

# **Modulhandbuch**

**zum Studiengang**

**Master of Science**

**Management & Consulting im Sport**

**an der Fakultät für Sportwissenschaft**

**Ruhr-Universität Bochum**

Stand: 24. Juni 2019

<b>Modul 1: Konzepte und Methoden des Consulting</b>			
<b>Dozentin:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Deitersen-Wieber		Deitersen-Wieber	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Konzepte und Methoden der Beratung	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R. Mündliche Prüfung	15 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
		selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden sollen Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben, die sie auf die berufliche Tätigkeit im Consulting vorbereiten. Sie lernen die wesentlichen Konzepte und Instrumente des Consulting kennen, können deren Stärken und Schwächen einordnen und diese situationsbezogen anwenden.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Intensivseminar mit Gastvorträgen und engem Dialog mit erfahrenen Beratern aus verschiedenen Bereichen des Sports zu Aufgabenfeldern, Toolsets, notwendigen und sinnvollen Fertigkeiten etc.</p> <p>Aufbauend auf theoretischen Ansätzen der Organisationsberatung und gängigen Methoden der wissenschaftlichen Beratung werden die Rolle, die Funktion und das Handeln von Beratern und Projektentwicklern im Sport kritisch analysiert. Hierzu werden die in der Praxis des (Sport-)Consulting angewandten Konzepte und Instrumente systematisch einer tiefergehenden Analyse unterzogen.</p>		

<b>Modul 2: Methoden empirischer Sozialforschung</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Bormann, Faß		Bormann, Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
10	300	Jährlich	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Methoden empirischer Sozialforschung I	3 SWS
	Seminar	Methoden empirischer Sozialforschung II	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R. Klausur	120 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Grundlegende Kenntnisse in Methodenlehre.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
		Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse zum Methodenspektrum in der empirischen Sozialforschung. Sie werden befähigt, eigenständig Forschungsfragen zu entwickeln, angemessene Studiendesigns zu entwerfen und verschiedene Methoden der Datengewinnung und -auswertung für ausgewählte Problemstellungen kompetent und eigenständig einzusetzen.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	Die Veranstaltung befasst sich mit theoretischen und praktischen Aspekten empirischer Untersuchungen. Dabei werden sowohl quantitative als auch qualitative Verfahren im Hinblick auf ihre Besonderheiten, Probleme und Begrenzungen sowie die Möglichkeiten der zielführenden Verknüpfung (Mixed Method-Ansatz) als Methoden des Erkenntnisgewinns betrachtet. Behandelt werden Aufbau und Logik eines Forschungsprozesses sowie Methoden der Datenerhebung, Datenaufbereitung und Datenauswertung. Im Bereich der quantitativen Verfahren liegen die Schwerpunkte der Veranstaltung auf der praktischen Anwendung von deskriptiv- und inferenzstatistischen Methoden der computergestützten Datenanalyse. Im Bereich qualitativer Verfahren liegt der Schwerpunkt vor allem auf Anwendungsperspektiven in der Organisationsforschung. Zudem wird erörtert, welche Möglichkeiten sich durch die Kombination und Triangulation quantitativer und qualitativer Methoden im Forschungsprozess bieten und wie Mixed Method Designs zu gestalten sind.		

<b>Modul 3: Sozioökonomie und Politik des Sports</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Schlesinger		Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch   Englisch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Sozioökonomie und Politik des Sports	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	Klausur	90 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden sind in der Lage sozioökonomische und politikwissenschaftliche Ansätze auf das Phänomen Sport, Sportentwicklung sowie Steuerung von Sportentwicklung kompetent und reflektiert anzuwenden. Des Weiteren entwickeln sie Fähigkeiten im Bereich der kritischen und umfassenden Aufarbeitung allgemeiner wie sportbezogener ökonomischer, wirtschaftssoziologischer und politikwissenschaftlicher Literatur.</p>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Im Seminar werden vertiefende Kenntnisse über makro- und mikroökonomische Perspektiven des Sports vermittelt. Dazu zählt Wissen über die Funktionsweise von Märkten im Sport sowie das Zusammenspiel der Marktteilnehmer, einschließlich der Rolle des Staates. Neben der sozioökonomischen Bedeutung des Sports für die Gesellschaft werden die politischen Strukturen und Entscheidungen im System Sport beleuchtet und im Hinblick auf ihre Steuerbarkeit hinterfragt. Zudem werden Analysen bezüglich der Interdependenz von Sportpolitik und sozioökonomischen Wirkungen durchgeführt.</p>		

