

Berufsbegleitender Bachelorstudiengang

**BWL für Leistungssportlerinnen und Leistungssportler (B.A.)**



# **Modulkatalog**

## **Sommersemester 2016**

Stand: 05.01.2016

Änderungen vorbehalten!



**Unternehmensstrategien**

## Pflichtmodul

<b>Lehrender</b>	Prof. Dr. Reinhard Pfriem Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
<b>Inhalte</b>	Das Modul soll die Studierenden in grundlegende Fragestellungen des Strategischen Managements einführen. Es besteht aus folgenden Elementen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beherrschen des Grundwissens für die Aufstellung von Jahresabschlüssen für Einzelunternehmen und Konzerne</li> <li>• Kenntnis wesentlicher Gestaltungsalternativen bei der Abschlusserstellung</li> <li>• Beurteilen des Aussagewertes von Abschlüssen</li> <li>• Erlangen von Handlungs- und Problemlösungskompetenz in Rechnungslegung und Abschlussauswertung</li> <li>• Herausbildung von Unternehmensstrategien als emergenter Prozess</li> <li>• Strategie als Plan, Spielzug, Handlungsmuster, Selbstverortung und Wahrnehmungsperspektive</li> <li>• Strategiebildung in Auseinandersetzung mit unternehmenspolitischen Anspruchsgruppen (Stakeholders)</li> <li>• Market-based-view und Resource-based-view des Strategischen Managements</li> <li>• Strategisches Management und organisatorischer Wandel</li> <li>• Gesellschaftliche Herausforderungen für das Strategische Management</li> <li>• Unternehmensstrategien als kulturelle Angebote an die Gesellschaft</li> <li>• Fallstudien für exemplarisches Lernen</li> </ul>
<b>Lernergebnisse</b>	Die Teilnehmenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Einsichten in das Wesen des Strategischen Managements wiedergeben</li> <li>• verschiedene Theoriekonzeptionen des Strategischen Managements vergleichend beschreiben</li> <li>• die Anwendungsbedingungen verschiedener Methoden des Strategischen Managements erläutern</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul ist Bestandteil des für LeistungssportlerInnen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzworkshops</li> <li>• Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen (Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung)</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 240 h (internetgestütztes, mentoriell betreutes Selbststudium: ca. 110 h; Projektarbeit: ca. 100 h; Präsenzphasen: ca. 30 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	Modulstart: Mi., 27.01.2016 / Präsenz 1: Mo./Di., 22./23.02.2016 Präsenz 2: Mo./Di., 02./03.05.2016 / Modulende: Mi., 01.06.2016
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Unternehmens- und Leistungsprozesse**

## Pflichtmodul

<b>Lehrender</b>	Prof. Dr. Niko Paech Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
<b>Inhalte</b>	<p>Dieses Modul führt Sie in den betrieblichen Leistungsprozess - sozusagen in die »reale« Ebene betrieblichen Handelns - ein. Im Mittelpunkt steht die Frage, mit welchen Handlungen das Unternehmen sein Geld verdient und wie es diese Handlungen so verbessern kann, dass es seinen Gewinn maximiert. Es geht hier u. a. um die Gestaltung von Produkten, um die Umwandlung von Roh- und Hilfsstoffen in diese Produkte sowie die dazugehörigen logistischen Ströme.</p> <p>Die leistungswirtschaftliche Prozesssicht beginnt dabei zunächst mit Marketingentscheidungen, wie Produktmerkmalen, Preisen, Distributionsentscheidungen sowie Kommunikationspolitik (Produktwerbung), weil diese nach Markterfordernissen festgelegt werden. Zum anderen bezieht sie sich auf die nachgelagerten Produktionsentscheidungen, die der Produktion der so definierten Produkte und der Beschaffung der Vorprodukte dienen. Das Modul Unternehmensprozesse verknüpft grundlegende theoretische Zusammenhänge mit konkreten Beispielaufgaben. An den gegebenen Stellen werden die Spezifika von mittelständischen Unternehmen im Produktionsbereich herausgestellt.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Absatz, Beschaffung, Produktion unterscheiden,</li> <li>• erkennen, wie die einzelnen Stufen des leistungswirtschaftlichen Prozesses miteinander verzahnt sind und von Marktpulsen gelenkt werden,</li> <li>• die Zielgrößen erkennen, die leistungswirtschaftliche Entscheidungen insbesondere im Bereich der Produktion bestimmen,</li> <li>• konkrete Entscheidungsindikatoren (z.B. optimale Losgröße, Bestellmenge) im Rahmen des leistungswirtschaftlichen Prozesses anwenden,</li> <li>• den Einfluss neuer Kommunikationstechnologien auf den betrieblichen Leistungsprozess erkennen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul ist Bestandteil des für LeistungssportlerInnen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzworkshops</li> <li>• Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen (Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung)</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 240 h (internetgestütztes, mentoriell betreutes Selbststudium: ca. 110 h; Projektarbeit: ca. 100 h; Präsenzphasen: ca. 30 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	Modulstart: Mi., 24.02.2016 / Präsenz 1: Mo./Di., 21./22.03.2016 Präsenz 2: Mo./Di., 30./31.05.2016 / Modulende: Mi., 29.06.2016
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Empirische Forschung und statistische Analyse: Teilmodul Grundlagen der Statistik**

