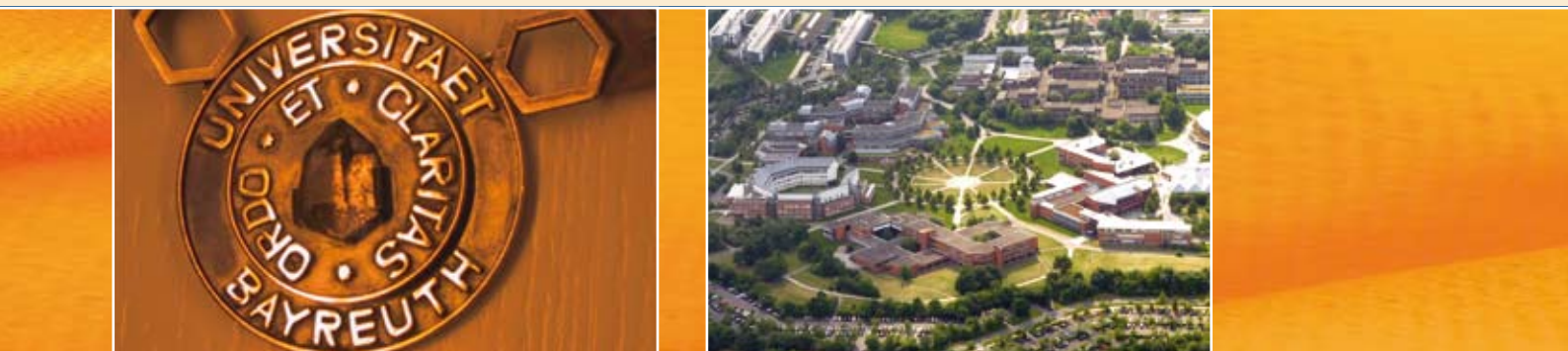


Berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang
MBA Sportmanagement
Master of Business Administration

IN KOOPERATION MIT:



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

CAMPUS
AKADEMIE



Geleitwort

Spezialisierte Spitzenkräfte sind gefragt

Prof. Dr. Herbert Woratschek

Der Campus der Universität Bayreuth mit dem Sportinstitut im Vordergrund: kurze Wege, moderne Ausstattung, Innenstadtnähe und die Einbettung in eine traumhafte Landschaft machen den „Campus im Grünen“ so beliebt.



Bereits seit Mitte der 1980er Jahre erkannte man mit der Einrichtung des deutschlandweit ersten Studiengangs Diplom-Sportökonomie an der Universität Bayreuth, dass ein zunehmend ökonomisch geprägter Sportsektor eine Neuausrichtung in der Ausbildung kommender Führungskräfte erforderte. Aktuell stehen Sportmanager vor großen Herausforderungen: Einerseits erzielen Unternehmen der Sportbranche in vielfältiger Hinsicht Rekordergebnisse, andererseits müssen millionenschwere Sponsoringbudgets in Zeiten der Wirtschaftskrise neu ausgerichtet werden.

Aufgrund dieser Entwicklungen werden nicht nur gut ausgebildete Spitzenkräfte mit umfassendem Management-Wissen benötigt, sondern Spezialisten, die neben grundlegenden Eigenschaften auch spezielle Kenntnisse der Strukturen und Besonderheiten des Sports vorweisen können. Der berufsbegleitende Weiterbildungsstudiengang MBA Sportmanagement Bayreuth setzt an diesen Anforderungen an und vermittelt sowohl Fachwissen in den Bereichen Sportmanagement, Betriebswirtschaftslehre und Recht als auch spezifische Schlüsselqualifikationen, die der gestiegenen Bedeutung der sogenannten „Soft Skills“ im Management Rechnung tragen.

Der MBA Sportmanagement Bayreuth ist dabei in eines der weltweit führenden Studienkonzepte integriert. Im Rahmen der Bayreuther Sportökonomie bündelt er die Kernkompetenzen einer grundständigen Lehre und wurde durch die Verknüpfung sportökonomischer, rechtlicher und führungsbezogener Inhalte optimal auf die Anforderungen von Spitzenpositionen im Sportmanagement abgestimmt. Dieses einmalige Konzept wird zudem durch Kooperationen mit internationalen Spitzenuniversitäten in diesem Bereich untermauert.

Darüber hinaus eröffnet sich für jeden Studierenden der Zugang zu einem der begehrtesten Netzwerke der Sportbranche, dem Absolventennetzwerk der Bayreuther Sportökonomien. Als Absolvent des MBA Sportmanagement Bayreuth profitiert man als „Spöko Bayreuther Prägung“ zudem vom Image einer seit Jahrzehnten etablierten Premiummarke, die weltweit große Beachtung erfährt.

Der MBA Sportmanagement Bayreuth baut auf die Eckpfeiler der Bayreuther Sportökonomie, INTERNATIONALITÄT, INTERDISZIPLINARITÄT, INNOVATION, TRADITION, NETZWERK und KOOPERATION und garantiert damit ein äußerst interessantes Studienangebot für zukunftsorientierte Sportmanager. Werden Sie ein Teil dieser Erfolgsgeschichte und entscheiden Sie sich für ein attraktives und zukunftsorientiertes Studienkonzept an der Geburtsstätte der Sportökonomie!