Modul 4: Wirtschaftswissenschaftliche Studien I (1 Modul aus 3)		
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortlicher:</b>
Wieseke, Pielow, Hoffmann, Winter		Bonse
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>
5	150	Winter
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>
Deutsch	-	-

Wahlmodul I	Strategisches Management		
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Strategisches Management	2 SWS
	Übung	Strategisches Management	1 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100 %	i.d.R. Klausur	90 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Teilnehmer sollen</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ein grundlegendes Verständnis der strategiedefinierenden Rolle des Marketings in der markt- und kundenorientierten Unternehmensführung erhalten.</li> <li>2. In der Lage sein, sowohl Märkte und Kunden als auch das Unternehmen selbst und seine Marken zu analysieren und passende Marketingstrategien abzuleiten.</li> <li>3. Einen Überblick über die analytischen Instrumente des strategischen Marketingplanungsprozesses erhalten.</li> <li>4. Im Ergebnis einen erfolgreichen Marketing-Mix ausarbeiten können.</li> </ol>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Was macht ein erfolgreiches Unternehmen aus? Neben effizienten Produktionsabläufen, motivierten Mitarbeitern und einer funktionierenden Finanzpolitik ist dies vor allem eines: Produkte oder Dienstleistungen so zu entwickeln und zu positionieren, dass sie eine profitable Nachfrage am Markt generieren.</p> <p>Der Fokus der Veranstaltung ist es, eine marktorientierte Denkweise bei den Studierenden zu fördern und grundsätzliche Strategieoptionen aufzuzeigen. Dabei werden Konzepte und Analysemethoden vermittelt, die bei globalen Rahmenbedingungen ansetzen und systematisch über die Umwelt auf konkrete Märkte, Segmente und Zielgruppen herunter gebrochen werden. Methodiken und Analyseinstrumente umfassen zum Beispiel: PEST-Analyse, Porters Diamant und Fünf-Kräfte-Modell, Wettbewerbs-, Portfolio- und SWOT-Analyse uvm.</p>		

	Durch die Kombination grundlegender strategischer Theorien und Analyseoptionen mit anschaulichen Praxisbeispielen soll die Veranstaltung Studierenden die Herausforderung eines marktorientierten Managements anschaulich vermitteln.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Wahlmodul II</b>	<b>Märkte und Unternehmungen</b>		
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Märkte und Unternehmungen	2 SWS
	Übung	Märkte und Unternehmungen	1 SWS
	Tutorium	Märkte und Unternehmungen	1 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100 %	i.d.R. Klausur	45 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Verständnis für die Abläufe auf Märkten und innerhalb von Unternehmen.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Im Laufe der Veranstaltung wird zunächst erläutert, mit welchen Problemen sich das Fach Betriebswirtschaftslehre befasst. Betriebswirtschaftslehre wird verstanden als diejenige Verhaltenswissenschaft, die optimale Entscheidungen zur Einkommenserzielung und Risikosteuerung untersucht. Die Frage nach optimalen Entscheidungen betrifft dabei sowohl Probleme individuellen als auch kollektiven Verhaltens. Eine Reihe von betriebswirtschaftlichen Problemen betrifft nur den Entscheidungsträger selbst und kann daher ohne Berücksichtigung anderer Akteure analysiert werden (sog. Robinson Crusoe Ökonomie). Das wirtschaftliche Zusammenleben in modernen Gesellschaften ist jedoch durch hohe Arbeitsteilung gekennzeichnet. Daraus ergeben sich Probleme der Verhaltensabstimmung, die ebenfalls einer betriebswirtschaftlichen Analyse zugänglich sind. Im Blickpunkt der Veranstaltung stehen zwei zentrale Mechanismen der Verhaltensabstimmung, nämlich der Marktmechanismus und die Verhaltensabstimmung in Unternehmen. Zentrales Merkmal des Marktmechanismus ist die Gleichberechtigung der Tauschpartner, das Verhalten wird ausschließlich über die Tauschbedingungen („Preise“) gesteuert. Dem steht die Verhaltensabstimmung in Unternehmen gegenüber, die auf hierarchischen Weisungsbeziehungen beruht. In der Veranstaltung wird der Frage nachgegangen, unter welchen Bedingungen welche Art der marktlichen oder unternehmerischen Verhaltensabstimmung jeweils zweckmäßiger ist.</p>		

