

Modul 1: Marketing und Management (Prof. Regina Roschmann)

Modul-Nr./ Code	01/2016
Modulbezeichnung	Marketing in der Sport- und Gesundheitsbranche
Zielgruppe/ Zielgruppenspezifika	Die Weiterbildung richtet sich an Fach- und Führungskräfte der Sport und Gesundheitsbranche, insbesondere aus <ul style="list-style-type: none"> • Sportvereinen und –verbänden • kommerziellen Sportanbietern • Anbietern der Gesundheitsbranche (insbesondere Anbieter von Dienstleistungen aus dem Gesundheitsbereich)
Inhalte des Moduls	Das Modul vermittelt grundlegendes Fachwissen zum Marketing und gibt Einblicke in die Besonderheiten des Sport- und Gesundheitsmarketing. Darüber hinaus werden Fähigkeiten in der Erstellung schriftlicher Marketingkonzepts <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des strategischen Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Zielsetzung • Strategische Analyse • Strategieentwicklung und –implementierung • Strategische Kontrolle 2. Grundlagen des operativen Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Produktpolitik • Preispolitik • Distributionspolitik • Kommunikationspolitik 3. Besonderheiten des Sport- und Gesundheitsmarketing <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten des Sportmarketing • Besonderheiten des Gesundheitsmarketing
Lernergebnisse des Moduls	Die Teilnehmer sind mit dem systematischen Marketing-Management-Prozess vertraut und verfügen über grundlegende Kenntnisse des strategischen und operativen Marketing. Sie kennen die relevanten Besonderheiten des Sport- und Gesundheitsmarketing und können ein integriertes Marketingkonzept für Vereine, Verbände oder kommerzielle Anbieter der Sport- und Gesundheitsbranche erstellen. Darüber hinaus haben sie grundlegendes Wissen zur Implementierung und Erfolgskontrolle des Konzeptes.
Dauer des Moduls	Donnerstag 4 Ustd. Vorlesung (möglichst online) Freitag 9 Ustd. Präsenz (10.00 – 18.00 Uhr) Sonnabend 7 Ustd. Präsenz (10.00 – 16.00 Uhr) Zzgl. 20 Stunden Selbststudium
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Hinweise zur methodisch-didaktischen Gestaltung Hinweise zur Präsenzgestaltung Hinweise zum Selbststudium (Vor- und Nachbereitung) Einsatz von Lehrmaterial

Dozentin/ Dozent	Prof. Dr. Regina Roschmann
Lehrsprache	deutsch
Literatur	<p>Bruhn, M. (2014). Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 12. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p> <p>Freyer, W. (2011). Sport-Marketing Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Hoffmann, S., Schwarz, U. & Mai, R. (Hrsg.)(2012). Angewandtes Gesundheitsmarketing. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (20). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 12. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p> <p>Nufer G. / Bühler B. (2013). Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin.</p>

Modul 2: Projekt- und Veranstaltungsmanagement (Dr. Miriam Kallischnigg)

Modul-Nr./ Code	02/2016
Modulbezeichnung	Projekt- und Veranstaltungsmanagement
Zielgruppe/ Zielgruppenspezifik	<ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeiter Gesundheitsbranche (Risiko- und Krisenmanagement, Projekt-/Prozesscontrolling) - Kommerzielle Sportanbieter (Kreativitäts- und Innovationsmodelle) - Vereinsvorstandsmitglieder/ -mitarbeiter (Kreativitäts- und Innovationsmodelle) - Mitarbeiter städtischer bzw. kommunaler Verwaltungen (Planungstechniken) - Mitarbeiter Personalbereich Klein- und Mittelständischer Unternehmen (Besonderheiten Projektgruppe: Projektteam und Projektleitung) - Mitarbeiter von Verbänden und freien Wohlfahrtsverbänden (Risiko- und Krisenmanagement, Projekt-/Prozesscontrolling) - Alumni – ehemalige Studierende (Kreativitäts- und Innovationsmodelle)
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Einführung in das Projekt- und Veranstaltungsmanagement <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Definition Projekt/Veranstaltungen 1.2 Definition Projekt-/Veranstaltungsmanagement 1.3 Alternativen Projektmanagement, Kreativitäts- und Innovationsmodelle 2. Projekt- und Veranstaltungsphasen <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Initialisierungsphase/Analysephase 2.2 Definitionsphase/Konzeptionsphase 2.3 Planungsphase/Vorbereitungsphase 2.4 Steuerungsphase/Realisationsphase 2.5 Abschlussphase/Nachbereitungsphase 3. Projektplanung, Projektsteuerung <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Projektauftrag und -beschreibung 3.2 Projektplanung und Planungstechniken, Checklisten <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1 Projektstrukturplan 3.2.2 Projektablaufplan 3.2.3 Meilensteinplan 3.2.4 Netzplantechnik 4. Projektteam/Projektleitung <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Projektleitung 4.2 Projektteam