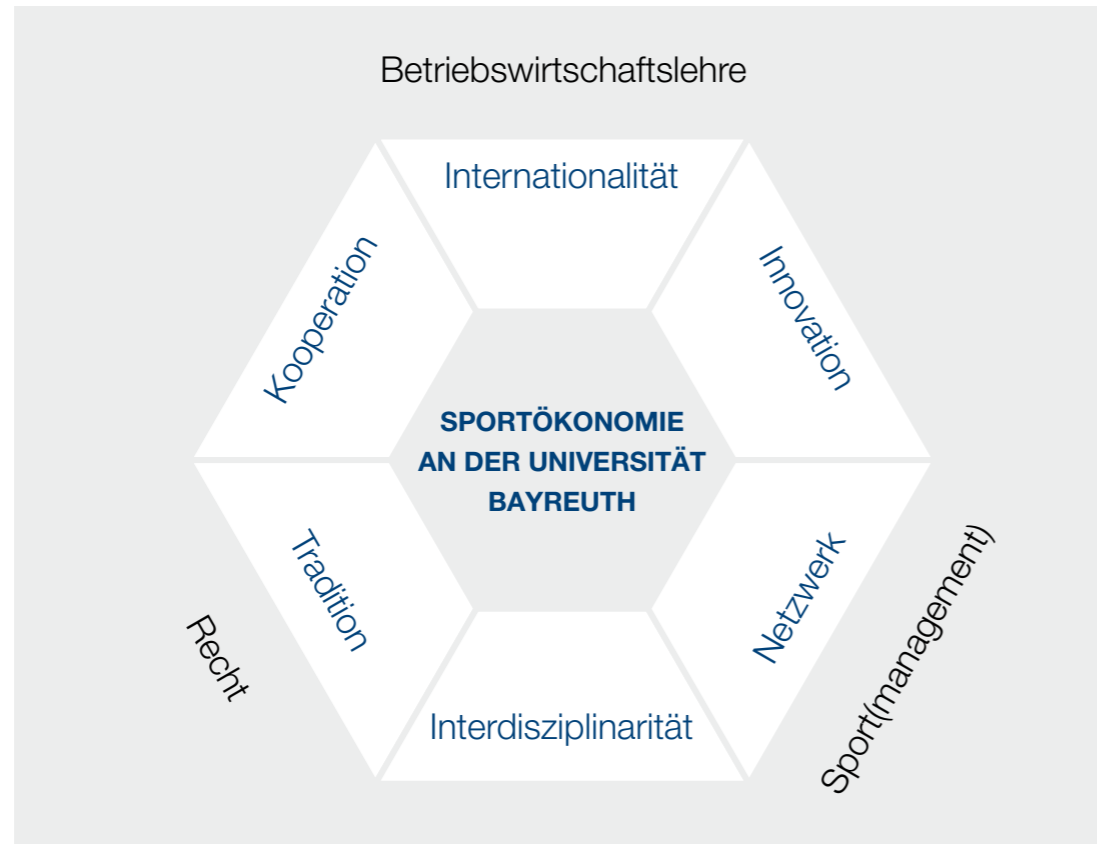
Ich freue mich, Sie in Bayreuth begrüßen zu dürfen!

Prof. Dr. Herbert Woratschek
Studiengangsmoderator



PROF. DR. HERBERT WORATSCHEK
Studiengangsmoderator

Basis für ein erfolgreiches Weiterbildungskonzept Sportökonomie an der Universität Bayreuth Der „Sportökonom Bayreuther Prägung“



Der MBA Sportmanagement baut in seinem Curriculum auf das bewährte und einzigartige Modell der Bayreuther Sportökonomie, das seit 1985 als Maßstab für die Ausbildung im Sportmanagement gilt.

Das Fundament der sportökonomischen Ausbildung stellen die Inhalte der drei Wissenschaftsfelder Sport(management), Betriebswirtschaftslehre und Recht dar. Die Besonderheiten des Bayreuther Konzeptes: Interdisziplinarität, Internationalität, Tradition, Innovationsfähigkeit, Kooperation und das ausgeprägte Netzwerkdenken.

INTERNATIONALITÄT: Die Bayreuther Sportökonomie orientiert sich bei der anwendungsorientierten Ausgestaltung seiner Inhalte an der internationalen Spitzenforschung seiner drei Wissenschaftsgebiete. Daneben wird auch die Vermittlung des Curriculums durch die Verpflichtung namhafter Gastdozenten von zahlreichen Partneruniversitäten bereichert. Durch die hohe Quote an Austauschstudenten¹ verfügt die Studentenschaft über eine ausgeprägte interkulturelle Kompetenz - prägend und gewinnbringend für die künftige Weiterentwicklung des Programms.

INTERDISZIPLINARITÄT: Das Bayreuther Konzept des MBA Sportmanagement bietet nicht nur Lerninhalte aus den drei Wissenschaftsdisziplinen Sportmanagement, BWL und Recht. Durch Schnittstellenveranstaltungen im Sportmanagement wird die enge Verzahnung dieser Felder praxisnah vermittelt. Dies wird ermöglicht durch eine gute Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Lehrstühlen, begünstigt durch einen intensiven, persönlichen Kontakt der Professoren untereinander und kurze Wege auf der „Campusuniversität im Grünen“.

INNOVATION: Die Ausbildung der Sportökonomie ist auf den zukünftigen Bedarf der Branche ausgerichtet. Daher werden die Inhalte der Aus- und Weiterbildung stets angepasst und um neue Elemente bereichert. Zum Einen werden Trends aus der Praxis in das Curriculum integriert. Zum An-

deren fließen die neuesten Erkenntnisse der sportökonomischen Forschung unmittelbar in die Aus- und Weiterbildung ein.

TRADITION: Als erste Universität in Deutschland erkannte Bayreuth die zunehmende Nachfrage nach gut ausgebildeten Fachkräften im immer professioneller werdenden Spitzensport. Seit 1985 existiert der Studiengang Sportökonomie. Teilnehmer des MBA Sportmanagement profitieren also von einer langjährigen Erfahrung in Wissenschaft und Lehre und einem exzellenten Image der Bayreuther Ausbildung in Wirtschaft, Vereinen und Verbänden.

Profitieren Sie von den Kontakten des Alumni-Vereins „Sportökonomie Uni Bayreuth e.V.“ mit vielen Mitgliedern in Spitzenpositionen in Sportverbänden, Sportwirtschaft und -industrie.