<b>Wahlmodul III</b>	<b>Grundlagen des Wirtschaftsrechts</b>		
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Öffentliches Recht	1,5 SWS
	Vorlesung	Privatrecht	1,5 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100 %	i.d.R. Klausur	90 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	x	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Durch die Vermittlung von Grundlagenwissen sollen die zentralen Verbindungslinien zwischen „Wirtschaft“ und „Recht“ sowie die Systematik des zivilen und öffentlichen Wirtschaftsrechts verdeutlicht werden. Dazu gehören auch methodische Hinweise zum juristischen Arbeiten, insbesondere bei der Auslegung und Anwendung von Rechtsnormen. Ziel ist die Diskursfähigkeit der Studierenden im immer häufiger erforderlichen interdisziplinären Dialog bei der Bewältigung wirtschaftlicher Tagesfragen.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	In den beiden Vorlesungsteilen werden Grundkenntnisse zu den zentralen Bausteinen einerseits des öffentlichen und andererseits des privaten Wirtschaftsrechts vermittelt. Im öffentlich-rechtlichen Teil ist die Verfassung mit den grundlegenden Vorgaben für staatliches Handeln im Bereich der Wirtschaft Kern der Betrachtung, während im Privatrecht der Schwerpunkt auf der Rechtsgeschäftslehre liegt. Praxisrelevante Hinweise zum jeweils einschlägigen Rechtsschutz runden das Programm ab.		

<b>Modul 5: Gesundheits- und Regenerationsmanagement</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortlicher:</b>	
Kellmann		Kellmann	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Gesundheits- und Regenerationsmanagement	1 SWS
	Seminar	Gesundheits- und Regenerationsmanagement	2 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R. Klausur	60 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden eignen sich Grundlagen und Forschungsmethoden an und lernen wichtige Aspekte der Gesundheitspsychologie und des Regenerationsmanagements im Feld des Sports anzuwenden.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	In dem Modul werden grundlegende gesundheitspsychologische und regenerationsrelevante Beratungs- und Betreuungskonzepte thematisiert und sportbezogen analysiert, wie z. B. Konzepte von Gesundheit und Krankheit, Lebensqualität, Gesundheitsverhalten, Gesundheitsförderung, gesundheitspsychologische Forschung, Prävention, Stress und Stressbewältigung, Rehabilitationsprozesse sowie Schlaf. Dabei wird die Anwendung der Kenntnisse für die Einbindung in den Alltag im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements und des Leistungssports (z. B. Selektion der richtigen Regenerationsstrategie) ebenso berücksichtigt wie die Nebenwirkungen des Leistungssports (z. B. Verletzungen).		

<b>Modul 6: Organisations- und Personalpsychologie</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortlicher:</b>	
Kellmann		Kellmann	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	24	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Organisations- und Personalpsychologie	1 SWS
	Seminar	Organisations- und Personalpsychologie	2 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R Klausur	60 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden eignen sich über Grundlagen hinausgehende wichtige Themenfelder der Organisations- & Personalpsychologie und deren Umsetzung im Anwendungsfeld Sport an.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	In dem Modul werden die zentralen Themen und Anwendungsbereiche der Organisations- und Personalpsychologie sowie zugrundeliegender Theorien und Konzepte vermittelt, wie z. B. Organisationstheorien, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Arbeitsverhalten, Teamarbeit und Führung, Personalauswahl, Motivation/Volition, Lernen sowie Personalentwicklung und Training. Neben den inhaltlichen und diagnostischen Kernthemen und deren Umsetzungsmöglichkeiten werden auch angrenzende Bereiche aus Nachbarfächern (z. B. Soziologie, Arbeitswissenschaften) betrachtet, um Prozesse in komplexeren Organisationsformen bearbeiten zu können.		

