p>			

	<p>Creswell, J.W. (2012). <i>Qualitative Inquiry and Research Design: Chossing Among Five Approaches</i>. 3rd edition. Thousand Oaks et al: Sage.</p> <p>Darlington, Yvonne / Scott, Dorothy (2002): <i>Qualitative Research in Practice – Stories from the Field</i>, Open University Press, Maidenhead / Philadelphia</p> <p>Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (2000): <i>Handbook of Qualitative Research</i>, 2nd edition, SAGE Publications, Thousand Oaks / London / New Delhi</p> <p>Flick, Uwe (2006): <i>An Introduction to Qualitative Research</i>, 3rd edition, SAGE Publications, London / Thousand Oaks /New Delhi</p> <p>Getz, D. (2012): <i>Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events</i>. Oxford: Butterworth-Heinemann.</p>
--	--

<p>Literaturempfehlung</p>	<p>Gill, J. & Johnson, P. (2010). Research Methods for Managers. 4th edition: London: Sage. Madgalinski, T. (2013). Study Skills for Sports Studies. London: Routledge. Rallis, S.F. & Rossman, G.B. (2012). New York: Guilford Press. Rumsey, D.J. (2009). Statistics II for Dummies. Hoboken: Wiley. Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd. Spicer, J. (2004). Making Sense of Multivariate Data Analysis: An Intuitive Approach. Thousand Oaks et al.: Sage. Yin, R.K. (2010). Qualitative Research from Start to Finish. New York: Guilford Press.</p> <hr/> <p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Creswell, J.W. (2012). Qualitative Inquiry and Research Design: Chossing Among Five Approaches. 3rd edition. Thousand Oaks et al: Sage. Darlington, Yvonne / Scott, Dorothy (2002): Qualitative Research in Practice – Stories from the Field, Open University Press, Maidenhead / Philadelphia Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (2000): Handbook of Qualitative Research, 2nd edition, SAGE Publications, Thousand Oaks / London / New Delhi Flick, Uwe (2006): An Introduction to Qualitative Research, 3rd edition, SAGE Publications, London / Thousand Oaks /New Delhi Getz, D. (2012): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Butterworth-Heinemann. Gill, J. & Johnson, P. (2010). Research Methods for Managers. 4th edition: London: Sage. Madgalinski, T. (2013). Study Skills for Sports Studies. London: Routledge. Rallis, S.F. & Rossman, G.B. (2012). New York: Guilford Press. Rumsey, D.J. (2009). Statistics II for Dummies. Hoboken: Wiley. Saukko, Paula (2006). Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches. Sage Publications Ltd. Spicer, J. (2004). Making Sense of Multivariate Data Analysis: An Intuitive Approach. Thousand Oaks et al.: Sage. Yin, R.K. (2010). Qualitative Research from Start to Finish. New York: Guilford Press.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlangen: - fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen. - zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen. - Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen. - fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft.</p> <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von: - Projektkommunikation - Selbstorganisation - Zeitmanagement - Organisationsfähigkeit - Stressbewältigung und Belastbarkeit</p> <hr/> <p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Studierende: - verstehen den Zusammenhang zwischen Forschungspraxis und faktenbasierten Entscheidungsprozessen und können die Grundprinzipien der sozialwissenschaftlichen Forschung erklären. - verstehen die Logik wissenschaftlichen Arbeitens und die Ziele empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung sowie deren Stärken und Schwächen. - verstehen die Rolle von theoretischen Grundannahmen und Begriffen im sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess. - verstehen die Rolle von Theorie, Konzeptualisierung und theoretischen Rahmen. - verstehen den Nutzen verschiedener quantitativer und qualitativer Methoden zur Erforschung, Beschreibung, Erklärung und Vorhersage sozialer Phänomene und zum Verständnis der sozialen Wirklichkeit. - sind in der Lage, ein eigenes Forschungsdesign auf Masterebene systematisch zu entwickeln und methodisch korrekt festzulegen. - beherrschen die Gestaltung von Fragebögen und Interviewleitfäden. - sind in der Lage, eine empirische Datenerhebung durchzuführen. - sind mit Methoden der analogen und digitalen Datenauswertung vertraut.</p> <hr/> <p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>