## Pflichtmodul

<b>Lehrende</b>	Prof. Dr. Heinke Röbbken / Robert Mitschke Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
<b>Inhalte</b>	<p>Dieses Modul führt Sie in die empirische Forschung und statistische Analyse ein. Ziel ist es dabei, Ihnen die notwendigen methodischen Kenntnisse zu vermitteln, die in der betrieblichen Praxis, aber auch in den anderen Modulen des Studiengangs sowie in der Bachelorarbeit angewendet werden können. Das Modul setzt sich aus folgenden Teilen zusammen:</p> <p><b>1. Einstufungstest (Sommersemester 2016) – Robert Mitschke</b></p> <p>Zu Beginn des Moduls nehmen Sie an einem Einstufungstest teil, der zur Ermittlung Ihrer Vorkenntnisse im Bereich der Statistik dient. Bei sehr guten Vorkenntnissen ist eine Anrechnung des Teils „Grundlagen der Statistik“ möglich.</p> <p><b>2. Grundlagen der Statistik (Sommersemester 2016) – Robert Mitschke</b></p> <p>Das Online-Modul „Grundlagen der Statistik“ vermittelt das notwendige Handwerkszeug, das für die Durchführung und Auswertung quantitativer Daten benötigt wird. Sie erlernen mittels der quantitativen Methodik verdichtete Daten und gewonnene Ergebnisse, die in Darstellungen und Tabellen übersetzt wurden, zu deuten. Die Teilnehmenden bearbeiten obligatorische Online-Aufgaben. Dieses Teilmodul besuchen Sie nicht, wenn Sie im Einstufungstest sehr gute Kenntnisse im Bereich der Statistik nachgewiesen haben.</p> <p><b>3. Qualitative und quantitative Forschungsmethoden (Wintersemester 2016/17) Prof. Dr. Heinke Röbbken / Robert Mitschke</b></p> <p>Das Teil „Qualitative und quantitative Forschungsmethoden“ vermittelt die erforderlichen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Methodenlehre. Zu Beginn werden die verschiedenen qualitativen (z. B. Einzelfallanalyse, Feldforschung, Aktionsforschung) sowie quantitativen (z. B. schriftliche standardisierte Befragung) Forschungsdesigns dargestellt und sämtliche Methoden der Datenerhebung und -aufbereitung vermittelt sowie diskutiert. Es werden grundlegende empirische Vorgehensweisen und Begriffe erläutert, die für Ihre Projektarbeit essentiell sind. Für die Projektarbeit in diesem Modul entscheiden Sie sich für eine vertiefende Bearbeitung und Anwendung qualitativer oder quantitativer Forschungsmethoden, führen die Erhebung und Auswertung von Daten durch, die für ihren beruflichen Kontext relevant sind. Die Inhalte der zur Anwendung kommenden Forschungsmethoden werden aus konkreten beruflichen Fragestellungen heraus entwickelt.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wissenschaftstheoretischer Konzepte und deren Auswirkung auf die einzusetzende Methodik unterscheiden,</li> <li>• wesentliche Merkmale unterschiedlicher Forschungsdesigns verstehen,</li> <li>• die wichtigen Charakteristika verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren anwenden,</li> <li>• die Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung beschreiben,</li> <li>• die Verfahren und Methoden in konkreten Informations- und Entscheidungsprozessen adäquat einsetzen,</li> <li>• statistische Ergebnisse sachbezogen präsentieren und interpretieren,</li> <li>• korrekte statistische Schlussfolgerungen von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit ziehen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Online-Aufgaben, Projektarbeit, zwei Präsenzphasen.
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22 Teilnehmende.
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich Wirtschafts- und Sozialforschung.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen</li> <li>• Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 13 KP (Einführung in die Statistik: 5 KP, Qualitative und quantitative Forschungsmethoden: 8 KP) Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 390 Std. (Selbststudium: ca. 180 Std.; Projektarbeit: ca. 180 Std.; Präsenzphasen: ca. 30 Std.)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einstufungstest: Mi., 25.05.2016</li> <li>2. Modulstart Grundlagen der Statistik: Mi., 15.06.2016 / Modulende: Mi., 31.08.2016</li> <li>3. Qualitative und quantitative Forschungsmethoden (Wintersemester 2016/17)</li> </ol>
<b>Gebühren</b>	1.100 Euro (Grundlagen der Statistik: 350 Euro, Qualitative und quantitative Forschungsmethoden: 750 Euro)