NETZWERK: Bleiben Sie in Kontakt mit Ihren Kommilitonen und profitieren Sie über das Studium hinaus vom Netzwerk der Absolventen, die mittlerweile Spitzenpositionen in Sportverbänden, Sportwirtschaft und -industrie besetzen. Der Alumni-Verein „Sportökonomie Uni Bayreuth e.V.“, mit aktuell 769 Mitgliedern (Stand 07/2009), bietet Ihnen eine Plattform, auf der Sie persönliche und geschäftliche Kontakte pflegen können und Ihre Zugehörigkeit zur „Familie der Spökos“ auch über das Studium hinaus sicherstellen.

KOOPERATION: Der Netzwerkgedanke ist nicht nur auf Studenten und Alumni der Sportökonomie beschränkt. Die Universität Bayreuth kooperiert mit internationalen Spitzenuniversitäten, Unternehmen, Professoren, Dozenten, Managern und Studenten. Daher beteiligt sich die Universität Bayreuth nicht nur an internationalen Projekten und Konferenzen, sondern bietet auch Plattformen für einen interaktiven Austausch und zur Pflege von Beziehungen, wie z. B. Sportökonomiekongresse, Ökonomiekongresse, Campus Live, Masters Börse, Homecoming und vieles mehr.



¹über das Europäische Austauschprogramm ERASMUS und weitere internationale Kontakte suchen jedes Jahr ca. 75% der Bayreuther Sportökonominnen den Weg ins Ausland

Starten Sie durch - mit dem MBA Sportmanagement

Zulassung und Zielgruppe

Gesucht: Zukunftsorientierte Sportmanager



Der Sport ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken: Sportveranstaltungen nehmen in den Medien einen breiten Raum ein. Sportaktivitäten bilden für die meisten Deutschen einen Schwerpunkt ihrer Freizeit. So ist Sport für Unternehmen und Medien ein gewinnbringendes Geschäft geworden. Heute spielt wirtschaftliches Denken aber auch bei Sportvereinen und -verbänden eine zunehmend wichtigere Rolle. Doch Führungskräfte, die über betriebswirtschaftliches Know-how verfügen und gleichzeitig das „Innenleben“ des Sportsektors kennen, sind rar. Die Lösung: Der MBA Sportmanagement der CAMPUS-AKADEMIE an der Universität Bayreuth.

ZULASSUNG: Voraussetzung für die Teilnahme am MBA Sportmanagement ist ein abgeschlossenes (Fach-)hochschulstudium, beispielsweise ein mit einem Bachelor-, Master-, Diplomgrad oder mit dem Staatsexamen, ein vergleichbarer Abschluss in der Bundesrepublik Deutschland (z. B. an einer akkreditierten Berufsakademie), oder ein äquivalenter Abschluss an einer ausländischen Hochschule.

Weiterhin wird ein Jahr qualifizierte, berufspraktische Erfahrung vorausgesetzt. In Ausnahmefällen können Bewerber, die noch kein Jahr berufspraktische Erfahrung nachweisen können, vorläufig zum Studium zugelassen werden. Der Nachweis der beruflichen Tätigkeit muss dann spätestens bis zum Ende des dritten Semesters nachgewiesen werden.

Schließlich muss der Bewerber ein Eignungsverfahren erfolgreich bestehen.

ZIELGRUPPE: Der MBA Sportmanagement der CAMPUS-AKADEMIE richtet sich an Personen, die auf nationaler und internationaler Ebene in sportbezogenen Arbeitsfeldern in Führungspositionen tätig sind oder sich auf eine solche Aufgabe vorbereiten wollen. Insbesondere ist unser Angebot an folgende Personengruppen gerichtet:

- Manager von Sportgüterproduzenten (Sportstättenbau, Sportgerätehersteller, Sportartikelhersteller, Sporternährungsproduzenten, etc.)
- Leitende Mitarbeiter im Sportfachhandel, Sporttourismus und dem Gesundheits- und Fitnesssektor sowie Verantwortliche für die touristische Vermarktung von Destinationen
- Führungskräfte aus Agenturen im Bereich der Sportvermarktung (insbesondere Sportwerbung und Sportsponsoring)
- Beschäftigte aus den Bereichen Sportmedien und Sporteventorganisationen
- Mitarbeiter von Ligen, Vereinen, Verbänden, Sportorganisationen und Sportverwaltung
- Unternehmensberatungen und Selbstständige im Sportmanagement
- Verantwortliche für den Betriebssport
- Manager sowie Dozenten in der Sportaus- und -weiterbildung
- Ambitionierte Interessenten, die ihre Karrierechancen verbessern wollen



Schritt für Schritt zum Erfolg

Das Curriculum - Ablauf und Module

Flexibles und berufsbegleitendes Studium

1. SEMESTER

3 Wochenendtermine
à 3 Tage

2. SEMESTER

4 Wochenendtermine
à 3 Tage

3. SEMESTER

4 Wochenendtermine
à 3 Tage

4. SEMESTER

1 Wochenendtermin
à 3 Tage

MBA SPORT- MANAGEMENT

KONZEPT: Der MBA Sportmanagement ist ein berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang mit einer Studiendauer von 4 Semestern. Das Programm umfasst 36 Präsenztage, aufgeteilt auf 12 Wochenendmodule (Freitagvormittag bis Sonntagnachmittag), verteilt über 4 Semester.

Das Plus für Ihre Karriere:

Machen Sie weiter Ihren Job - und erwerben Sie gleichzeitig neues Know-how. Das flexible Studienkonzept beinhaltet nur 12 Wochenendmodule in 4 Semestern.

Sie benötigen auf diese Weise insgesamt nur 12 Urlaubstage für das gesamte Programm. Den Abschluss bildet eine Masterarbeit zu aktuellen Themen des Sportmanagements. Der erworbene Titel „Master of Business Administration (MBA) in Sportmanagement“ ist international anerkannt.

Das Curriculum gliedert sich inhaltlich in acht Module. Es umfasst in den Basismodulen eine konzentrierte, grundlegende Ausbildung in den Bereichen Sportmanagement, Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaften. Neben einem

Modul Führungs- und Kommunikationstechniken, in dem wichtige Soft Skills trainiert werden, stehen in den Modulen Sportmanagement und Sportmarketing jeweils verschiedene interdisziplinäre Vertiefungskurse zur Auswahl. Für die abschließende Masterarbeit ist eine Bearbeitungszeit von 27 Wochen vorgesehen.