	<p>Die Studierenden erlangen:</p> <ul style="list-style-type: none">- fundierte Kenntnisse im angewandten Projektmanagement im Bereich Sport, Kultur und Veranstaltungen.- zentrale Kenntnisse in den Bereichen Konzeption, Planung, Umsetzung und Finanzierung von Veranstaltungen.- Fähigkeiten zur Evaluierung der Zielerreichung von Veranstaltungen.- fundierte Problemlösungsansätze und -strategien für Problemstellungen aus der Wirtschaft. <p>Die Studierenden wissen um die Bedeutung von:</p> <ul style="list-style-type: none">- Projektkommunikation- Selbstorganisation- Zeitmanagement- Organisationsfähigkeit- Stressbewältigung und Belastbarkeit
--	--

Kompetenzerwerb	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bisher erworbenen Kenntnisse in den Diskussionen miteinbringen. - neue Erkenntnisse hinterfragen, einstufen und gegenüberstellen. - Tätigkeiten der ExpertInnen aus Wirtschaft und Wissenschaft angemessen bewerten. - Kontakt zu den ExpertInnen aufnehmen und/oder ausbauen und verstehen sowohl den österreichischen als auch den internationalen Markt. <p>Die Studierenden stärken ihre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diskussions- und Argumentationsfähigkeiten - Kreativität - Fähigkeiten in aufgaben- und zeitgetriebenen Arbeiten an Projekten - Präsentationsfähigkeiten
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die zentralen Merkmale eines Forschungsexposés zu erkennen. - eigenständig empirische Forschungsprojekte auf Masterniveau zu entwickeln und zu planen. - vorhandene wissenschaftliche Literatur nach forschungspraktischen Kriterien zu gewichten. - ethische und praktische Aspekte ihrer Forschungsfrage zu reflektieren. - die Erkenntnispotenziale qualitativer und quantitativer Methoden für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage einzuschätzen. - die optimalen Methoden für ihr Forschungsdesign auf Masterniveau auszuwählen und zu begründen. - theoretische und methodische Probleme ihrer geplanten Masterarbeit zu erkennen, zu analysieren und systematische Lösungsansätze zu entwickeln.
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden werden zur Artikulation, Reflexion und Diskussion über Problematiken, die sich in Zusammenhang mit ihren Masterarbeitsthemen ergeben, befähigt. Der Austausch soll Klärungsprozesse und einen Prozess des Voneinander-Lernens initiieren.</p>
	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Studierende sind nach erfolgreicher Absolvierung der LV in der Lage, ein Fachthema im Bereich Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement selbständig auf- und auszuarbeiten sowie mit wissenschaftlichen Methoden zu überprüfen.</p>
Lehrinhalte	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Unterschiede und Schnittstellen von qualitativer und quantitativer Sozialforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsdesign und Forschungsplanung - Qualitative und quantitative Stichproben - Instrumente zur qualitativen und quantitativen Datenerhebung - Methoden zur Datenauswertung: Qualitative Inhaltsanalyse, Faktorenanalyse, Regressionsanalyse - Beispiele empirischer Studien aus Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement
	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsamer Kick-Off Lehrveranstaltung - Projektauftraggeberbriefing - Projektentwicklung und -steuerung - Zwischenpräsentationen und Abschlusspräsentation - Coaching - Durchführung bzw. Fertigstellung - Begleitung bei der Realisierung - Nachberichterstattung und Dokumentation - Projektpräsentation

	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Lehrinhalte unter anderem mit folgenden Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none">- Die Zukunft des Sports, der Kultur und von Veranstaltungen hinsichtlich Bedeutung- Anwendung von Marketinginstrumenten in Projekten- Wissenschaftliche Analyse von Marketingkampagnen in der Praxis- Aktuelle Trends aus International Business in Theorie und Praxis- Ökonomische, politische und soziale Auswirkungen- Branchen- und F&E-Aktivitäten- Digitale Entwicklungen- Entstehung und Bewertung von Trends, Moden, Booms
--	--