**Bachelor-Thesis in Verbindung mit einem Online-Forschungs-kolloquium (Abschlussmodul)**

## Pflichtmodul

<b>Lehrende</b>	Anne Rubens-Laarmann sowie Gutachterinnen und Gutachter Carl von Ossietzky Universität Oldenburg (u. a.)
<b>Inhalte</b>	<p>Ziel des Bachelor-Moduls ist die Vorbereitung und das Erstellen der Bachelor-Thesis. Das Bachelor-Modul besteht daher aus drei Teilen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuelle Betreuung durch eine/n Gutachter/in der Universität Oldenburg</li> <li>• Online-„Bachelor-Kolloquium“ mit Mentorenbetreuung</li> <li>• Begleitende Selbststudienmaterialien zur Erstellung der Bachelor-Thesis</li> <li>• Zu Beginn des Online-Kolloquiums legen die Studierenden ein Exposé der geplanten Themenstellung Ihrer Bachelor-Thesis vor. Im Rahmen einer Intensivphase (ca. 1 x pro Quartal) stellen sie ihr Exposé bzw. eine Fragestellung der Thesis zur Diskussion. Teilnehmer/innen, Gutachter/innen und Mentorin geben dazu Feedback. In der Vorbereitung der Kompaktwochen werden die Studierenden zusätzlich durch eine Mentorin unterstützt.</li> </ul> <p>Die Selbststudienmaterialien beinhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Themensuche (Arten wissenschaftlicher Abschlussarbeiten, Strategien zur Themenfindung, Festlegung des Themenbereichs),</li> <li>• Materialsuche (Literatur beschaffen, Literaturlauswertung, Literaturverwaltung),</li> <li>• Das Thema erarbeiten (Fragestellung, Zielsetzung, Exposé),</li> <li>• Aufbau und Gliederung (Grundlagen, formale Anforderungen, Aufbau),</li> <li>• Dokumentation der Quellen (Wann zitieren, wie zitieren).</li> </ul>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung klar formulieren,</li> <li>• ein adäquates Forschungsdesign entwickeln,</li> <li>• selbständig eine wissenschaftliche Arbeit verfassen,</li> <li>• inhaltliche und formale Kriterien an eine Bachelor-Abschlussarbeit anwenden.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops oder auch Online
<b>Teilnehmerzahl</b>	Keine Beschränkung
<b>Voraussetzungen</b>	Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 120 KP (aktuelle PO) bzw. 133 KP (ältere PO).
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul flankiert die Erstellung der Bachelor-Thesis.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	Kolloquium: Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 15 KP (3 KP Kolloquium, 12 KP Bachelor-Thesis) Notenskala. 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Abschlussmodul wird fortlaufend in jedem Semester angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 450 h (Online-Forschungskolloquium: ca. 90 h; Bachelor-Thesis: ca. 360 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Nationales und internationales Sportmanagement**