Das gesamte Masterprogramm umfasst 120 Credits nach ECTS (European Credit Transfer System). Nach dem erfolgreichen Abschluss der Prüfungen wird der Abschluss „Master of Business Administration (MBA) in Sportmanagement“ in einer akademischen Feierstunde verliehen.

A

GRUNDLAGEN SPORTMANAGEMENT

Einführung Sportmanagement
Organisationen des Sports
Grundlagen Sportmarketing



MODUL A

B

BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

Buchführung / Kostenrechnung / Controlling
Sport und Steuern
Investition und Finanzmanagement



MODUL B

C

RECHTSWISSENSCHAFT

Bürgerliches Gesetzbuch
Sportrecht / Rechtevermarktung /
Sportlervermarktung



MODUL C

D

MARKTFORSCHUNG

Marktforschung im Sportmanagement
Projektseminar Marktforschung



MODUL D

E

FÜHRUNGS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN (2 AUS 3 KURSEN)

Rhetorik / Verhandlungs- und Gesprächsführung
Interkulturelle Kommunikation
Interkulturelles Management



MODUL E

F

SPORTMANAGEMENT (2 AUS 3 KURSEN)

Sport-Controlling
Internationales Management
Vereins- und Verbandsmanagement
Hauptseminar Sportmanagement (Pflichtfach)



MODUL F

G

SPORTMARKETING

Sportsponsoring / Ambush-Marketing
Markenmanagement im Sport
Hauptseminar Sportmarketing



MODUL G

H

MASTERARBEIT



MODUL H



Modul A

Einblick in die Materie: Das Sportmanagement

A1: EINFÜHRUNG SPORTMANAGEMENT

Diese Veranstaltung umfasst die Behandlung begrifflicher und theoretischer Grundlagen des Sportmanagements sowie einen Überblick über seine Entwicklung. Weitere Inhalte stellen Themenbereiche wie kritisches Denken im Sport, Public Relations in der Sportindustrie sowie das Sport-Facility- und Event-Management dar. Darüber hinaus gibt der Kurs Einblicke in das Sportmarketing und den Sporttourismus.

A2: ORGANISATIONEN DES SPORTS

Das Modul A 2 verschafft einen Überblick über sportökonomische Zusammenhänge im Hinblick auf die Entwicklung von Sportarten, die Attraktivierung von Veranstaltungen sowie die Vermittlung von Strukturen, Abläufen und Veränderungsbedingungen in der Organisation des deutschen und internationalen Sports. Weiterhin wird eine Einführung in Grundlagen und Methoden der Organisation von Sport und Sportveranstaltungen vorgenommen. Insbesondere werden aktuelle Entwicklungen im Sport, wie die fortschreitende Professionalisierung am Beispiel von Ligastrukturen sowie der Trend zum Sporevent an Beispielen aufgearbeitet.

A3: GRUNDLAGEN SPORTMARKETING

In den „Grundlagen Sportmarketing“ werden die Grundgedanken einer marktorientierten Unternehmensführung und die dafür zur Verfügung stehenden Instrumentarien dargestellt. Insbesondere wird die Vermittlung von Führungskonzeptionen, eine Einführung in die Elemente eines Marketing-Konzepts, eine Einordnung neuester Theorien des Relationshipmarketings in den Sportkontext sowie eine Analyse der wertschöpfenden Prozesse in Sportorganisationen vorgenommen.



Modul B

Ökonomische Basis: Betriebswirtschaftslehre

B1: BUCHFÜHRUNG/KOSTENRECHNUNG/ CONTROLLING

Der Kurs beginnt mit Grundlagen der Buchführung und Kostenrechnung sowie der finanziellen Abbildung von Wirtschaftsabläufen in Unternehmen. Des Weiteren wird die technische Erstellung und das inhaltliche Verständnis des Jahresabschlusses behandelt. Die gewonnenen Kenntnisse über verschiedene Systeme der Kostenrechnung werden im Hinblick auf Lösungsstrategien bei betrieblichen Entscheidungsproblemen angewandt. Die Anleitung der Studierenden in der kompletten Durchführung der Buchhaltung rundet die Veranstaltung ab.

B2: SPORT UND STEUERN

Diese Veranstaltung behandelt die Anwendung des Grundlagenwissens zur Unternehmensbesteuerung auf spezifische Probleme des Sports, wie die steuerliche Behandlung von Sponsoring, die Besteuerung gemeinnütziger Vereine, (international tätiger) Sportler sowie von Sportveranstaltungen. Zudem wird die rein nationale Betrachtung um eine internationale Komponente mit den Themenbereichen „Beschränkte Steuerpflicht“ und „Internationale Doppelbesteuerung und deren Vermeidung“ erweitert.

B3: INVESTITION UND FINANZMANAGEMENT

Modul B3 systematisiert und charakterisiert das Spektrum von Finanzierungsmöglichkeiten und behandelt Themen der Finanzanalyse und -planung. Es werden Methoden zur Beurteilung der ökonomischen Vorteilhaftigkeit von Investitionsvorhaben vorgestellt. Die Studierenden sollen Einsatzmöglichkeiten und -grenzen von Finanzierungstiteln einschätzen sowie Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung eigenständig anwenden und analysieren.



Modul C

Für alle Fälle: Privat- und Sportrecht

C1: BÜRGERLICHES GESETZBUCH

Die Einführung in das Bürgerliche Gesetzbuch dient der Vermittlung grundlegender Aspekte des BGB. Der Schwerpunkt bei dieser Einführung liegt hierbei auf dem „Allgemeinen Teil“, dem „Schuldrecht Allgemeiner Teil“ und dem „Schuldrecht Besonderer Teil“. Neben allgemeinen Beispielfällen zu den einzelnen Themengebieten werden auch sportbezogene Problemstellungen in die Behandlung mit einbezogen.