	<p>5. Risiko- und Krisenmanagement</p> <p>5.1 Risikomanagement</p> <p>5.2 Krisenmanagement</p> <p>5.3 Projektcontrolling</p> <p>6. Rechtliche Aspekte von Veranstaltungsmanagement</p> <p>6.1 Versicherungen</p> <p>6.2 Genehmigungen</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Lernenden können die Planungsmethoden des Projekt- und Veranstaltungsmanagement selbstständig anwenden.</p> <p>Die Lernenden reflektieren die Rollen der Projektbeteiligten und können in Projektteams auftretende Herausforderungen analysieren und dafür Lösungen erarbeiten.</p> <p>Die Lernenden sind befähigt, reale Organisations- und Projektstrukturen zu erarbeiten.</p> <p>Die Lernenden können anhand der Planungsmethoden Projekt- und Veranstaltungsrelevante Aufgaben selbstständig lösen.</p> <p>Die Lernenden entwickeln Projektmanagement-Kompetenz, indem Sie kleinere und mittlere Projekte planen und koordinieren können. Dies beinhaltet Fach- und Methodenkompetenz ebenso wie Soziale Kompetenz zur sachgerechten Führung von Projektteams.</p>
Dauer des Moduls	<p>Donnerstag 4 Ustd. Vorlesung (möglichst online)</p> <p>Freitag 9 Ustd. Präsenz (10.00 – 18.00 Uhr)</p> <p>Sonnabend 7 Ustd. Präsenz (10.00 – 16.00 Uhr)</p> <p>Zzgl. 20 Stunden Selbststudium</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbststudium, Blended Learning, PPPäsentation, Kleingruppenarbeiten
Dozentin/ Dozent	Dr. Miriam Kallischnigg
Lehrsprache	deutsch
Literatur	<p>Pflichtliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project Management Institute (PMI) (2010). <i>A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)</i>. Auflage 0004, Newtown Square (PA, USA): Project Management Institute. (Project Management Institute (PMI). URL: http://www.pmi.org/ , Abruf am: 10.09.2011.) • Burghardt, M. (2012). <i>Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten</i>. Hoboken (NJ, USA): John Wiley & Sons. • Drees, J., Lang, C. und Schöps, M. (2014). <i>Praxisleitfaden Projektmanagement: Tipps, Tools und Tricks aus der Praxis für die Praxis</i>. 2. Auflage. München: Carl Hanser Verlag. • Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U. und Wüst, R. (2011). <i>Handbuch Projektmanagement</i>. 3. Auflage. Berlin: Springer Verlag. <p>Ergänzungsliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gellert, M. und Nowak, C. (2010). <i>Teamarbeit, Teamentwicklung, Teamberatung: Ein Praxisbuch für die Arbeit in und mit Teams</i>. 4. Auflage. Meezen: Limmer Verlag. • Güllemann, D. (2013). <i>Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht: Rechtsgrundlagen zur Organisation von Veranstaltungen und Messen anhand praktischer Fälle</i>. 6. Auflage. München: Vahlen.