## Wahlpflichtmodul

<b>Lehrender</b>	Prof. Dr. Sebastian Kaiser Hochschule Heilbronn
<b>Inhalte</b>	<p>In diesem Modul lernen die TeilnehmerInnen, aufbauend auf allgemeinen Kenntnissen der Sportwirtschaft sowie wirtschaftlichen Problemen des Sports und von Sportbetrieben aller Art, die Besonderheiten des Managements im Sport/von Sportorganisationen kennen. In international vergleichender Perspektive werden ausgewählte Felder des Sportmanagements behandelt. Sporteventmanagement, Kommunikationsmanagement, Sportstättenmanagement, Personalmanagement u.v.a.m. Das Modul bereitet sie auf die speziellen Anforderungen an Führungspositionen in Sportorganisationen vor.</p> <p>Neben der quantitativen Bedeutungszunahme der Sportwirtschaft lässt sich die Relevanz des Moduls v. a. aus den qualitativen Veränderungen ableiten. Kommerzialisierung und Professionalisierung nehmen zu und die Verflechtungen von Sport und Wirtschaft werden immer enger. Dabei entstehen neue Herausforderungen an die Flexibilität und Anpassungs-fähigkeit der Sportorganisationen und des Management-Personals: Einerseits lässt sich heute im Sport Geld verdienen, allerdings auf Märkten mit ständig wachsender Konkurrenz, andererseits werden traditionelle Ressourcen wie staatliche Subventionen und ehrenamtliche Mitarbeit knapper. Die Folge ist, dass die Anforderungen an das Management gestiegen sind. Neben professionellen SportlerInnen und TrainerInnen braucht der Sport zunehmend professionelle ManagerInnen. Um den vielfältigen Ansprüchen gerecht werden zu können, müssen diese mit den vielfältigen Besonderheiten der Sportwirtschaft vertraut sein (Anbieter, Güter, Nachfrage, Märkte) die in der traditionellen – auf Sachgüterproduktion für Märkte in großen erwerbswirtschaftlichen Betrieben konzentrierten – Ökonomie nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit gestanden haben.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ausgewählte Aspekte der Sportökonomie/des Sportmanagements beschreiben und die wirtschaftliche Bedeutung des Sports darlegen,</li> <li>• wesentliche Strukturmerkmale von Sportsystemen international vergleichend darstellen,</li> <li>• Tätigkeiten und Qualifikationsprofile von SportmanagerInnen beschreiben, deren Professionalisierungsgrad beurteilen und Hinweise zu deren Rekrutierung auf dem Markt geben,</li> <li>• wesentliche Aufgaben und Problemfelder des Managements von national und international tätigen Sportorganisationen (Sportvereine und -verbände, Profisportorganisationen, kommerzielle Sportanbietern, Sportagenturen u. v. a. m.) beschreiben und Lösungen für jeweils spezifische Probleme erarbeiten.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22
<b>Voraussetzungen</b>	Grundkenntnisse Rechnungswesen und Finanzierung
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management" im Sportbereich.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzworkshops</li> <li>• Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen (Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung)</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 240 h (internetgestütztes, mentorielles betreutes Selbststudium: ca. 110 h; Projektarbeit: ca. 100 h; Präsenzphasen: ca. 30 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	Modulstart: Mi., 10.02.2016 / Präsenz 1: Mo./Di., 07./08.03.2016 Präsenz 2: Mo./Di., 23./24.05.2016 / Modulende: Mi., 22.06.2016
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Sportmarketing und -sponsoring**

