Bachelor of Arts Sportökonomie

Bachelor of Arts Sportökonomie

Ihr Einstieg ins Management der Sportbranche

Der Studiengang qualifiziert Sie für die vielfältigen Einsatzgebiete des Sportmarktes und bereitet Sie auf Schlüsselpositionen z. B. in Vereinen, Verbänden, bei Agenturen, Sportartikelherstellern sowie in kommerziellen Sport- und Freizeitanlagen vor.

Bachelor of Arts Sportökonomie

Ihre Zukunftsperspektive im Sportbusiness

„Sport“ bringt als zentraler Wirtschaftsfaktor einen hohen volkswirtschaftlichen Nutzen – mit steigender Tendenz, denn die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Profi- und Breitensport nimmt weiter zu. So wird auch der Bedarf an qualifizierten Fach- und Führungskräften in Unternehmen der Sportbranche immer größer.

Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich im Non-Profit-Segment ab. Auch Vereine und Verbände sind mehr und mehr auf zukunftsfähige, professionelle Konzepte angewiesen, um bestehende Mitglieder zu halten und neue Mitglieder zu gewinnen.

Dabei erfordern die aktuellen Strukturen in der Verbands- und Vereinswelt mehr denn je Flexibilität: Insbesondere die trainingswissenschaftlichen Module dieses Studiengangs bereiten Sie auf den flexiblen Einsatz in den Mehrspartenvereinen und das Evaluieren und Konzipieren von (Dienst-)Leistungen für Mitglieder, Kundinnen und Kunden vor.

Der Sportmarkt und seine Tätigkeitsfelder sind vielschichtig. Ein spannendes Arbeitsumfeld mit sehr facettenreichen Möglichkeiten erwartet Sie – sowohl in wirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen als auch in Non-Profit-Institutionen.

Für wen ist dieser Studiengang besonders geeignet?

- **Studieninteressierte, auch Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger**
  - … mit betriebswirtschaftlichem und trainingswissenschaftlichem Interesse
  - … die sich fundiertes Wissen über die spezifischen Strukturen und Besonderheiten der Sportbranche verschaffen möchten
  - … die eine Führungsposition in einem Verein oder Verband, bei kommerziellen Sportanlagen, Sportagenturen, Sponsoren oder z. B. bei einem Sportartikelhersteller anstreben
  - … die Konzepte, Strategien und Trainingsprogramme selbst entwickeln und umsetzen möchten
- **Funktionärinnen und Funktionäre**
  - … in Verbänden und Vereinen im Breitensport mit Schwerpunkt Non-Profit-Organisationen, in Fitness- und Gesundheitszentren oder bei Sportartikelherstellern
  - … die interdisziplinäre, wirtschaftlich sinnvolle Konzepte und Strategien entwickeln wollen

Was zeichnet diesen Studiengang aus?

Mit der speziellen Kombination aus Ökonomie, Sportmanagement und Trainingswissenschaft erwerben Sie umfassende Kompetenzen, um sowohl Non-Profit-Organisationen als auch kommerzielle Institutionen im Sportbusiness gestalten und steuern zu können.

Insbesondere steht dieser Studiengang für die Vermittlung von vertiefenden Fähigkeiten und Fertigkeiten im Breitensport, vor allem im Vereins- und Verbandswesen.

Erfahrene Dozentinnen und Dozenten aus dem Breiten- und Profisport bieten Ihnen einen praxisnahen Wissens- und Kompetenzerwerb, sodass Sie die wissenschaftlich fundierten Inhalte direkt in die betriebliche Praxis übertragen können.

Mit den Studieninhalten zu gesundheitsorientiertem Kraft-, Ausdauer-, Beweglichkeits- und Koordinationstraining verschaffen Sie sich zusätzliche Vorteile und flexible Einsatzmöglichkeiten.

Sie werden zum Beispiel auch in die Lage versetzt, in Mehrspartenvereinen oder kommerziellen Fitness- und Gesundheitszentren gesundheitsorientierte Programme zu entwickeln, umzusetzen und anzuleiten.

Mit der Anerkennung einzelner Studienmodule durch die BSA-Akademie können Sie schon während des Studiums zusätzlich von zahlreichen Trainerlizenzen, kaufmännischen und sonstigen Qualifikationen profitieren.