<b>Modul 7: Grundlagen des Unternehmertums</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortlicher:</b>	
Bonse, Piechulek		Bonse	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Sommer	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch	-	Anmeldung per Mail	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Grundlagen des Unternehmertums am Beispiel der Businessplanerstellung (E-Learning-Vorlesung)	2 SWS
	Übung	Übung zur Businessplanerstellung	2 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	Projektarbeit, z. B. Businessplan	20-30 Seiten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>		Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
		Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden sollen die Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit, z. B. anhand einer tatsächlichen oder fiktiven Geschäftsidee, erlernen. Sie sollen sich dabei in die Rolle des Unternehmers versetzen und</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich für eine eigenständige unternehmerische Tätigkeit wichtige Kenntnisse aus dem Bereich der Betriebs-/Volkswirtschaftslehre sowie des Wirtschaftsrechts aneignen.</li> <li>• die Fähigkeit zur Erstellung von Businessplänen erlernen.</li> <li>• in der zugehörigen Übung den Stoff aus der Vorlesung vertiefen und konkrete Aufgaben zur Businessplanerstellung lösen können.</li> </ul>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>In der E-learning-Vorlesung werden betriebs- und volkswirtschaftliche Kenntnisse vermittelt, die im Rahmen einer eigenständigen unternehmerischen Tätigkeit bedeutsam sind. Dabei werden neben rechtlichen Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit insbesondere Themen der Marktanalyse, des Marketings, der Finanzierung und des Rechnungswesens angesprochen. Begleitend zu der E-Learning-Vorlesung erfolgt eine Vertiefung des Stoffes in den Übungen an Hand von Coaching zur eigenen bzw. fiktiven Geschäftsidee, Aufgaben und kleinen Fallstudien.</p> <p>Gliederung der E-Learning-Vorlesung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Unternehmerische Tätigkeit am Beispiel der Unternehmensgründung <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Von der Idee zur Unternehmensgründung</li> <li>1.2 Businessplan als zentrales Element der Unternehmensgründung</li> </ol> </li> <li>2. Marketing <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Analyse des Marktes</li> </ol> </li> </ol>		

- 2.2 Marketingziele
- 2.3 Marketingstrategien
- 2.4 Marketing-Mix
- 3. Standort
- 4. Rechtliche Grundlagen
  - 4.1 Rechtsformen unternehmerischer Tätigkeit
  - 4.2 Steuerliche Konsequenzen
  - 4.3 Exkurs: Versicherungen im Rahmen der Unternehmensgründung
- 5. Finanzierung
  - 5.1 Bedeutung der Finanzierung
  - 5.2 Überblick Finanzierungsformen
  - 5.3 Spezielle Finanzierungsformen für Existenzgründer
  - 5.4 Finanzplanung
  - 5.5 Investitionsplanung
- 6. Rechnungswesen
  - 6.1 Einführung in das Rechnungswesen
  - 6.2 Bilanzierung / Jahresabschlusserstellung
  - 6.3 Kosten- und Leistungsrechnung / Controlling
- 7. Businessplan
  - 7.1 Zielsetzung
  - 7.2 Elemente / Inhalte eines Businessplans
  - 7.3 Bewertung
  - 7.4 Anforderungen / Kennzeichen

Modul 8: Wirtschaftswissenschaftliche Studien II (1 Modul aus 3)		
Dozent:		Modulverantwortlicher:
Wischermann, Pellens, Paul		Bonse
ECTS:	Workload:	Turnus:
5	150	Sommer
Sprache:	Max. Teilnehmerzahl:	Anmeldung:
Deutsch	-	-