## Wahlpflichtmodul

<b>Lehrender</b>	Dr. Manfred Schubert Deutsche Sporthochschule Köln
<b>Inhalte</b>	Die Teilnehmer werden aufbauend auf dem Erwerb von Grundlagenwissen zum Marketing mit den Besonderheiten und spezifischen Aufgaben und Anforderungen des Sportmarketings vertraut gemacht. Grundlegend dabei ist die Unterscheidung zwischen dem Marketing von bzw. im Sport, also der Vermarktung von sportbezogenen Dienstleistungen und Produkten verschiedener Akteure der Sport-branche, und dem Marketing mit bzw. durch Sport, also der werblichen Nutzung von Sport durch Unternehmen in Form von Sponsoring.
<b>Lernergebnisse</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen des Sport-Marketing und –Sponsoring <ul style="list-style-type: none"> <li>Konstitutive Grundlagen des Sport-Marketing: Besonderheiten von Angebots-, Nachfrage-, Organisations- und Marktstrukturen im Sport</li> <li>Begriff, Geschichte, Erscheinungsformen und aktuelle Bedeutung des Sport-Sponsorings</li> <li>Der Sportmarketing- und Sport-Sponsoring-Management-Prozess</li> <li>Strukturen und Entwicklung des Sportmarktes</li> </ul> </li> <li>Das Marketing-Management ausgewählter Sportorganisationen und Sportanbieter <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing von Sportvereinen und -verbänden</li> <li>Marketing für (Groß-)Sportveranstaltungen</li> <li>Marketing in der Sportartikelindustrie und im Sportfachhandel</li> <li>Marketing für kommerzielle Sportanbieter</li> <li>Die Vermarktung von Rechten im Sport</li> </ul> </li> <li>Das Sponsoring-Management <ul style="list-style-type: none"> <li>Sponsoringplanung und –management aus der Sicht von Sponsoren</li> <li>Sponsoringplanung aus der Sicht des Gesponserten</li> <li>Zur Rolle der Agenturen im Sponsoring</li> <li>Zur Rolle der Medien im Sponsoring</li> <li>Wirkungskontrolle und Wirkungsmessung im Sponsoring</li> </ul> </li> <li>Erarbeitung, Präsentation und Diskussion von Sport-Sponsoring- und Marketing-Konzepten für fiktiver Fallbeispiele oder real existierenden Sportorganisationen / Sportveranstaltungen / Sportprodukte</li> </ol>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Marketing" im Sportbereich
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzworkshops</li> <li>Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen (Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung)</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 240 h (internetgestütztes, mentoriell betreutes Selbststudium: ca. 110 h; Projektarbeit: ca. 100 h; Präsenzphasen: ca. 30 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	Modulstart: Mi., 01.06.2016 / Präsenz 1: Mo./Di., 27./28.06.2016 Präsenz 2: Mo./Di., 05./06.09.2016 / Modulende: Mi., 05./06.09.2016
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Führung und Kommunikation**

## Wahlpflichtmodul

<b>Lehrender</b>	André Karczmarzyk C3 [Kubik_C] Oldenburg
<b>Inhalte</b>	<p>Führung und Kommunikation sind zwei Bereiche, die unabhängig von spezifischen Unternehmensgrößen und -typen gelten. Insbesondere begriffliche und konzeptionelle Grundlagen der Führungs- und Kommunikationsforschung haben übergeordneten und allgemeingültigen Charakter. Vor diesem Hintergrundwissen lassen sich jedoch Unterschiede zwischen KMU und Großunternehmen feststellen. Denn nicht alles, was die Literatur anbietet, lässt sich von Großunternehmen 1:1 auf KMU übertragen. In dem Modul wird deshalb an geeigneten Stellen der Blick auf die besonderen Bedingungen für Führung und Kommunikation in KMU gerichtet.</p> <p>Aus didaktischen Gründen werden beide Bereiche getrennt voneinander behandelt. Der erste Teil des Moduls beschäftigt sich mit dem Bereich "Führung", der zweite mit dem Bereich "Kommunikation". Zunächst wird jeweils in die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen eingeführt.</p> <p>Ziel ist es, verschiedene theoretische Zugänge für Fragen der Führung und der Kommunikation kennen zu lernen und ihre Implikationen für die Praxis herauszuarbeiten. Hierfür wird vor allem auf Standardwerke zurückgegriffen, die mit Literatur zu spezifischen Problemstellungen angereichert werden. Darauf aufbauend werden neuere Entwicklungen auf beiden Forschungsgebieten vorgestellt (z.B. das Konzept der emotionalen Intelligenz). Für beide Bereiche werden abschließend Probleme (Führungs- und Kommunikationsdefizite) identifiziert und Lösungsoptionen diskutiert.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Begriffe der Führung und Kommunikation definieren,</li> <li>• die Basisannahmen der vorgestellten Führungs- und Kommunikationstheorien beschreiben und voneinander abgrenzen,</li> <li>• die Stärken und Schwächen der vorgestellten Konzepte nennen,</li> <li>• verschiedene Führungs- und Kommunikationsinstrumente anwenden,</li> <li>• analysieren, weshalb Führungs- und Kommunikationsdefizite entstehen und wie damit umgegangen werden kann,</li> <li>• mit dem Umstand umgehen, dass in KMU andere Führungs- und Kommunikationsbedingungen vorliegen als bei Großunternehmen und die Hintergründe hierfür identifizieren,</li> <li>• ihr eigenes Führungs- und Kommunikationsverhalten theoretisch reflektieren.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes Selbststudium, teamorientierte Projektarbeit, zwei Präsenzworkshops
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 22
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Dieses Modul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzworkshops</li> <li>• Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen (Klausur und projektbezogene Prüfungsleistung)</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 240 h (internetgestütztes, mentoriell betreutes Selbststudium: ca. 110 h; Projektarbeit: ca. 100 h; Präsenzphasen: ca. 30 h)
<b>Dauer</b>	ca. 25 Wochen
<b>Termine</b>	Modulstart: Mi., 13.07.2016 / Präsenz 1: Mo./Di., 08./09.08.2016 Präsenz 2: Mo./Di., 17./18.10.2016 / Modulende: Mi., 16.11.2016
<b>Gebühren</b>	750,00 Euro