C2: SPORTRECHT / SPORTRECHTEVER- MARKTUNG / SPORTLERVERMARKTUNG

Aufbauend auf das Modul „Bürgerliches Gesetzbuch“ werden in diesem Modul praxisbezogene, sportrechtliche Problemstellungen vermittelt. Schwerpunkte sind hierbei die Grundlagen des Vereins-, Europa- und Kartellrechts, der Fall Bosman und seine Folgen, Verbandsautonomie versus staatliches Recht sowie verschiedene Themen aus der Sportvermarktung. Bei diesen wird vor allem auf die rechtliche Bewertung von Ambush-Marketing, Persönlichkeitsrechte von Sportlern sowie ausgewählte Rechtsprobleme bei Sponsoringverträgen eingegangen.



Modul D

Theorie und Praxis: Die Marktforschung

D1: MARKTFORSCHUNG IM SPORTMANAGEMENT

Die begrifflichen und theoretischen Grundlagen des Marktforschungsprozesses stellen den Einstieg in diese Veranstaltung dar. Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Marktforschungsprozess anhand ausgewählter Beispiele im Sport zu erlernen. Der Studierende soll darüber hinaus mit der Notwendigkeit der Marktforschung für die Qualitätsmessung vertraut gemacht werden.

D2: PROJEKTSEMINAR MARKTFORSCHUNG

In diesem Modul steht das wissenschaftliche Arbeiten innerhalb des Themenfeldes Marktforschung im Sportmanagement im Mittelpunkt. Ziel ist es, im Rahmen einer Projektarbeit die Kenntnisse der Studierenden in der Marktforschung einzuüben und zu vertiefen. Mögliche Themenfelder stellen hierbei z. B. die Vermarktung von Sportlern und Sportartikeln oder auch die Analyse von Unterschieden im Fanverhalten dar.



Modul E

Mit Kommunikation zum Erfolg: Soft Skills

E1: RHETORIK / VERHANDLUNGS- UND GESPRÄCHSFÜHRUNG

Den Studierenden werden über verhaltensorientierte Übungen kommunikative Kompetenzen vermittelt, die fachübergreifende Schlüsselqualifikationen für künftige Führungskräfte und Unternehmer darstellen und am Arbeitsmarkt eine immer größere Bedeutung erlangen.

E2: INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

In dieser Veranstaltung werden den Studierenden auf der Basis kultur- und kommunikationswissenschaftlicher Konzepte und Modelle Dimensionen der kulturellen Einbettung der menschlichen Kommunikation in multinationalen Organisationen nähergebracht. Ein weiteres Ziel ist das Erproben und Verbessern der eigenen interkulturellen Kommunikationskompetenz durch verhaltensorientiertes Lernen (Rollenspiele, Verhandlungssimulationen sowie Fallstudien).

E3: INTERKULTURELLES MANAGEMENT

Die Steigerung der Kulturkompetenz der Teilnehmer stellt das Ziel dieses Kurses dar. Hierfür lernen die Studierenden die Risiken aus sozio-kulturellen Divergenzen für internationale Geschäftsaktivitäten zu erkennen. Ein weiteres Ziel ist die Beherrschung der Instrumente und Ansätze zur Problemlösung in diesem Bereich. Die Studierenden erleben exemplarisch sozio-kulturelle Konfliktsituationen und üben anhand dieser Beispiele Lösungsmöglichkeiten zu deren Überwindung ein.



Modul F

Organisation und Planung: Management

F1: SPORT-CONTROLLING

Themen der Veranstaltung: Grundlagen des „Sport-Controlling“ und deren begriffliche und theoretische Einordnung, die Service Profit Chain und relevante Wertschöpfungskonfigurationen, die Balanced Scorecard, Controlling, Sportsplanner als Controllinginstrument und sportbezogene Kennzahlensysteme.

F2: INTERNATIONALES MANAGEMENT

Es wird Grundlegendes zum „Managementbegriff“ an sich und der Entwicklung des Internationalen Managements vermittelt. Ausgewählte Theorien zur Erklärung Internationaler Unternehmenstätigkeit, Einblicke in die Internationale Unternehmensführung, die Optimierung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Funktionsfelder bei Auslandsaktivitäten und das Management internationaler Geschäftsprozesse vervollständigen die Inhalte dieser Einheit.

F3: VEREINS- UND VERBANDSMANAGEMENT

Schwerpunkt: Praxisorientierte Betrachtung der Organisation des deutschen Sports. Dabei kommt den Sportvereinen eine zentrale Bedeutung zu, die auf ausgewählte Problemfelder hin untersucht werden. Zum Beispiel: Moderne Vereinsorganisation, Mitgliederwesen, Finanz- und Rechnungswesen, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring, Medien- und Personalpolitik, Marktforschung sowie der Aufbau und Ausbau einer Corporate Identity.

F4: HAUPTSEMINAR SPORTMANAGEMENT

Das Hauptseminar vertieft spezifische Inhalte des Sportmanagements. Der Studierende erlernt durch Anfertigung einer Studienarbeit mit anschließender Präsentation im Rahmen einer Blockseminarsitzung die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens.



Modul G

Die Kunst des Verkaufens: Marketing

G1: SPORTSPONSORING/ AMBUSH-MARKETING

Ziel dieses Moduls ist die Vermittlung der Grundlagen des Sportmarketings und des Sponsorings von Einzelsportlern, Mannschaften, Ligen, Events und Veranstaltungsorten. Inhalte sind die Anwendung von Marketing-Tools auf sportbezogene Produkte und Dienstleistungen, Ambush-Marketing und die Vermarktung von Leistungsbündeln unter Verwendung von Sport als Kommunikationsplattform. Die Veranstaltung wird abgeschlossen mit der Ausarbeitung eines Vermarktungskonzepts und der Erarbeitung von Sponsoring-Musterverträgen.

G2: MARKENMANAGEMENT IM SPORT

In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des Markenmanagements im Sport vermittelt: Vom Markenaufbau über die Markenführung bis hin zur Steigerung des Markenwerts. Darüber hinaus werden auch verschiedene Ansätze zur Berechnung des Markenwerts thematisiert.