Lehrinhalte	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Struktur, Inhalte und Funktion von Forschungsexposés - Forschungsfragen formulieren und kontextualisieren - Interdisziplinarität als Chance und Herausforderung - Forschungsstand erheben und Literatur systematisch gewichten - Forschungslücken finden und kontextualisieren - Informations- und Wissensmanagement - Forschungsmethoden adäquat auswählen und begründen - Gütekriterien empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung - Forschungsethik und Datenschutz - Wissenschaftliche Schreibprozesse
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Austausch über Probleme und deren mögliche methodische Lösungen begleitend zur Themenentwicklung der Masterarbeit - Austausch über Literatur und Prozesse des Schreibens als Form der Forschung und Erkenntnisgewinnung
	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche, anwendungs- und problemlösungsorientierte schriftliche Arbeit mit klarem Bezug zu den Themenbereichen und Spezialisierungen des Studiums (Sport-, Kultur-, Eventmanagement, Urban Studies, Destination Management, Venue Management, Leadership Management).</p> <p>Die erarbeitete Fragestellung wird anhand einer wissenschaftlichen Arbeit aufbereitet - dies geschieht selbständig und ohne fremde Hilfe (mit angegebenen Quellen und Hilfsmitteln). Durch diese Arbeitsweise wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Problemstellung sowohl wissenschaftlich als auch anwendungsorientiert zu bearbeiten. Im Rahmen des Masterseminars werden die Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit betreut und begleitet. Themensuche, Gliederung und Zeitplanung sollen eigenständig durch die Studierenden erarbeitet werden - dies geschieht vor allem auch durch die kritische Auseinandersetzung mit möglichen Fragestellungen und Hypothesen. Der/Die BetreuerIn leitet die Studierenden dabei an; wissenschaftliche Methodik und die formale Gestaltung werden im Rahmen des individuellen Coachings ebenso diskutiert wie Fragen des Zeitmanagements.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Integrierte Lehrveranstaltung</p>
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u></p> <p>SEminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Business Project I /PT / LV-Nr: vz.PT.1 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Research Methods & Evidence-based Management /SE / LV-Nr: vz.PT.2 / 2.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Wissenschaftliche Arbeit</p>
	<p><u>Business Project II /PT / LV-Nr: vz.PT.3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Projekt</p>
	<p><u>Elective /ILV / LV-Nr: vz.PT.4 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Thesis Preparation Seminar /SE / LV-Nr: vz.PT.5 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>wissenschaftliche Arbeit</p>
	<p><u>Colloquium on Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.6 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teilnahme</p>

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Master Thesis /SE / LV-Nr: vz.PT.7 / 4.Semester / ECTS: 22</u> Masterarbeit
------------------------------	---