Wahlmodul I	Kostenrechnung		
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung mit Übung	Kosten- und Erlösrechnung	3 SWS
	Tutorium	Kostenrechnung	2 SWS
Zusammensetzung der Modulleistung	100 %	i.d.R. Klausur	60 Minuten
Voraussetzungen	Keine.		
Vermittelte Soft-Skills	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
Qualifikationsziele	<p>Mit erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, die Kosten und Erlöse eines Unternehmens, einzelner Unternehmensbereiche, der angebotenen bzw. zu kalkulierenden Produkte sowie einzelner unternehmerischer Maßnahmen (Projekte) zu ermitteln und die unterschiedlichen Erfolgsgrößen (Gewinn, Deckungsbeitrag) zu bestimmen. Anhand einer fundierten Analyse der Kosten- und Erlösgrößen sollen die Studierenden lernen, unternehmenspolitische Entscheidungen mit Hilfe des internen Rechnungswesens zu unterstützen und zu treffen. Darüber hinaus sollen sie nach Abschluss dieses Teilmoduls in der Lage sein, anhand von Kosten- und Erlösrechnungsdaten eine Unternehmung kritisch zu durchleuchten und die Daten zur Planung, Steuerung und Kontrolle des Unternehmensgeschehens zu nutzen.</p>		
Kurzbeschreibung	<p>In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung behandelt. Nach der Einbindung der Thematik in den Kontext der Betriebswirtschaft und Klärung der Aufgaben und Einsatzgebiete der Kosten- und Erlösrechnung werden die unterschiedlichen Kostenbegriffe und Kostenkategorien besprochen. Anschließend werden in den drei Blöcken „Kostenartenrechnung“, „Kostenstellenrechnung“ und „Kostenträgerrechnung“ die Ermittlung der Kosten im System der Istkostenrechnung vorgestellt und die dazu erforderlichen Methoden erläutert.</p>		

	<p>Die mit der Kostenrechnung nicht bzw. nur bedingt kompatible Erlösrechnung wird in einem eigenständigen Kapitel ebenfalls in drei Blöcken mit den Themen „Erlösartenrechnung“, „Erlösstellenrechnung“ und „Erlösträgerrechnung“ behandelt.</p> <p>Der sich aus der Gegenüberstellung bzw. Verrechnung von Erlösen und Kosten ergebende Erfolg wird im abschließenden Kapitel sowohl als Stückerfolg als auch in der Ausprägung Periodenerfolg vorgestellt. Beim Thema Periodenerfolg und Betriebsergebnis werden sowohl das Gesamtkosten- als auch das Umsatzkostenverfahren besprochen.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Wahlmodul II	Finanzierung und Investition		
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Vorlesung	Finanzierung und Investition	2 SWS
	Übung	Finanzierung und Investition	1 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100 %	i.d.R. Klausur	90 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– die Fähigkeit zur Anwendung und Beurteilung der grundlegenden Verfahren der Investitionsrechnung erlangen,</li> <li>– sich Basiskennntnisse zur Ausgestaltung wesentlicher Finanzierungsinstrumente aneignen,</li> <li>– in den zugehörigen Kolloquien den Stoff aus der Vorlesung vertiefen und konkrete Aufgaben aus dem Bereich der Finanzierung sowie Investitionsrechnung lösen können.</li> </ul>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen der Finanzwirtschaft (Investitions- und Finanzplanung)</li> <li>2. Verfahren der Investitionsrechnung (Überblick, statische Verfahren)</li> <li>3. Verfahren der dynamischen Investitionsrechnung (Kapitalwert, (modifizierter) interner Zinsfuß, Bestimmung der optimalen Nutzungsdauer und des optimalen Ersatzzeitpunktes)</li> <li>4. Ausgewählte Probleme bei der Anwendung der dargestellten Verfahren der Investitionsrechnung</li> <li>5. Liquiditäts- und Rentabilitätsanalyse</li> <li>6. Einführung in die Innen- und Außenfinanzierung (Beteiligungs- und Kreditkapital)</li> <li>7. Beteiligungsfinanzierung der Aktiengesellschaft</li> <li>8. Langfristige Formen der Kreditfinanzierung I (Überblick, wesentliche Formen)</li> </ol>		