Modul 3: Fundraising (Peter Rücker)

Modul-Nr./ Code	03/2017
Modulbezeichnung	Fundraising
Zielgruppe/ Zielgruppenspezifika	<p>Fach- und Führungskräfte von Gemeinden und Kommunen, die in den Fachbereichen Gesundheit, Jugend und Sport tätig sind, Fach- und Führungskräfte freier Wohlfahrtsverbände <i>Fundraising, Mittelakquisition bzw. Mittelbeschaffung bedarf einer systematischen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten der Gemeinde und Kommune. Die Teilnehmer des Moduls erhalten die Möglichkeit diesen Planungsprozess erfolgreich in die Praxis umzusetzen.</i> Fach- und Führungskräfte mittelständischer kommerzieller Unternehmen der Branchen Gesundheit, Fitness und Sport <i>Auch für KMU's gewinnt die 'Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung (Corporate Social Responsibility' - CSR) zunehmend an Bedeutung. Die Teilnehmer erhalten Grundlagen und Praxistipps, wie man Vereine und Verbände in diesem Feld als attraktive Partner gewinnen kann.</i> Vertreter von Sportvereinen, die in Vereinsführungen entsprechende Aufgabenfelder betreuen bzw. für diese vorgesehen sind <i>Einnahmen aus Sponsoring stellen für Vereine eine wichtige Finanzierungsquelle dar. Viele Vereine beklagen aber auch mangelnde Sponsoringeinnahmen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in der Lage, das Thema Sponsoring im Verein erfolgreich umzusetzen</i> Absolventen der FHSMP oder anderer Hochschulen <i>Die Absolventen vertiefen in diesem Modul ihr Wissen und erhalten die neuesten Erkenntnisse und Fakten. Aufbauend auf den Inhalten können eigene praxisnahe Konzepte erarbeitet werden. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse erweitern den Wissenshorizont.</i></p> <p>Kooperationspartner der Fachhochschule</p> <p><i>Absolventen und Kooperationspartner erhalten neben den theoretischen Grundlagen praxisnahe Anwendungsbeispiele und erweitern damit ihr berufliches Wissen.</i></p>
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundraising <ul style="list-style-type: none"> • Entstehung und Entwicklung • Begrifflichkeiten • Fundraising Management • Strategien des Fundraising • Erscheinungsformen 2. Fördermittel <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Förderprinzipien • Förderprogramme • Antragsstellung 3. Sponsoring <ul style="list-style-type: none"> • Entstehung und Entwicklung • Begrifflichkeiten • Historische Meilensteine • Ökonomische und mediale Entwicklungen • Einordnung in die Marketing- und Unternehmenskommunikation • Erscheinungsformen aus Sicht des Sponsors und des Gesponsorten • Sonderformen: Ambusch-Marketing, Guerilla Marketing

	<p>4. CSR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leitidee und Begrifflichkeiten • Abgrenzungen • Varianten • Integration von CSR in die Marketingpraxis • Instrumente zur Umsetzung <p>5. Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anhand von Case Studies werden ausgewählte Fragestellungen und Themenfelder behandelt.
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Teilnehmer kennen die unterschiedlichen Beschaffungsinstrumente. und haben vertiefte Kenntnisse in die wichtigsten Erscheinungsformen. Sie sind mit den unterschiedlichen Märkten und seinen Akteuren, Strukturen und rechtlichen Rahmenbedingungen vertraut. Die Teilnehmer sind in der Lage ein eigenes Konzept zu erstellen und zu präsentieren.</p>
Dauer des Moduls	<p>Donnerstag 4 Ustd. Vorlesung (möglichst online) Freitag 9 Ustd. Präsenz (10.00 – 18.00 Uhr) Sonnabend 7 Ustd. Präsenz (10.00 – 16.00 Uhr) Zzgl. 20 Stunden Selbststudium</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Präsenzseminar: Vermittlung theoretischen Wissens und interaktives Erarbeiten der Inhalte sowie praktische Übungen in Form von Kleingruppenarbeiten und Analyse wissenschaftlichen Materials Selbststudium: Literaturstudium, Bearbeitung von Fallstudien und Übungsaufgaben, Erstellung einer Präsentation.</p>
Dozentin/ Dozent	Peter Rücker
Lehrsprache	Deutsch
Literatur	<p>Bruhn M. (2009). Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz, 5. Auflage, Wiesbaden. Fundraising Akademie, Hrsg.(2008):Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden: Wiesbaden Nufer G. / Bühler B. (2013). Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin. Stierl, M (2015): Corporate Social Responsibility und Marketing: Eine Einführung in das Transformative Marketing in Theorie und Praxis. Wiesbaden Zierer, B (2015): EU-Förderungen für Non-Profit-Organisationen: Die EU-Finanzierungsinstrumente – Förderprogramme - Tipps für Projektanträge. Wien</p>