**Mathematik für Studierende der Wirtschaftswissenschaften (online)**

PE, Wahlpflichtmodul

<b>Lehrende</b>	Heike Müller Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
<b>Inhalte</b>	Diese Professionalisierungseinheit bietet eine Einführung in die notwendigen mathematischen Kenntnisse für ein BWL-Studium. Diese Kenntnisse werden anhand von Praxis-Beispielen vertieft. Ziel dieses Moduls ist es, Ihnen das für Ihr Studium benötigte mathematische Wissen zu vermitteln, insbesondere für Mikroökonomie und Makroökonomie. Folgende Themen werden bearbeitet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funktionen und Stetigkeit</li> <li>• Differentialrechnung</li> <li>• Integralrechnung</li> <li>• Summenzeichen</li> <li>• Lineare Gleichungssysteme</li> <li>• Vektoren und Matrizen</li> <li>• Exponentialfunktion und Logarithmus</li> <li>• Statistik</li> </ul>
<b>Lernergebnisse</b>	Sicherer Umgang mit den notwendigen mathematischen Grundkenntnissen.
<b>Lehrformen</b>	Internetgestütztes betreutes Selbststudium ohne Präsenzphasen, teamorientierte Gruppenarbeit
<b>Teilnehmerzahl</b>	Keine Beschränkung
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Diese PE unterstützt die Studierenden bei der Bearbeitung einzelner Module, die gewisse Grundkenntnisse in Mathematik erfordern.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	Bearbeitung von Online-Aufgaben
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Die Professionalisierungseinheit wird in jedem Semester angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 60 h
<b>Dauer</b>	ca. 17 Wochen
<b>Termine</b>	07.03. – 04.07.2016
<b>Gebühren</b>	300,00 Euro