	<p>9. Langfristige Formen der Kreditfinanzierung II (Leasing, Belastungsvergleiche unter Berücksichtigung der Besteuerung)</p> <p>10. Kurzfristige Formen der Kreditfinanzierung (Überblick, wesentliche Formen und Kreditsicherheiten)</p> <p>11. Zwischenformen der Finanzierung I (Überblick, wesentliche Formen)</p> <p>Zwischenformen der Finanzierung II (Options- und Wandelanleihen als Beispiele strukturierter Anleihen)</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Wahlmodul III	Jahresabschluss		
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung	Jahresabschluss	2 SWS
	Übung	Jahresabschluss	1 SWS
Zusammensetzung der Modulleistung	100 %	Klausur	60 Min
Voraussetzungen	Keine.		
Vermittelte Soft-Skills	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
		Literaturrecherche und Dokumentation	
		Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
Qualifikationsziele	<p>Nach der Teilnahme an diesem Modul sollen die Studierenden in der Lage sein, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses verstehen und interpretieren zu können. Sie sollen handelsrechtliche Bilanzansatz-, Bilanzbewertungs-, und Bilanzausweisregeln anwenden können. Darüber hinaus sollen die Studierenden die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens anhand des Jahresabschlusses beurteilen können.</p>		
Kurzbeschreibung	<p>In dieser Veranstaltung werden die Aufgaben und Inhalte des handelsrechtlichen Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang) und des Lageberichts vermittelt. Darüber hinaus erfolgt eine Einführung in die Unternehmensanalyse. Die Lehrinhalte werden in den Vorlesungen dargestellt und in den Kolloquien vertieft.</p> <p>Veranstaltungsbegleitend sollen Studenten sich anhand des WBT (Web-Based-Training)-Programms „Bilanzen lesen und verstehen (verfügbar über Moodle) die Grundlagen der handelsrechtlichen Rechnungslegung selbstständig erarbeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemorientierte Einführung in die Rechnungslegung</li> <li>• Aufgaben der handelsrechtlichen Rechnungslegung</li> <li>• Bestandteile des Jahresabschlusses</li> <li>• Bilanz</li> <li>• Inhalt und Aussagegehalt der Bilanz</li> <li>• Bilanzansatz und Bewertung der Aktivposten</li> <li>• Bilanzansatz und Bewertung der Passivposten</li> </ul>		

- |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gewinn- und Verlustrechnung</li><li>• Inhalt und Aussagegehalt der GuV</li><li>• GuV nach dem Umsatzkostenverfahren</li><li>• GuV nach dem Gesamtkostenverfahren</li><li>• Anhang</li><li>• Inhalt und Aussagegehalt des Anhangs</li><li>• Kapitalflussrechnung</li><li>• Lagebericht</li><li>• Offenlegungs- und Prüfungspflicht</li><li>• Unternehmensanalyse mit Jahresabschlüssen</li></ul> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

<b>Modul 9: Marketing und Kommunikation im Sport</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Schlesinger		Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Sommer	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Marketing und Kommunikation im Sport	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R. Projektarbeit	15 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagen des Sportmarketings.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden eignen sich in diesem Modul vertiefte Kenntnisse in der sportbezogenen Markt- und Kommunikationsforschung an. Sie erwerben die Fähigkeit zur Konzeption von tragfähigen Marketing- und Kommunikationskonzepten in verschiedenen Anwendungsbereichen des Sports.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Aufbauend auf allgemeinen und sportbezogenen Marketinggrundlagen werden im Seminar Methoden der Umfeld- und Marktanalyse (vor allem Konsumentenverhalten im Sport, Marktsegmentierung) vermittelt und kleinere empirische Marktforschungsstudien durchgeführt. Zudem werden in Kleingruppen für ausgewählte Marketing- und Kommunikationsfelder (z.B. Brand Management, Customer Relationship Marketing, Social Media Marketing, Sponsoring) und Sportbereiche (z.B. Sportverbände, Sportvereine, Profivereine, Sportartikelhersteller und -handel, Einzelsportler, gewerbliche Sportdienstleister, Wirtschaftsunternehmen) Marketing- und Kommunikationskonzepte entwickelt und hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit und Wirksamkeit analysiert.</p> <p>Der Praxisbezug wird durch Gastvorträge von Praktikern sowie durch die Bearbeitung von praxisnahen Fallbeispielen hergestellt.</p>		