Modulnummer: OMC	Wahlpflichtmodul Kultur	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Newbold, C. & Jordan, J. (ed) (2016). Focus on World Festivals, Oxford: Goodfellow Publishers Filipovic, E. et al (ed.) (2010). The biennial reader, Bergen: Hatje Cantz Verlag Picard, D. & Robinson, M. (2006). Festivals, Tourism and change: Remaking Worlds, Duffy, M. & Mair, J. (2018). Festival Encounters. Theoretical Perspectives on festival events. Valck, M. et al (ed) (2016). Film Festivals: History, Theory, Method, Practice.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Bekele, M., et al. (2018). A Survey of Augmented, Virtual, and Mixed Reality for Cultural Heritage. Journal on Computing and Cultural Heritage, 11(2), 1-36. Turner, P. (2017). A Psychology of User Experience. Involvement, Affect and Aesthetics. Cham: Springer. Simon, N. (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Vermeeren, A., Calvi, L., & Sabiescu, A. (Eds.). (2018). Museum experience design: Crowds, ecosystems and novel technologies. Cham: Springer. Vladimir G. (Ed.). (2018). Augmented Reality Art. From an Emerging Technology to a Novel Creative Medium. Cham: Springer.		
Kompetenzerwerb	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - können die Entwicklung und Besonderheiten von Festivals als Format der kulturellen Produktion und sozialen Begegnung einordnen. - verstehen und reflektieren die globalen Strukturen der Festivalwelt, die Bedeutung von Orten und den Wandel durch die Digitalisierung. - kennen die zentralen managerialen Herausforderungen, u.a. der Finanzierung und Kulturvermittlung. - reflektieren das ökonomische und künstlerische Umfeld von Festivals. - können Stellenwert und Wirkung von Festivals auf Destination Management, Kulturtourismus und kulturelle Produktion einordnen. - Entwickeln interkulturelle Kompetenzen und Verantwortungsbewusstsein.		
	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - kennen Grundlagen computervermittelter Kulturerlebnisse. - kennen die zentralen Mechanismen multimedialer Wahrnehmung. - sind in der Lage, zwischen Indoor- und Outdoor-Anwendungen zu unterscheiden. - können einfache Formen des GPS-Tracking auf Besuchererfahrungen anwenden. - können Besucher-Apps im Hinblick auf ihre inhaltliche Qualität beschreiben und bewerten. - sind in der Lage, Usabilitykriterien auf Besucher-Apps anzuwenden. - können das Innovationspotenzial digitaler Anwendungen für Visitor Experience und Audience Development einschätzen.		
Lehrinhalte	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> - Definitionen und (historische) Entwicklung von Festivals - Aufgaben und Potenziale von künstlerischen Festivals - Globale Netzwerke und internationaler Austausch - Festival Tourismus und Nachhaltigkeit - Festival Management - Aktuelle Herausforderungen im Festival Management		
	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> - Typologie von Besucher-Apps in computervermittelten realen Umgebungen (Audioguide, Multimediaguide, Augmented Reality, Mixed Reality) - Grundlagen multisensorischer Wahrnehmung und multimedialer Verstehensprozesse - Besucherrouten und räumliche Erfahrung - Atmosphäre und Immersion - Enhanced Storytelling und Lernen - Besucher-Engagement durch Web 2.0 - User Experience von Beispielen		

Lehr- und Lernmethoden	Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5 Seminar
------------------------	--

Lehr- und Lernmethoden	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Festival Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Wissenschaftliche Arbeit
	<u>Technologies of Visitor Experience (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMC.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Projekt

Modulnummer: OME	Wahlpflichtmodul Event	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Atkin, B. (2015). Total Facility Management. 4th ed. New Jersey (USA), Wiley-Blackwell; Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. London, Routledge Mahoney, K. (2015). Public Assembly Venue Management: Sports, Entertainment, Meeting, and Convention Venues. Dallas (USA), Brown Books Nolan, E. (2017). Working with venues for Events: A Practical Guide Hardcover. London, Francis and Taylor. Roper, K. and Payant, R. (2014). The Facility Management Handbook. 4th ed. USA; AMACOM.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Benson, A. (2019). International Sports Volunteering. London: Routledge. Smith, K., Lockstone-Binney, L. Holmes, K and Baum, T. (2017). Event Volunteering: International Perspectives on the Event Volunteering Experience. London, Routledge. Van der Wagen, L. (2014). Human Resource Management for Events. 2nd edition. London, Routledge.		
Kompetenzerwerb	<u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden können: - Bedarf für Errichtung neuer Infrastrukturen bzw. für die Renovierung von bestehenden Infrastrukturen analysieren und bewerten. - die involvierten Stakeholder für die Konzeption von Infrastruktur benennen (Behörden, Auftraggeber, Investoren, zukünftige Betreiber, Bevölkerung, etc.). - effiziente Vermarktungsstrategien darlegen. - Veranstaltungsimmobilien ökonomisch managen - den Lebenszyklus der Infrastruktur einordnen. - gewohntes Denken und Handeln auf neue veränderte Situationen anpassen, um damit ein flexibles Herangehen mit neuen Herausforderungen aufzubauen. - Chancen und Risiken einer Umsetzung erkennen und abschätzen. - Verhandlungskompetenz entwickeln.		
	<u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Studierende sind in der Lage: - die Beschaffenheit, Struktur und Prozesse des Personalwesens im Veranstaltungsbereich zu bewerten. - sich kritisch mit moralischen, ethischen und gesetzlichen Belangen in verschiedenen Bereichen des Personalwesens auseinanderzusetzen. - Lösungsansätze für effektives Personalmanagement in der globalen Veranstaltungsbranche kritisch zu diskutieren. - die Komplexität des Freiwilligenmanagements im Veranstaltungsbereich zu verstehen. - basierend auf Informationen fundierte Argumente zu entwickeln und zu artikulieren.		
Lehrinhalte	<u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u>		

