

Fitnessökonomie



Übergeordnete Kompetenzen

Sie erwerben in diesem Studienschwerpunkt die notwendigen Kompetenzen, um durch entsprechende Handlungskompetenzen im Marketing sowie im Verkauf und Vertrieb Neukunden adäquat anzusprechen und zu gewinnen.

Studienmodul 1: Fitnessökonomie I – Management von Fitness- und Gesundheitsunternehmen

- Konstitutive Entscheidungen für Fitness- und Gesundheitsunternehmen
- Gestaltung Personalmanagement und Organisationsentwicklung
- Qualitätsmanagement
- Controlling zur zielfokussierten Unternehmenssteuerung
- Entwicklung von Servicestrategien zur langfristigen Kundenbindung

Studienmodul 2: Fitnessökonomie II – Marketing in der Fitness- und Gesundheitsbranche

- Wesentliche Motive für den Fitness- und Gesundheitssport
- Ausgewählte marketingpolitische Instrumente für das Gesundheitsmarketing
- Besonderheiten des Gesundheitsmarketings (Health-Care-Marketing)
- Customer-Relationship-Management in der Fitness- und Gesundheitsbranche
- Eventplanung

Studienmodul 3: Fitnessökonomie III – Verkaufs- und Vertriebsmanagement

- Strategisches Vertriebsmanagement
- Aufbau einer effizienten Vertriebsorganisation
- Steuerung der Vertriebsprozesse durch Controlling-Systeme
- Key-Account-Management
- Franchise-Systeme und Lizenzierungs-Konzepte

Studienmodul 4: Fitnessökonomie IV – Fallstudie Fitnessökonomie

- Befähigung zur Entwicklung von Strategien und Konzepten
- Entwicklung der Teambuilding-Prozesse
- Adäquater Einsatz von Leadership Skills
- Entscheidungsprozesse optimieren