G3: HAUPTSEMINAR SPORTMARKETING

Das Hauptseminar Sportmarketing soll spezifische Inhalte des Sportmarketings vertiefen. Der Studierende erlernt durch die Anfertigung einer Studienarbeit mit anschließender Präsentation während einer Blockseminarsitzung die Anwendung wissenschaftlicher Methoden im Themenfeld Sportmarketing.



Modul H

Gelerntes anwenden: Die Abschlussarbeit

MASTERARBEIT

Durch die Anfertigung einer Masterarbeit erschließen sich die Studierenden am Ende ihres Studiums exemplarisch und eigenständig ein abgegrenztes Themenfeld aus dem Sportmanagement. Sie sollen dadurch in die Lage versetzt werden, eine klar definierte Forschungsfrage in ihren empirischen, wie theoretischen Implikationen zu erfassen, zu operationalisieren und auszuarbeiten. Die Bearbeitungszeit ist auf 27 Wochen angelegt.

Von Kontakten profitieren Alumni-Verein Sportökonomie Uni Bayreuth e.V.



IHR ZUGANG ZUM EXKLUSIVEN NETZWERK DER BAYREUTHER SPORTÖKONOMEN

Der Verein „Sportökonomie Uni Bayreuth e.V.“ ist der Alumni-Verein der Bayreuther Sportökonominnen und mittlerweile zu einem wertvollen Instrument geworden. Er trägt zu einer engen Verbundenheit der Bayreuther Sportökonominnen bei und fördert deren ausgeprägte Kontaktpflege über das Studium hinaus.

Studenten, auf freundschaftlicher Ebene, über Hierarchien hinweg. Darüber hinaus verfolgt der Alumni-Verein das Ziel, praxisorientierte Elemente in die Ausbildung einzubringen und Absolventen über den neuesten Stand der Wissenschaft zu informieren. Diese Zielsetzungen tragen wesentlich dazu bei, das Image des Studiengangs und damit der ganzen Hochschule zu stärken.

EINE PLATTFORM FÜR ALLE

Die Plattform für den Austausch und die Kontaktpflege stellt das Internetportal des Vereins dar. Unter www.sportoekonomie.net bietet die stets aktualisierte Datenbank einen Informations- und Datenpool, der es einfach macht, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Darüber hinaus bietet das Netzwerk aber noch viele weitere Vorteile:

Hauptziel des Vereins ist der Aufbau eines Netzwerks zwischen Absolventen, Studierenden, Lehrenden und Praxisvertretern. Dieses Alumni-Netzwerk dient der Kontaktaufnahme zu ehemaligen Kommilitonen, zu ihrer Universität und zu

Wir bringen Sie auch nach dem Studium weiter. Unser Alumni-Verein versorgt Sie mit den neuesten Informationen aus Forschung und Wirtschaft und hilft Ihnen, Ihre Kontakte zu pflegen.

Newsletter **Karrieretage** **Branchenführer**

Öffentlichkeitsarbeit **Vereinseigene** **Job- und**

Alumni-Journal **Schriftenreihe** **Praktikumsbörse**

www.sportoekonomie.net

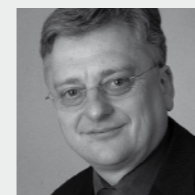
Mitgliederdatenbank **Diplomarbörse**

Praxisvorträge

Workshops und Seminare **Sportökonomiekongress**

Ein starkes Team Beteiligte Lehrstühle am MBA Sportmanagement Grundlage des Erfolgs: Interdisziplinarität

LEHRSTUHL FÜR DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT



Prof. Dr. Herbert Woratschek
Universität Bayreuth

LEHRSTUHL FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE STEUERLEHRE UND WIRTSCHAFTSPRÜFUNG



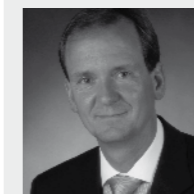
Prof. Dr. Jochen Sigloch
Universität Bayreuth

LEHRSTUHL FÜR FINANZWIRTSCHAFT UND BANKBETRIEBSLEHRE



Prof. Dr. Klaus Schäfer
Universität Bayreuth

LEHRSTUHL FÜR BÜRGERLICHES RECHT, HANDELS- UND WIRTSCHAFTSRECHT, RECHTSVERGLEICHUNG UND SPORTRECHT



Prof. Dr. Peter W. Heermann LL. M.
Universität Bayreuth

LEHRSTUHL FÜR BETRIEBLICHES PERSONALWESEN UND FÜHRUNGSLEHRE



Prof. Dr. Torsten Kühlmann
Universität Bayreuth

LEHRSTUHL FÜR INTERNATIONALES MANAGEMENT



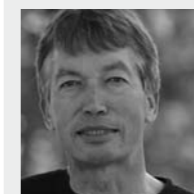
Prof. Dr. Reinhard Meckl
Universität Bayreuth

DIRECTOR OF SPORT MANAGEMENT PROGRAM, SACRED HEART UNIVERSITY



Prof. James Santomier, Ph. D.
John F. Welch College of Business, USA

LEHRSTUHL FÜR SPORTPÄDAGOGIK, SPORTPSYCHOLOGIE UND ORGANISATIONSLEHRE DES SPORTS



Prof. Dr. Walter Brehm
Universität Bayreuth

Neben den Professoren der beteiligten Lehrstühlen werden auch immer wieder ausgesuchte und renommierte Dozenten aus der Praxis einzelne Veranstaltungen innerhalb des MBA Sportmanagement übernehmen. Aktuelle Informationen hierzu finden sie, stets aktualisiert, auf unserer Homepage.