**Gruppensituationen gezielt leiten**

PE, Wahlpflichtmodul

<b>Lehrender</b>	Fred Kastens Trainer und Berater für Teamentwicklung und Kommunikation
<b>Inhalte</b>	<p>In dieser Einheit geht es um wirkungsvolle Verhaltenstechniken, um die Interaktionsprozesse in Gruppen zu lenken. „Techniken“ heißt hier die konkrete und zugleich systematische Beantwortung der Frage: „Was macht man/frau, wenn ...“ bzw. „Was genau macht man/frau, um ...“ Im Fokus stehen dabei Sie als Leiter/in in einer Gruppensituation. Hintergrund der Techniken: Gerade in Gruppen wird die Art der Kommunikation durch die Art des nonverbalen Miteinanders gesteuert und entschieden. Das was wir als gutes und konstruktives Gruppenklima erleben, lässt sich mit den Elementen der nonverbalen Kommunikation sehr gut beschreiben und recht gezielt herbeiführen.</p> <p>Sie werden Gelegenheit bekommen diese zentralen Elemente/Techniken zu identifizieren und in vielfältiger Art anzuwenden. Die Wirkungen der Techniken sind sehr klar und eindeutig. Sie lassen sich auf alle Arten von Gruppensituationen (Präsentation, Moderation, Seminar, Klein-/Großgruppe...) anwenden.</p> <p>Hinweis I: Der Kurs kümmert sich wenig um Methoden mit Gruppen (Moderationstechniken) oder Strategien in Gruppen/Besprechungen (Verhandeln mit Gruppen). Im Vergleich dazu zeigt dieser Kurs gezielt die Mikrotechniken/ das Handwerkszeug auf, um die Makromethoden (Moderation, Verhandeln) sehr effektiv umsetzen zu können.</p> <p>Diese Veranstaltung ist auch als Aufbau von „Effektive Gesprächsführung“ nutzbar, da sie auf die gleichen Elemente aufbaut. Die Teilnahme wird aber nicht vorausgesetzt</p> <p>Hinweis II: Die Professionalisierungseinheit wird studiengangübergreifend in den berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengängen des Center für lebenslanges Lernen (C3L) angeboten.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufmerksamkeit in Gruppen generieren und lenken,</li> <li>• Störungen leicht und sehr schnell auflösen oder integrieren,</li> <li>• den roten Faden der Interaktion halten,</li> <li>• Methoden beherrschen, um jederzeit Themen versachlichen und entschärfen zu können,</li> <li>• eine Gruppe „lesen“,</li> <li>• ein zugleich sicheres/kompetentes als auch angemessenes Verhalten als Leiter/-in zu zeigen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Präsenzworkshop mit internetgestützter Nachbereitungs- und Transferphase.
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 15
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Weiterentwicklung der für Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen notwendigen Schlüsselkompetenzen.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop</li> <li>• erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 60 h (Präsenzphase: ca. 15 h; Online-Phase ca. 45 h)
<b>Dauer</b>	ca. 10 Wochen
<b>Termine</b>	Präsenz: 11./12.05.2016 (Mi. 12.00-20.00 Uhr, Do. 9.00-17.00 Uhr) Modulende: Nachbereitungsphase (online) bis 21.07.2016
<b>Gebühren</b>	300,00 Euro

**Assessment Center**

PE, Wahlpflichtmodul

<b>Lehrende</b>	Anja Behrmann ProZept gbr, Oldenburg
<b>Inhalte</b>	<p>Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Führungsverantwortung sind regelmäßig an Personalentscheidungen beteiligt und verantwortlich für die Entwicklung des eigenen Personals. Die Kenntnis und das Beherrschen von Methoden zur Einschätzung und Auswahl von Personal gehört zu einer wesentlichen Kompetenz von Führungskräften.</p> <p>Das Assessment Center ist neben dem Interview und der Dokumentenanalyse das am häufigsten eingesetzte, dokumentierte und diskutierte Verfahren innerhalb der betrieblichen Eignungsdiagnostik und dient der Personalauswahl und -entwicklung. In der Professionalisierungseinheit lernen die Teilnehmer/-innen das Assessment Center als Methode kennen, können den Nutzen einschätzen, sowie Vor- und Nachteile benennen. Neben der theoretischen Einführung in der auch die Auseinandersetzung mit Standards erfolgt, ist die Anwendung und praktische Übung der Methode durch die Teilnehmenden in den unterschiedlichen Rollen (TeilnehmerInnen / BeobachterInnen / AuftraggeberInnen) ein wesentliches Ziel.</p> <p>Hinweis: Die Professionalisierungseinheit wird studiengangübergreifend in den berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengängen des Center für lebenslanges Lernen (C3L) angeboten.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie lernen das Assessment Center als ein eignungsdiagnostisches Verfahren zur Personalauswahl und -entwicklung kennen.</li> <li>• Sie setzen sich mit den unterschiedlichen Rollen (TeilnehmerInnen / BeobachterInnen / AuftraggeberInnen) und den damit verbundenen Erwartungen auseinander.</li> <li>• Sie haben die einzelnen eingesetzten Methoden / Übungen reflektiert und können Vor- und Nachteile im Kontext der Aufgabenstellung benennen.</li> <li>• Sie haben Anforderungen an die einzelnen Prozessschritte erarbeitet (Übung / Beobachtung / Einschätzung / Gutachten / Feedback) und setzen sich mit empfohlenen Standards auseinander (Arbeitskreis AC).</li> <li>• Sie kennen Alternativen und können diese bewerten.</li> <li>• Sie können das AC adäquat in Managementprozessen einsetzen und aus den Ergebnissen begründete Personalentscheidungen oder -entwicklungsmaßnahmen ableiten und vertreten.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Präsenzworkshop mit internetgestützter Nachbereitungsphase
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 15 Teilnehmende
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul, Schwerpunkt Professionalisierung und Schlüsselkompetenzen
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop</li> <li>• Erfolgreiche Bearbeitung von Transferaufgaben</li> </ul>
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 2 KP Note: unbenotet
<b>Häufigkeit</b>	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 15 Std., Online-Phase ca. 45 Std.)
<b>Dauer</b>	ca. 5 Wochen
<b>Termine</b>	Präsenzphase: 15./16.06.2016 (Mi. 12.00-20.00 Uhr, Do. 9.00-17.00 Uhr) Nachbereitungsphase und Modulabschluss (online): 13.07.2016
<b>Gebühren</b>	300,00 Euro