Modul 4: Diversity- und Konfliktmanagement (Prof. Silvester Stahl)

Modul-Nr./ Code	04/2016
Modulbezeichnung	Diversity- und Konfliktmanagement
Zielgruppe/ Zielgruppenspezifisch	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter der Gesundheitsbranche • Vereinsvorstandsmitglieder/ -mitarbeiter • Mitarbeiter städtischer bzw. kommunaler Verwaltungen • Mitarbeiter Personalbereich Klein- und Mittelständischer Unternehmen • Mitarbeiter von Verbänden und freien Wohlfahrtsverbänden • Alumni der FHSMP
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • gesellschaftliche Vielfalt als Herausforderung und Chance für Organisationen • Grundlagen des Diversity Managements • Potenziale gemischter Arbeitsgruppen • Diversity Management in Sport und Gesundheitswesen • Konflikttheorien • Grundlagen des Konfliktmanagements • Konfliktmanagement im Sport • Mediation
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Teilnehmer kennen die wichtigsten gesellschaftlichen Ungleichheitsdimensionen und ihre Relevanz für Organisationen im Sport- bzw. Gesundheitsbereich. Sie wissen, welche Managementstrategien zum Umgang mit gesellschaftlicher Vielfalt es gibt und welche besonderen Potenziale Diversity Management aktivieren kann. Sie können die aus gesellschaftlicher Vielfalt resultierenden Chancen und Herausforderungen für ihren jeweils eigenen Handlungskontext reflexiv einordnen und aus ihrem Fachwissen entsprechende Handlungsoptionen ableiten.</p> <p>Die Teilnehmer kennen die wichtigsten Konflikttheorien und können unterschiedliche Konfliktformen und -verläufe unterscheiden. Sie sind mit unterschiedlichen Strategien und Methoden des Konfliktmanagements vertraut und können diese adaptiv auf ihren jeweils eigenen Handlungskontext beziehen.</p>
Dauer des Moduls	<p>Donnerstag 4 Ustd. Vorlesung (möglichst online) Freitag 9 Ustd. Präsenz (10.00 – 18.00 Uhr) Sonnabend 7 Ustd. Präsenz (10.00 – 16.00 Uhr) Zzgl. 20 Stunden Selbststudium</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	eigenständige Vorbereitung mit Grundlagentexten; Seminar mit unterschiedlichen Arbeits- und Sozialformen (Referate, Gruppendiskussionen, Kleingruppenarbeit, Übungen)
Dozentin/ Dozent	Prof. Dr. Silvester Stahl
Lehrsprache	Deutsch

Literatur	<p>Rulofs, B. (2011) Diversity Management — Perspektiven und konzeptionelle Ansätze für den Umgang mit Vielfalt im organisierten Sport. In: Braun, S. & Nobis, T.(Hrsg.) <i>Migration, Integration und Sport – Zivilgesellschaft vor Ort</i>. Wiesbaden: VS. S. 83-97.</p> <p>Ribler, A. & Pulter, A. (2006). <i>Konfliktmanagement im Fußball: Handbuch zum Projekt "Interkulturelle Konfliktvermittlung - Mediation im Fußball" 1998-2005</i>. Frankfurt a.M.: Sportjugend Hessen.</p> <p>Kilb, R. (2012). <i>Konfliktmanagement und Gewaltprävention: Grundlagen, Handlungsfelder und Konzeptionen</i>. Wiesbaden: VS.</p>
-----------	---