<b>Modul 10: Management von Organisationen</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Deitersen-Wieber		Deitersen-Wieber	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Sommer	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Moderne Organisationsgestaltung	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	Hausarbeit	15 Seiten
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Aufbauend auf grundlegenden Einsichten über Ziele, Aufbau und Funktionsweisen von (Sport-)Organisationen werden Kenntnisse und Fähigkeiten erworben, um die Besonderheiten des Managements von Sportorganisationen und die Möglichkeiten und Grenzen des Organisationswandels und -lernens sowie die Bedeutung von Kooperationen und Netzwerken zu erkennen. Darüber hinaus erlangen die Studierenden Methodenkompetenz, um organisatorische Veränderungsprozesse planvoll und systematisch einleiten und begleiten zu können.</p>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Vermittlung von wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Kenntnissen im Bereich der Organisationsentwicklung, des Innovationsmanagements, des Wissens- und Netzwerkmanagements sowie der Aufbau und Ablauforganisation. Dabei werden wesentliche organisations- und steuerungstheoretische Facetten beleuchtet, um ein grundlegendes Verständnis über strukturelle und prozessuale Bedingungen in Sportorganisationen zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Veränderbarkeit und Gestaltbarkeit zu reflektieren.</p>		

<b>Modul 11: Individuelle Beratung im Sport</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Bormann, Kellmann		Kellmann, Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
5	150	Sommer	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Individuelle Beratung im Sport	3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100%	i.d.R. Mündliche Prüfung	15 Min.
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	In Ergänzung zum Consultingbereich Organisationsberatung sollen die Studierenden in diesem Modul Theorie und Praxis der Individualberatung im Sport kennenlernen. Sie sollen befähigt werden Kontexte und Situationen zu analysieren, in denen das Handeln und die Beratung individueller Akteure im Sport stattfinden und sich wissenschaftliche Grundlagen für individuell angepasste Beratungskonzepte aneignen.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	Im Seminar werden an unterschiedlichen Beispielen (Coaching von Athleten und Trainern, z.B. im Bereich Regeneration oder Burnout-Prävention, Spielervermittlung und -beratung) die spezifischen Kontexte individueller Beratung aufgearbeitet und die Verbindungslinien zwischen Organisations- und individuellem Akteurshandeln kritisch analysiert.		

<b>Modul 12: Professional Skills</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Kellmann, Bormann, Schlesinger		Kellmann	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
10	300	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Forschungskompetenz	2 x 2 SWS
	Seminar	Kommunikationskompetenz	2 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	70%	Exposéerstellung	12 Seiten
	30%	Moderation, Präsentation und Diskussion	15 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Abgeschlossenes Modul 2.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
		Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Als Vorbereitung auf die Beratungspraxis, aber auch auf das wissenschaftliche Projekt (Modul 13), welches die eigenständige Erschließung eines Forschungsthemas in Zusammenarbeit mit externen Partnern oder internen Forschungsprojekten vorsieht, werden in diesem Modul sowohl Forschungs- als auch Kommunikationskompetenzen erworben.</p>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Seminar Forschungskompetenz: In mehreren Phasen wird die schrittweise Erstellung eines wissenschaftlichen Exposés realisiert. Angefangen bei der Themenfindung, über die Literatursuche und -aufarbeitung sowie der sachlogischen Ableitung der forschungsleitenden Fragestellung bis hin zur Auswahl geeigneter Forschungsmethoden lernen die Studierenden die wissenschaftliche Texterstellung und den Schreibprozess auf hohem wissenschaftlichen Niveau kennen.</p> <p>Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Seminare mit je 2 SWS durch den LFB Sportmanagement/Sportökonomie und den LFB Sportpsychologie angeboten.</p> <p>Seminar Kommunikationskompetenz: Durch die Vermittlung angewandter Themen der Gesprächsführung und des Coachings sowie der praktischen Einführung der dazugehörigen Techniken, auch im realen Kontext, erlangen die Studierenden Beratungskompetenzen, so dass sie in der Lage sind, eigenständig effektive Beratungs- und Coaching-Gespräche durchzuführen und diese kritisch zu reflektieren. Wesentliche Techniken werden in simulierten Beratungssituationen praktisch erprobt. Sie lernen die Anwendung von Gesprächsführungs- und Lenkungstechniken sowie Formen der Moderation von Konfliktgesprächen für Beratung und Coaching im interdisziplinären Kontext.</p>		
<b>Modul 13: Wissenschaftliches Projekt</b>			