**Wirkungsvoll präsentieren, überzeugend auftreten**

PE, Wahlpflichtmodul

<b>Lehrende</b>	Christa Hoffmann Bildungswerk ver.di Hannover
<b>Inhalte</b>	<p>Wenn Sie Ideen, Projekte, Verfahren präsentieren oder Lösungen anbieten wollen, sind Präsentationen oft das Forum um Funktions- und Entscheidungsträger für Ihr Vorhaben zu gewinnen. Dabei sind sowohl die Darbietungsformen, als auch das angemessene Verhalten entscheidend für den Erfolg. Für die professionelle Vorbereitung brauchen Sie deshalb technisches Know-how, für die erwünschte Wirkung souveränes Auftreten.</p> <p>Inhalte der Professionalisierungseinheit: Selbstmanagement und persönliche Wirkung, Zielgruppenanalyse - adressatenorientierte Präsentation, Grundregeln der Präsentation mit PowerPoint, Argumentation: Struktur und Aufbau von Kurzreden, Visualisierung – Techniken der Spontan-Visualisierung – Medieneinsatz und Präsentationsverhalten, Tipps und Tricks zur Steigerung des Publikumsinteresses.</p> <p>Hinweis: Die Professionalisierungseinheit wird studiengangübergreifend in den berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengängen des Center für lebenslanges Lernen (C3L) angeboten.</p>
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Teilnehmenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentationen nach der jeweiligen Zielgruppe ausrichten,</li> <li>• den Ablauf einer Präsentation effektiv vorbereiten und wirkungsvoll gestalten,</li> <li>• verschiedene Möglichkeiten der Visualisierung anwenden,</li> <li>• die persönliche Wirkungsweise verbessern.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	Präsenzworkshop mit internetgestützter Vorbereitungsphase
<b>Teilnehmerzahl</b>	Max. 15
<b>Voraussetzungen</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Weiterentwicklung der für Führungskräfte in Unternehmen im Sportbereich notwendigen Schlüsselkompetenzen.
<b>Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten</b>	Aktive Teilnahme an der Online-Phase und am Präsenzworkshop
<b>Kreditpunkte und Noten</b>	Kreditpunkte: 2 KP Notenskala: unbenotet
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Die Professionalisierungseinheit wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis vier Semestern angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Gesamt: ca. 60 h (Präsenzphase: ca. 15 h; Online-Phase ca. 45 h)
<b>Dauer</b>	ca. 5 Wochen
<b>Termine</b>	Modulbeginn: Start der Vorbereitungsphase (online): 20.07.2016 Präsenz: 17./18.08.2016 (Mi. 12.00-20.00 Uhr, Do. 9.00-17.00 Uhr)
<b>Gebühren</b>	300,00 Euro