Lassen Sie sich überzeugen Stimmen zum Studiengang Branchenkenner zum MBA Sportmanagement



„Vom Weiterbildungsstudiengang MBA Sportmanagement werden die Teilnehmer und ihre Unternehmen gleichermaßen profitieren, da der Fokus auf die relevanten Stoffgebiete und den institutionellen Kontext der Sportbranche viel praxisorientiertes Wissen erzeugt, das sich sofort gewinnbringend und lösungsorientiert im Arbeitsalltag einsetzen läßt.“

**Christian Müller, Geschäftsführer Finanzen & Lizenzierung,
DFL Deutsche Fußball Liga GmbH**

„Der Studiengang Sportökonomie hat sich in den letzten Jahren als sehr verlässliche Ausbildungsplattform und Sprungbrett für die Sportindustrie etabliert. Die Erweiterung des Angebotes um den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang MBA Sportmanagement eröffnet nun auch Quereinsteigern im Sportbusiness die Chance, vom Bayreuther Konzept zu profitieren.“

Rolf Beißwanger, Beisswanger Consulting GmbH

„Über die Grenzen des Sportmanagements hinaus befähigt die Ausbildung die Absolventen dazu, flexibel auf unterschiedlichste Situationen, auch in den verschiedensten Wirtschaftsbranchen, reagieren zu können.“

**Alexander Jobst, Head of Sales and Licensing FIFA
(Fédération Internationale de Football Association)**



„Das Management von Sportorganisationen und Großveranstaltungen im Sport wird zunehmend komplexer und stellt die Akteure vor wachsende Herausforderungen. Betriebswirtschaftliche Fachgrundlagen und anwendungsbezogenes Wissen im Sportmanagement sind deshalb unverzichtbar und werden verstärkt zum Wettbewerbsfaktor für den Erfolg. Der MBA Sportmanagement in Bayreuth bietet eine verlässliche Grundlage, um sich für höhere Positionen im Sport- und Eventmanagement zu empfehlen.“

**Dr. Michael Welling, Senior Director Market & Sales Operations,
International Marketing, Sportfive GmbH & Co. KG**



„Das Bayreuther Angebot des berufsbegleitenden MBA Sportmanagement hilft, die individuellen Karrierechancen zu verbessern, ohne bisherige Tätigkeiten zu vernachlässigen.“

**Mark Schober, Leiter Marketing & Business
Development, Handball-Bundesliga GmbH**

Die Kombination von Sport, Recht und Wirtschaft, wie sie im Bayreuther MBA Sportmanagement verfolgt wird, bildet das Anforderungsprofil eines global tätigen Sportartikelherstellers hervorragend ab. Unsere Branche benötigt an diesen Schnittstellen engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter, da der weltweite Sportmarkt mit seinen Produktions- und Absatzmärkten zunehmend komplexer wird. Hierzu bietet der MBA Sportmanagement an der Universität Bayreuth eine Erfolg versprechende Grundlage.

**Frank A. Dassler, General Counsel der adidas Gruppe
und Vice-President WFSGI**

„Das einzigartige 3-Säulen-Konzept aus Sport, Wirtschaft und Recht, das den Studenten von Studienbeginn an vermittelt wird, befähigt die Absolventen als kompetente Fachleute in der Sportbusinessbranche aufzutreten.“

Martin Bader, Sportdirektor 1. FC Nürnberg



„Der DTTB setzt bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben auf kompetente und leistungsfähige Mitarbeiter, die strategisch und strukturiert arbeiten können. Das Erlernen dieser Fähigkeiten ist Ziel des MBA Sportmanagement in Bayreuth.“

**Matthias Vatheuer,
Generalsekretär Deutscher Tischtennis Bund**



„Der „Bayreuther Spöko“ ist mittlerweile am Markt etabliert. Die Universität Bayreuth für die Qualität seiner Absolventen bekannt. Eine Erweiterung des sportökonomischen Angebots um den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang MBA Sportmanagement ist ein sinnvoller Schritt, um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.“

**René Beck, Marketing Manager,
Basketball Bundesliga GmbH**

Im Herzen Oberfrankens Studienort Bayreuth Braukunst und Richard Wagner

www.oberfranken.de

www.bierland-oberfranken.de

www.bayreuth.de

www.uni-bayreuth.de

WAGNERSTADT BAYREUTH

Eingebettet in eine zauberhafte Natur zwischen Fichtelgebirge im Nordosten und Fränkischer Schweiz im Südwesten, liegt die markgräfliche Residenz Bayreuth im Herzen Oberfrankens. Weltberühmt ist sie durch die jährlichen Richard-Wagner-Festspiele. Bayreuths Sehenswürdigkeiten, seine Sport- und Freizeitmöglichkeiten und sein vielfältiges kulturelles und kulinarisches Angebot versprechen erlebnisreiche Tage das ganze Jahr hindurch.



DER „CAMPUS IM GRÜNEN“

An der Universität Bayreuth genießen Sie alle Vorteile einer Campusuniversität. Alle Fakultäten und Forschungseinrichtungen sind um einen zentralen Platz auf dem Campus angeordnet und über kurze Wege zu erreichen. Hier treffen Sie auf Studierende aller Fachrichtungen und erleben die freundschaftliche Atmosphäre der Universität. Großzügige Grünflächen und ein weitläufiger Botanischer Garten prägen das Bild des „Campus im Grünen“.



VERKEHRSGÜNSTIGE LAGE

Bayreuth liegt direkt an der A9 (Berlin-München) und ist über die A70 Richtung Schweinfurt an die westlichen Verkehrsachsen angebunden. Stündliche Verbindungen nach Nürnberg und zeitlich abgestimmte Fernverbindungen ermöglichen es, Bayreuth auch per Bahn optimal zu erreichen. Der nächste Fernflughafen befindet sich im nahegelegenen Nürnberg.



Kompetenzen bündeln Studiengangsleitung Konstrukteure eines erfolgreichen Studiengangs

STUDIENGANGSMODERATOR

Prof. Dr. Herbert Woratschek ist seit 1996 Inhaber des Lehrstuhls für Dienstleistungsmanagement an der Universität Bayreuth. Er und sein Team waren federführend an der Konzeption des MBA Sportmanagement beteiligt. Prof. Woratschek war bereits Visiting Professor an den Universitäten in Calgary, Trondheim und Melbourne.