Auf einen Blick

Studienstart jederzeit möglich	**Art des Studiums** Duales Studium: Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen plus Tätigkeit im Ausbildungsbetrieb	**Studiendauer** 7 Semester/42 Monate mit Lehrveranstaltungen an insgesamt 61 Tagen
Studiengebühren 360 EUR pro Monat, werden i. d. R. vom Ausbildungsbetrieb übernommen	**Anerkennung** Akkreditiert und staatlich anerkannt sowie zugelassen durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU; Nr. 149112)	**Abschluss** Bachelor of Arts (B. A.) Sportökonomie

Das lernen Sie im Studium

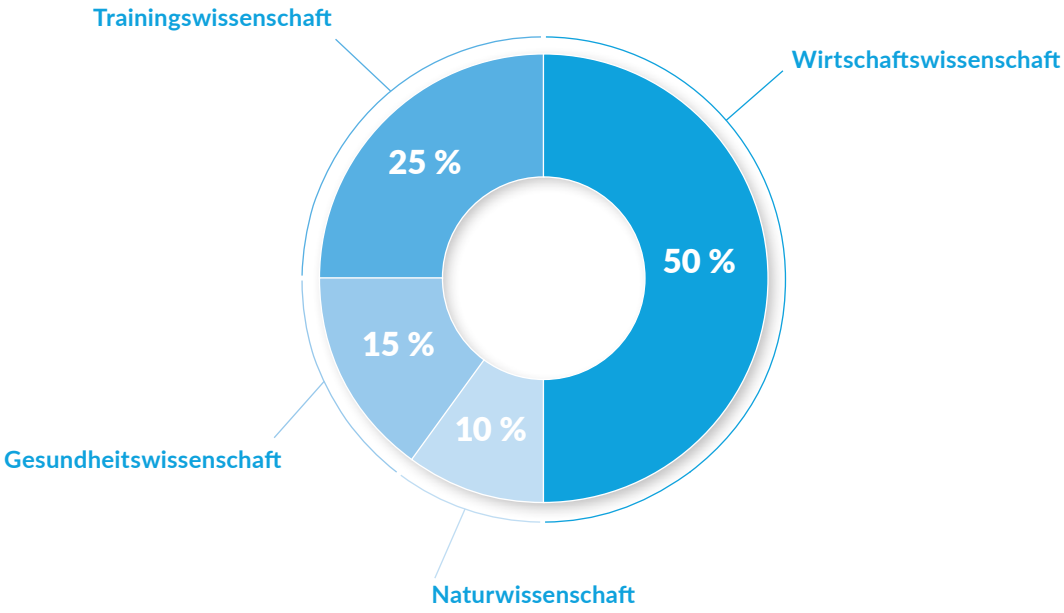
Der inhaltliche Schwerpunkt dieses Studiengangs liegt in der Vernetzung der Sportökonomie und der Wirtschaftswissenschaften mit den Gesundheits- und Trainingswissenschaften. Sie lernen, wie volks- und betriebswirtschaftliche Grundlagen – unter Berücksichtigung der sport- und vereinsrechtlichen Besonderheiten – auf die Anforderungen der Sportbranche übertragen werden.

Einen weiteren Schwerpunkt bildet das Personalmanagement inklusive Auswahl, Einsatz, Führung und Teamentwicklung.

Im Bereich des operativen und strategischen Sportmarketings beschäftigen Sie sich intensiv mit relevanten Themen wie Marketingplanung, Eventmanagement, Sponsoring, Digitalisierung sowie Vermarktung von Sportanlagen und Sportstätten.

Praxisnahe Studieninhalte in gesundheitsorientiertem Kraft-, Ausdauer-, Beweglichkeits- und Koordinationstraining schaffen die Voraussetzungen, um Konzepte, Strategien sowie gesundheitsorientierte Programme zu entwickeln und umzusetzen.

Kompetenzen in Kommunikation, Präsentation, Service und Beratung runden Ihre Qualifikation als zukünftige Führungskraft ab.



Ihr Studienverlaufsplan

Studienmodul	Semester	ECTS-Punkte	Lehrveranstaltung (Tage)*	Prüfungsleistung
Propädeutikum – Einführung in das duale Studium an der DHfPG	1.+ 2.	5	2	–
Wissenschaftliches Arbeiten I – Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens		5	2	–
Beratungs- und Servicemanagement		10	3	KL
Medizinische Grundlagen		10	3	KL
Trainingslehre I – Allgemeine Trainingslehre und Krafttraining		10	4	HA
Sportmanagement		10	3	KL
Betriebswirtschaftslehre I – BWL, Personal, Organisation		10	3	KL
insgesamt		**60**	**20**	
Betriebswirtschaftslehre II – Buchführung und Jahresabschluss	3.+ 4.	10	3	KL
Marketing I – Grundlagen des Marketings		10	3	KL
Trainingslehre II – Ausdauertraining		10	3	HA
Kommunikation und Präsentation		10	3	PRÄ
Sportmarketing		10	3	HA
Wissenschaftliches Arbeiten II – Forschungsseminar		10	3	PRO
insgesamt		**60**	**18**	
Sport- und Vereinsrecht	5.+ 6.	10	3	KL
Betriebswirtschaftslehre III – Bilanzanalyse und Controlling		10	3	KL
Gesundheitsmanagement im Sport		10	3	HA
Trainingslehre III – Beweglichkeits- und Koordinationstraining		10	3	HA
Sportanlagen- und Sportstättenmanagement		10	3	HA
Betriebswirtschaftslehre IV – Investition, Finanzierung, Qualitätsmanagement		10	3	KL
insgesamt		**60**	**18**	
Wissenschaftliches Arbeiten III – Vorbereitung auf die Abschlussarbeit	7.	6	2	–
Bachelor-Thesis		12	–	TH
Interdisziplinär		12	3	PRO
insgesamt		**30**	**5**	
Gesamtstudium		**210**	**61**	

