

Gültig ab 2026.FS

Modulbezeichnung: Sportmarketing

Modulkürzel	w.BA.XX.2SpMa.XX	
ECTS Credits	3	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Beschreibung des Moduls	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Fähigkeiten, die spezifischen Prozesse und Aktivitäten des Sportmarketings (Vermarktung von und mit Sport) analytisch zu erfassen und einzuordnen sowie eigene Konzepte zu entwickeln. Sie nehmen sich einer spezifischen Problemstellung aus der Welt des Sportmarketings an und entwickeln auf Basis und unter Berücksichtigung bereits bekannter und in diesem Modul vermittelten Management-Techniken sowie mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden (wahlweise qualitativ und / oder quantitativ) kreative Handlungsempfehlungen für Organisationen im Sport. Ihr neu erlerntes Wissen können Sie im Anschluss an dieses Modul entweder in Unternehmen einsetzen die den Sport nutzen um Ihre Produkte / Dienstleistungen zu vermarkten oder bei Sportinstitutionen (Verbände / Vereine / EinzelathletInnen / Events) die sich selbst vermarkten.</p>	
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management	
Modulverantwortung	Marcel Hüttermann	
Modulverantwortung Stellvertretung	Frank Hannich	
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Wahlpflichtmodul (Siehe Modultafel) 	
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009	
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Spezifische Vorkenntnisse	<p>Sie sollten für dieses Modul mit den einschlägigen Managementtechniken (bspw. aus BWL Grundlagen, Marketing Grundlagen, Strategie etc.) vertraut und motiviert sein diese sowie eine wissenschaftliche Methode (wahlweise qualitativ oder quantitativ) einzusetzen um eine aktuelle Problemstellung aus der Welt des Sports zu lösen und kreative Handlungsempfehlungen auf Basis der Managementtechniken und der wissenschaftliche Methode für die Organisationen im Sport zu entwickeln.</p>	
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 	

Modulbezeichnung: Sportmarketing

<p>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs</p>	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung
<p>Lernziele des Moduls</p>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Besonderheiten und Organisation des Sportmarketings beschreiben. • verstehen die verschiedenen Perspektiven des Sportmarketings. • sind in der Lage Fans und KundInnen zu unterscheiden. • sind in der Lage identitätsbasiertes Markenmanagement anzuwenden. • sind in der Lage Sponsoringmassnahmen zu entwickeln. • sind in der Lage die Bedeutung des Esports in der Schweiz und Weltweit richtig einzuordnen. • sind in der Lage das europäische und das amerikanische Sportsystem zu vergleichen. • sind in der Lage in der Gruppe mit anderen Studierenden eine spezifische Problemstellung zu lösen und Handlungsempfehlungen auf Basis gewisser Methoden zu entwickeln. • sind der Lage in Einzelarbeit Vorlesungsinhalte korrekt wiederzugeben.
<p>Inhalte des Moduls</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschied Marketing von Sport vs. Marketing durch Sport • Fan vs. KundInnen • Experience Management • Markenmanagement im Sport • Sportsponsoring • Social Media im Sport • Internationales Sportmarketing • Esports • Trends
<p>Verknüpfung zu anderen Modulen</p>	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • w.BA.XX.3Mark-FLEX.XX • w.BA.XX.2Mark.XX • w.BA.XX.3AMark-FLEX.XX • w.BA.XX.2AMark.XX
<p>Digitale Lernressourcen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Unterrichtsaufzeichnungen • (Multiple-Choice)-Tests
<p>Unterrichtsmethoden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrvortrag • Literaturstudium • Lehrgespräch • Problemorientierter Unterricht • Fallstudien • Projektarbeit
	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit • Einzelarbeit

Modulbezeichnung: Sportmarketing

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
	Grossklasse	-	-	
	Kleinklasse	28 h	-	
	Gruppenunterricht	-	-	
	Praktikum	-	-	
	Seminar	-	-	
	Total	28 h	0 h	62 h
Leistungsnachweise	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-			
	Hilfsmittel			
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	15
	Moodle-Test zu bestimmten Semesterwochen	Note	Einzelarbeit	0
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine			
Pflichtliteratur				
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte wissenschaftliche Fachartikel • Unterlagen der Dozierenden 			
Bemerkungen				