Prof. Dr. Herbert Woratschek
Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement
Universität Bayreuth

Telefon: 09 21/ 55 3497
Telefax: 09 21/ 55 3496
E-Mail: d1m@uni-bayreuth.de



CAMPUS-AKADEMIE

Die CAMPUS-AKADEMIE ist eine Organisationseinheit der Universität Bayreuth, die ihre Aufgabe in der Weiterqualifizierung von Berufstätigen sieht. Sie lässt das Wissen aus den grundständigen Studiengängen der Uni Bayreuth in ihre Angebote einfließen. So verbindet sich Erfahrung aus der Praxis mit akademischen Kompetenzen.

Prof. Dr.-Ing. Dieter Brüggemann
Leiter der CAMPUS-AKADEMIE
Universität Bayreuth

Telefon: 09 21/ 55 7160
Telefax: 09 21/ 55 7165
E-Mail: campus-akademie@uni-bayreuth.de



SPORT MANAGEMENT ACADEMY BAYREUTH (SMAB GMBH)

Die Sport Management Academy Bayreuth übernimmt im Auftrag der CAMPUS-AKADEMIE die Organisation des MBA Sportmanagement. Sie pflegt ein nationales und internationales Netzwerk, in dem Forscher, Dozenten, Praktiker, Alumni und Studierende in Kontakt stehen und sich über aktuelle Probleme im Sportmanagement austauschen.

Dr. Guido Schafmeister
Geschäftsführender Gesellschafter

Telefon: 0160/ 901 39 281
E-Mail: guido.schafmeister@sma-bayreuth.de



Vorsprung durch Wissen

Die **CAMPUS-AKADEMIE** wurde im Jahr 2003 als Organisationseinheit der Universität Bayreuth gegründet, um praxisrelevante Weiterbildung auf universitärem Niveau anzubieten.

In Seminarangeboten, zertifizierten Kursen und Aufbaustudiengängen vermitteln namhafte Dozenten aus Wissenschaft und Praxis karriereentscheidende Qualifikationen. Diese sind speziell auf den Bedarf der Zielgruppe zugeschnitten und versetzen die Teilnehmer in die Lage, komplexe Problemstellungen erfolgreich und eigenständig zu lösen.

Die **Universität Bayreuth** ist eine international operierende, kooperations- und schwerpunktorientierte Forschungsuniversität mit innovativen Strukturen. Durch Forschung, Lehre und Weiterbildung dient sie dem wissenschaftlichen Fortschritt und einer wissenschaftsbezogenen Aus- und Weiterbildung. In ihrer aktiven Verbindung zur Wirtschaft sieht sie sich als Innovationsmotor und als Dienstleister für Gesellschaft und Wirtschaft. Man orientiert sich hierzu an der wissenschaftlichen Entwicklung und berücksichtigt die Qualifikationsanforderungen des Arbeitsmarktes.



www.opus-marketing.de

CAMPUS-AKADEMIE
Universitätsstraße 30
95440 Bayreuth

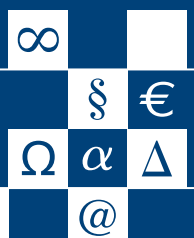
Tel.: 09 21/ 55 7277
Fax: 09 21/ 55 7333
E-Mail: mbasportmanagement@uni-bayreuth.de

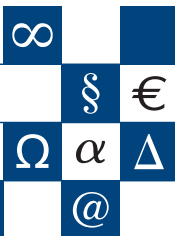
www.sportmanagement.uni-bayreuth.de
www.campus-akademie.uni-bayreuth.de



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

CAMPUS
AKADEMIE





Der Startschuss für Ihre Karriere

Termine und Kosten MBA Sportmanagement

Informieren - Ausfüllen - Abschicken

DAUER:

April 2010 – März 2012

VERANSTALTUNGSORT:

Campus der Universität Bayreuth

TERMINE: 1. SEMESTER

1. Wochenendblock:

23.-25. April 2010

2. Wochenendblock:

11.-13. Juni 2010

3. Wochenendblock:

16.-18. Juli 2010

STUDIENZEITEN:

Die Wochenendblöcke beginnen jeweils am Freitag um 10 Uhr und enden am Sonntag gegen 17 Uhr.

KOSTEN:

3.400 € pro Semester zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer von zurzeit 7%.

In den meisten Fällen sind diese Gebühren teilweise als Werbungskosten steuerlich absetzbar.

ANMELDESCHLUSS:

31. März 2010

(u. U. Nachmeldungen möglich)

KONTAKT:



Florian Dubbel

Projektkoordinierung & Marketing

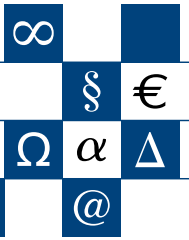
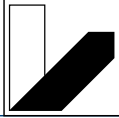
Tel.: 09 21/ 55 7277

Fax: 09 21/ 55 7333

florian.dubbel@uni-bayreuth.de

CAMPUS-AKADEMIE
der Universität Bayreuth
Universitätsstraße 30
95440 Bayreuth

www.sportmanagement.uni-bayreuth.de
www.campus-akademie.uni-bayreuth.de



An die
CAMPUS-ÄKADEMIE
Universitätsstraße 30
95440 Bayreuth

Master of Business Administration **Anmeldung MBA Sportmanagement** FAX: 09 21/ 55 7333

Ich möchte ab dem Sommersemester 2010 am berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang „Master of Business Administration (MBA) in Sportmanagement“ der Universität Bayreuth teilnehmen und melde mich hierzu verbindlich an.

Die Aufnahme in den Studiengang erfolgt im Rahmen der verfügbaren Studienplätze und nach Prüfung der Zulassungsvoraussetzungen durch die Universität Bayreuth. Die Anzahl der Studienplätze ist auf 25 Teilnehmer pro Jahrgang begrenzt.

Titel

Name

Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

E-Mail

Ort, Datum

Unterschrift