Modul 5: Selbstmanagement

Modul-Nr./ Code	05/2016
Modulbezeichnung	Selbstmanagement
Zielgruppe/ Zielgruppenspezifisch	<p>Zeit-, Selbst- und Arbeitsorganisation im digitalen Zeitalter ist branchenübergreifend eine immer größer werdende Herausforderung. Zielgruppenspezifische Inhalte sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeiter Gesundheitsbranche, kommerzielle Sportanbieter (Work-Life-Balance) - Vereinsvorstandsmitglieder/ - mitarbeiter (Zeitmanagement und erfolgreiches Delegieren bei hauptsächlich ehrenamtlicher Unterstützung) - Mitarbeiter städtischer bzw. kommunaler Verwaltungen sowie von Verbänden und freien Wohlfahrtsverbänden (Arbeitsorganisation, Umgang mit Überlastung, Burnout-Prävention) - Mitarbeiter Personalbereich Klein- und Mittelständischer Unternehmen (Self-Leadership/Selbstmanagement, auch zur Schulung des eigenen Personals einsetzbar)
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ziele setzen <ul style="list-style-type: none"> • Zukunftsanforderungen • Grundlagen und SMART-Prinzip 2. Zeit bewusst planen <ul style="list-style-type: none"> • Grundregeln und Planung in verschiedenen Zeiträumen • ALPEN-Methode • Prioritäten (Pareto- und Eisenhower-Prinzip) • Delegieren und Umgang mit „Zeitdieben“ 3. Arbeitsorganisation und –abläufe effektiv gestalten <ul style="list-style-type: none"> • Ordnung im Büro • Prinzipien des Vereinfachens 4. Sich gut und gelassen organisieren <ul style="list-style-type: none"> • 7 Prinzipien der Selbstorganisation • Stresswahrnehmung und –bewältigung • Umgang mit inneren Störungen (der innere Schweinehund) 5. Selbsterfüllt und glücklich? <ul style="list-style-type: none"> • Zufriedenheit • Gesundheitsprävention ganzheitlich •

Lernergebnisse des Moduls	Die Teilnehmer wenden Ziel- und Zeitmanagement-Methoden am eigenen Beispiel an. Sie lernen theoretische Grundlagen kennen und können Arbeitsabläufe effektiv gestalten. In Praxisbeispielen wenden sie neu Erlerntes unmittelbar an. Teilnehmer können Ihre Stärken und Schwächen im Zeitmanagement einschätzen und wissen wie sie in Stress- und Krisensituationen die Kontrolle zurückgewinnen. Sie sind sensibilisiert für den Umgang mit anhaltenden Überlastungsphasen.
Dauer des Moduls	Donnerstag 2 Ustd. Online-Vorlesung (1 Woche vor Präsenzwochenende) + 2 Ustd. selbstständige Wochenaufgabe Freitag 9 Ustd. Präsenz (10.00 – 18.00 Uhr) Sonnabend 7 Ustd. Präsenz (10.00 – 16.00 Uhr) Zzgl. 20 Stunden Selbststudium
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Blended Learning, Übungen bei eigenem Tages- und Arbeitsablauf, Präsentationen, Übungen, Kleingruppenarbeiten; Hinweise zum Selbst-Studium werden in der einleitenden Online-Vorlesung gegeben.
Dozentin/ Dozent	Dr. Kristina Bognar
Lehrsprache	deutsch
Literatur	Kurzauswahl: Seiwert, L. (1998), <i>30 Minuten Zeitmanagement</i> , GABAL Verlag GmbH, Offenbach, 21. Auflage 2015; Covey, S. (2003). <i>Die 7 Wege zur Effektivität</i> , Fireside/Simon & Schuster, New York, USA Allen, D. (2002) <i>Getting things done</i> , Penguin Group, New York, USA Küstenmacher, W. (2001). <i>Simplify your life</i> , Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main Zimmermann, W. (2004), <i>Erfolg durch Effizienz</i> , GABAL Verlag GmbH, Offenbach