	<ul style="list-style-type: none">- Allgemeine Einführung in das Veranstaltungsimmobilienmanagement- Überblick über Veranstaltungsimmobiliencluster- Merkmale ausgewählter Veranstaltungsimmobiliencluster- Bedeutung von Architektur und Raumkonzepten- Stakeholder von Veranstaltungsimmobilien- Die Frage der Baukosten- Wechselwirkungen von „Bau“ und „Betrieb“- Lebenszyklus von Veranstaltungsimmobilien- Planung, Finanzierung und Bau von Veranstaltungsimmobilien- Markt- und Bedarfsanalysen als Grundlage- Standortfaktoren und Standortwahl- Entwicklung von Finanzierungskonzepten, Businessplänen- Strategisches und operatives Management von Veranstaltungsimmobilien- Anwendung von Methoden des Strategischen Managements auf Veranstaltungsimmobilien- Erfolgreiche strategische Positionierung von Veranstaltungsimmobilien im Markt- Wechselwirkungen zwischen strategischem Management und operativem Management von Veranstaltungsimmobilien- Herausforderungen im operativen Management von Veranstaltungsimmobilien (inkl. Facility Management)- Besonderheiten der Konferenz- und Kongressinfrastruktur- Besonderheiten der Infrastruktur in der Freizeitwirtschaft (z.B. Gartenschauen, Waterfront)
--	---

Lehrinhalte	Development)
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Personalmanagement im Veranstaltungsbereich, z.B. das Unternehmen als pulsierender Kollektivkörper („Pulsating organization“) - Personalbeschaffung, -auswahl, - training und -entwicklung in Veranstaltungsunternehmen - Motivationale Aspekte ehrenamtlichen Engagements sowie Gewinnung und Bindung von freiwilligen Helfern - Emotionale und ästhetische Arbeit im Veranstaltungsbereich - Moral, Ethik und rechtliche Grundlagen im Personalmanagement (z.B. Arbeitsbedingungen)
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Seminar</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Venue Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p>
	<p><u>Managing the Event Workforce (WP) /SE / LV-Nr: vz.OME.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u></p> <p>Klausur</p>