<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Kellmann, Schlesinger		Kellmann, Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
20	600	Winter	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	30	Nicht notwendig	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Begleitseminar zum Wissenschaftlichen Projekt	2 x 3 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	60%	Projektbericht	20-25 Seiten
	40%	Präsentation der Projektergebnisse	15 Minuten
<b>Voraussetzungen</b>	Abgeschlossenes Seminar Forschungskompetenz.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
	X	selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
	X	Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
	X	Teamarbeit/Teamfähigkeit	
	X	Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden erarbeiten sich die Kompetenz zur eigenständigen Entwicklung und Planung einer im vorgegebenen und organisatorischen Rahmen praktisch durchführbaren wissenschaftlichen Fragestellung, inkl. ihrer methodischen Umsetzung und eigenständigen Bearbeitung. Die Studierenden erwerben die notwendigen Fähigkeiten zur Auswertung, Präsentation und Diskussion einer selbst durchgeführten wissenschaftlichen Studie. Sie eignen sich zudem die Sach-, Methoden- und Analysekompetenzen zur Erstellung eines Projektberichts gemäß den vorgegebenen inhaltlichen und formalen Anforderungen an.</p>		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Im Modul werden eigene empirische Forschungsarbeiten durch studentische Forschergruppen realisiert. Die Auswahl des Projektthemas sowie die Projektdurchführung erfolgen in Zusammenarbeit mit einer externen Partnerorganisation oder intern in Zusammenhang mit einem Forschungsprojekt der Lehr- und Forschungsbereiche Sportmanagement bzw. Sportpsychologie. Die Studierenden übernehmen aktiv die Rolle des Forschenden und sind in den gesamten Prozess (Planung, Durchführung und Auswertung) empirischer Forschungsprojekte integriert. Die Studierenden haben die Gelegenheit zu zeigen, dass sie in der Lage sind, eine definierte sportwissenschaftliche Problemstellung als Forscherteam unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, schriftlich darzustellen und zu präsentieren. Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Begleitseminare mit jeweils 3 SWS durch den LFB Sportmanagement/Sportökonomie und den LFB Sportpsychologie angeboten.</p>		

<b>Modul 14: Masterarbeit</b>			
<b>Dozent:</b>		<b>Modulverantwortliche:</b>	
Kellmann, Schlesinger		Kellmann, Schlesinger	
<b>ECTS:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Turnus:</b>	
30	900	Sommer	
<b>Sprache:</b>	<b>Max. Teilnehmerzahl:</b>	<b>Anmeldung:</b>	
Deutsch, Englisch	30	Beim Prüfungsamt	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar	Kolloquium zur Masterarbeit	2 x 2 SWS
<b>Zusammensetzung der Modulleistung</b>	100 %	Masterarbeit	5 Monate
<b>Voraussetzungen</b>	Abgeschlossenes Modul 13.		
<b>Vermittelte Soft-Skills</b>	X	Analytisches und logisches Denken	
		selbständiges Lernen und Üben	
	X	Projekt-/Zeitmanagement	
	X	Literaturrecherche und Dokumentation	
	X	Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse	
		Rhetorik/sprachliche Kompetenz	
		Teamarbeit/Teamfähigkeit	
		Kritikfähigkeit	
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden erwerben am konkreten Beispiel ihrer wissenschaftlichen Abschlussarbeit die Fähigkeit zur selbstständigen Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung, zur Anwendung vertiefter fachspezifischer Kenntnisse und zur Umsetzung methodischer Fertigkeiten.		
<b>Kurzbeschreibung</b>	<p>Ziel des Kolloquiums ist die Vermittlung vertiefter Kenntnisse in der Planung, Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen; der Recherche in internationalen Literaturdatenbanken, der computergestützten Datenanalyse und der sprachlichen und formalen Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit. Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Kolloquia mit je 2 SWS zur Masterarbeit durch den LFB Sportmanagement/Sportökonomie und den LFB Sportpsychologie angeboten.</p> <p>Inhaltlich können Masterarbeiten gleichwohl aus dem gesamten Gebiet der Sportwissenschaft angefertigt werden.</p>		