HA = Hausarbeit KL = Klausur PRÄ = Präsentation PRO = Projektarbeit TH = Thesis

*** Bitte berücksichtigen Sie die Pflicht zur Teilnahme an Vor-Ort-Präsenzphasen im Rahmen der Anerkennung, bspw. DVGS/ZPP. Details entnehmen Sie bitte dem entsprechenden Modulhandbuch.**

Das können Sie in die Praxis umsetzen – Beispiele

- Mit Marketing-, Vertriebs- und Controllingprogrammen, einer nachhaltigen Personalpolitik und Kenntnissen in den sportrechtlichen Besonderheiten schaffen Sie die Rahmenbedingungen, um eine Sportorganisation oder ein Sportunternehmen langfristig erfolgreich aufzustellen.

- Sie analysieren sportliche Entwicklungen und Trends, um daraus konkrete Strategien und Maßnahmen abzuleiten.

- Sie sind in der Lage, innovative Marketingkonzepte für die Sportbranche, beispielsweise zu den Themen Neuromarketing und Digitalisierung, zu planen, durchzuführen und zu betreuen.

- Durch neue Kooperationsformen mit Wirtschaftsunternehmen in den Bereichen Sponsoring, Hospitality, Ticketing oder Merchandising können Sie „Ihren“ Verein oder Verband gezielt vermarkten und zusätzliche Umsätze generieren.

- Sie kennen sich im Bereich der Qualitätszertifizierung aus: Dadurch gelingt es Ihnen, qualitätsgesicherte Angebote und Dienstleistungen DIN-konform am Markt anzubieten.

- Über innovative Angebote und Geschäftsmodelle schaffen Sie es, neue Zielgruppen – beispielsweise aus dem Gesundheitsbereich – anzusprechen, zu integrieren und langfristig zu binden.

- In gesundheitsorientiertem Kraft-, Ausdauer-, Beweglichkeits- und Koordinationstraining können Sie kundenadäquate Trainingskonzepte planen, anleiten und Erfolge dokumentieren, um damit eine optimale Kundenbetreuung sicherzustellen.

Einsatzfelder in der Sport-, Fitness- und Gesundheitsbranche

Sportinstitutionen	Kommerzielle Sportanbieter
• Vereine, z. B. im Breitensport • Landes-, Dach- und Fachverbände	• Fitness- und Gesundheitszentren • Sportanlagen und Sportstätten (z. B. von Kommunen, Stadien)

Zulassungsvoraussetzungen und weitere Infos

Hochschulzugangsberechtigung

- Allgemeine Hochschulreife
- Fachhochschulreife
- Abschluss als Meister/-in oder Fachwirt/-in
- Fachschul- oder Berufsfortbildungsabschluss

Sofern nur der schulische Teil der Fachhochschulreife vorliegt und der für die Zulassung zum Studium noch notwendige berufspraktische Teil der Fachhochschulreife absolviert werden muss, kann die DHfPG Studieninteressierten hierfür geeignete Praktikumsbetriebe nennen und somit einen Weg zum Studium aufzeigen.

alternativ:

Studium ohne Abitur

- Antrag und Zulassung als „beruflich besonders qualifizierte Person"

Zusätzlich ist ein **Ausbildungsvertrag mit einem Unternehmen** erforderlich.

Für die Suche nach einem geeigneten Ausbildungsbetrieb empfiehlt die Hochschule Ihnen die kostenfreie Online-Jobbörse: AUFSTIEGSJOBS.DE DIE JOBBÖRSE FÜR AKTIVE GESUNDHEITSGESTALTER

Nähere Informationen inklusive Anmeldemöglichkeit zum Studiengang finden Sie unter: dhfpg.de/bso

Ihre Fragen zu den Zulassungsvoraussetzungen (siehe auch S. 26), zum Studiengang und dem Studium an der DHfPG beantwortet das Team des Career Service gern persönlich unter Telefon: + 49 681 6855 580.

Wirtschaftsunternehmen	Sporttourismus	Sonstige
• Sportartikelhersteller und -handel • Event-, Marketing- oder Medienagenturen • Sponsoring, Merchandising	• Wellnesshotels mit Sportangebot • Anbieterfirmen von Sport- und Gesundheitsreisen	• Marktforschungsinstitute • Sportmedien