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Management	Umfang:	
		10	ECTS
OMM			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: not applicable / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Project Management Institute. (2017), A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th Edition). Newtown Square, Pennsylvania, USA, Project Management Institute, Inc. Schwalbe, K. (2015), An Introduction to Project Management (5th Edition)., Minneapolis, MN, USA. Schwalbe Publishing.		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Browaeys, M. & Price, R. (2019). Understanding Cross Cultural Management (4th Edition). Harlow, United Kingdom: Pearson. Groysberg, B., Lee, J., Price, J., Cheng, J. (2018) The Leader's Guide to Corporate Culture. Harvard Business Review (Jan-Feb 2018), 44-52 Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). Kiss, bow, or shake hands: the bestselling guide to doing business in more than 60 countries (2nd Edition). Avon, Mass.: Adams Media.		
Kompetenzerwerb	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - kennen allgemein anerkannte Best Practices im Bereich des Projektmanagements und können diese auch anwenden. - besitzen die Fähigkeit, Projekte und Projektteams auszuwählen, zu entwickeln und zu leiten.		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - haben ein umfassendes Verständnis und Arbeitswissen in Schlüsselbereichen der globalen Managementpraktiken. - können kulturelle Geschäftspraktiken auf verschiedenen Ebenen (national, organisatorisch, unternehmerisch, professionell) untersuchen, bewerten, vergleichen und beschreiben. - können verschiedene Elemente der Unternehmenskultur sowie die ihnen zugrunde liegenden Triebkräfte identifizieren und klassifizieren. - besitzen die Fähigkeit zur Selbstreflexion über ihre eigenen kulturellen Ansichten und Praktiken.		
Lehrinhalte	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> - Projekte verstehen und strukturiertes Projektmanagement - Projektlebenszyklus (Auswahl, Initiierung, Planung, Durchführung, Überwachung und Steuerung, Abschluss) - Projektzeitplanung (Terminplanungssoftware, manuelle Terminplanungstechniken) - Methoden des Projektmanagements		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> - Konzept und Anwendung von Kultur in der Wirtschaft - Determinanten und Dimensionen der Kultur - Globale Geschäftskulturen - Kultur und Führung - Die Unternehmenskultur		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Seminar		
	<u>Cross-Cultural Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Seminar		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Project Management (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMM.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Projektdokumentation, Klausur		

	<p>Cross-Cultural Management (WP) / SE / LV-Nr: vz.OMM.2 / 3.Semester / ECTS: 5 Projekt, Klausur</p>
--	--

Modulnummer:	Wahlpflichtmodul Sport	Umfang:	
		10	ECTS
OMS			
Studiengang	Fachhochschul-Masterstudiengang-Sports, Culture & Event Management Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: first cycle, Master / 3. Semester: first cycle, Master		
Vorkenntnisse	2. Semester: keine / 3. Semester: keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. Teilnehmer:innen	Bachelor-Absolvent:innen, Anfänger:innen		
Literaturempfehlung	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Byers, T. (Ed.). (2015). Contemporary issues in sport management: A critical introduction. London: Sage. Hoye, R., & Parent, M. M. (Eds.). (2016). The Sage Handbook of Sport Management. London: Sage. Schulenkorf, N., & Frawley, S. (2016). Critical issues in global sport. London: Routledge. Journals: Journal of Sport Management International Review for the Sociology of Sport International Journal of Sport Policy Sport Management Review		
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). Communication and sport: Surveying the field. London: Sage. Pedersen, P. M. (2013). Routledge handbook of sport communication. New York: Routledge. Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E., & Geurin, A. N. (2016). Strategic sport communication. Champaign, IL: Human Kinetics. Journals: Communication & Sport International Journal of Sport Communication Journal of Sport Communication Sport Management Review		
Kompetenzerwerb	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Die Studierenden: - entwickeln ein Verständnis dafür, dass Sportorganisationen in einem breiteren kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Kontext operieren. - können bestehende und für selbstverständlich gehaltene Strategien und Praktiken im sportlichen Kontext kritisch reflektieren und die komplexen Zusammenhänge zwischen lokalen Formen der Dominanz im Sport sowie breiteren Zusammenhängen identifizieren. - können darlegen, wie Formen asymmetrischer Machtverhältnisse und Kommunikation bestimmte Interessengruppen begünstigen, und sind in der Lage, ihr gewonnenes Verständnis anzuwenden, um die damit einhergehende Diskurse sowie alternative Strukturen zu diskutieren. - können verschiedene Wege aufzeigen, wie der Sportmanagementsektor verbessert werden kann, unter Berücksichtigung der historischen Entwicklung, der aktuellen Trends, Theorien, sowie der untersuchten Bereiche bzw. Herausforderungen.		
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Studierende: - können den weitreichenden Einfluss und die Präsenz der Kommunikation in der Sportbranche reflektieren. - können kritisch über die Komplexität und Breite der Kommunikation im Sportsektor diskutieren und dabei eine Vielzahl von Paradigmen sowie multidisziplinäre, theoretische und praktische Perspektiven heranziehen. - haben ein Verständnis dafür entwickelt, wie Kommunikation Sportveranstaltungen, wichtige Stakeholder im Sport sowie andere Bereiche der Sportbranche beeinflusst. - können Theorien der Sportkommunikation verwenden, um sportspezifische Phänomene zu erklären.		
Lehrinhalte	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> - Wesentliche Themen und Konzepte des „glokalen“ Sports: Globale Sportökonomie, Kommerzialisierung und strategisches Management - Wichtige Theorien und unterschiedliche Governance-Strukturen in den Bereichen Sport, Integrität und Korruption sowie deren Auswirkungen auf das Management		
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u>		

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Wichtige Kommunikationstheorien und konzeptionelle Aspekte in der Sportmanagementwissenschaft- Sport als Kommunikationssystem und Medienorganisationen im Sport- Sportler - Medienkommunikation, Sportfans und Fankultur in der digitalen Welt- Wichtige Herausforderungen der Sportkommunikation, zukünftige Medienformate und Trends |
|--|---|

Lehrinhalte	
Lehr- und Lernmethoden	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Seminar
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Seminar
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Contemporary Issues in Global Sports (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.1 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Präsentation, wissenschaftliche Arbeit
	<u>Contemporary Issues in Sports Communication (WP) /SE / LV-Nr: vz.OMS.2 / 3.Semester / ECTS: 5</u> Präsentation, wissenschaftliche Arbeit

2.5 Berufspraktikum

Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	Nein
---	------

2.6 Auslandssemester

Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	Nein
---	------

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG idgF, fachliche Zugangsvoraussetzung zu einem Fachhochschul-Masterstudiengang ist demnach ein abgeschlossener facheinschlägiger Fachhochschul-Bachelorstudiengang oder der Abschluss eines gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung.

1. Als facheinschlägig gelten für den vorliegenden Antrag Bachelorstudien(-gänge) bzw. gleichwertige postsekundäre Bildungsabschlüsse aus sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Fachrichtungen (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 03/04), die die Kernfachbereiche Marketing, Kommunikation, Management und Betriebswirtschaftslehre, Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement/-wissenschaften, oder vergleichbare Themenbereichen (in Anlehnung an ISCED 2013, Fields of Education and Training 031/032/041), summarisch in einem Gesamtumfang von zumindest 30 ECTS behandeln.
2. Die FH Kufstein Tirol sieht in ihrer Studiengangsarchitektur eine Vernetzung der Bachelor- und Masterprogramme im Sinne des Bologna-Prozesses vor: Nach erfolgreichem Abschluss eines Bachelorstudiums stehen den AbsolventInnen mehrere Möglichkeiten für ein Masterstudium an und außerhalb der FH Kufstein Tirol offen. Für den vorliegenden Masterstudiengang wären AbsolventInnen folgender Studiengänge der FH Kufstein Tirol (unabhängig von der Organisationsform) aufgrund der oben genannten fachlichen Vorbildung zugelassen:
 - Energie- & Nachhaltigkeitsmanagement
 - Facility Management & Immobilienwirtschaft
 - Internationale Wirtschaft & Management
 - Marketing & Kommunikationsmanagement
 - Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement
 - Unternehmensführung
 - Web-Business & Technology
 - Wirtschaftsingenieurwesen
3. Die Unterrichts- und Prüfungssprachen an der FH Kufstein Tirol sind studiengangsübergreifend Deutsch und Englisch. Somit ist für Studierende aus dem nicht deutschsprachigen Ausland im Fach Deutsch ein entsprechender Nachweis zu erbringen.
4. Das Unterrichtsprogramm in der Organisationsform Vollzeit ist zu 100 % in Englisch und setzt ein nachgewiesenes Sprachniveau von mindestens B2 voraus.
5. Die Überprüfung der Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen obliegt der Studiengangsleitung des Masterstudiengangs Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement.