

Studiengang	Sportmanagement und Sportkommunikation
Abschlussgrad	Bachelor of Arts (B.A.)
Studienform	Präsenz
Studiendauer (in Semestern)	6 Semester
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 CP
Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend	-
Aufnahme des Studienbetriebs	WiSe 07/08
Aufnahmekapazität pro Jahr (max. Anzahl Studierende)	150
Profil des Studienprogramms	<p>Der B.A. Sportmanagement und Sportkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> - ist ein 6-semestriger Studiengang, - qualifiziert für eine breite Palette von beruflichen Positionen und Tätigkeiten auf der Ebene des (mittleren) Managements von Sportorganisationen und Sportbetrieben, - orientiert sich in Aufbau und Inhalt an den Standards einer wissenschaftlich fundierten, universitären Ausbildung und den Erfordernissen des beruflichen Handelns in verschiedenen Bereichen der Sportwissenschaft, - sichert über Praktika, Gastvorträge, Projektarbeiten, Fallstudien etc. ein hohes Maß an Praxisbezug, - schließt mit dem international anerkannten, akademischen Grad des Bachelor of Arts (B.A.) ab, - ermöglicht die anschließende, wissenschaftliche Vertiefung der Ausbildung in einem Master-Studiengang, z.B. in den Masterstudiengängen „M.Sc. Sport Management“ (Unterrichtssprache: Englisch) und „M.A. Sport, Medien und Kommunikationsforschung“. <p>Ziel des Studiengangs ist es, jene fachlichen Kompetenzen, methodisch-praktischen Fertigkeiten und funktionsunspezifischen Schlüsselqualifikationen zu vermitteln, die zum einen den Berufseinstieg in mittlere oder höhere Positionen der Leitung, Organisation und Verwaltung von Sportbetrieben ermöglicht, zum anderen die Grundlagen für eine Vertiefung und Erweiterung dieser Qualifikationen im Rahmen eines Masterstudiums schafft. Aufgrund der sehr starken Fragmentierung des Sportmarktes in eine Vielzahl von Betriebs- und Organisationstypen, Marktsegmente und Produktgruppen orientiert sich die Studiengangskonzeption an den Gemeinsamkeiten von management- und kommunikationsbezogenen Aufgaben der Sportbranche.</p> <p>Als Leitlinie und den Qualifikationszielen übergeordnet liegen dem Studiengang die folgenden vier Grundprinzipien zugrunde:</p> <ol style="list-style-type: none"> a.) tätigkeitsfeldorientierter Ansatz: es erfolgt eine breite Qualifizierung für Aufgaben des Leitens, Planens, Finanzierens, Organisierens und Evaluierens von Sportbetrieben und deren Leistungsangebote, sowie der damit verbundenen Kommunikationserfordernisse unabhängig von einzelnen Organisationsformen, Produkttypen und Marktsegmenten des Sports. b.) wissenschaftliche Fundierung: Das Studium beinhaltet zum einen eine Grundlagenausbildung im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens. Zum anderen fokussiert sich die Ausbildung auf die Vermittlung und kritische Reflektion wissenschaftsbasierter Methoden, Tools und Techniken zu Bewältigung tätigkeitsfeldbezogener Aufgaben, Probleme und Anforderungen. c.) Interdisziplinärität: Hierbei wird – in Anlehnung an die meisten Management- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge in- und ausländischer Universitäten - ein konsequent interdisziplinärer Ansatz verfolgt, der die Perspektiven verschiedener sozialwissenschaftlicher Mutterdisziplinen aufgreift. d.) Integration und Sportbezug: Besonderes Augenmerk gilt der integrativen Verknüpfung von Erkenntnissen aus der Allgemeinen Management-, Kommunikations- und Medienforschung mit dem Gegenstand „Sport“ in seinen vielfältigen Erscheinungsformen und unter Berücksichtigung seiner Besonderheiten.
Interne Re-Akkreditierung	01.04.2019 – 31.03.2027
Grund der Qualitätsprüfung	Turnus gemäß Zeitplan Qualitätsmanagement-Lehre
Datum des Expert*innenworkshops	04.05.2018
Zusammensetzung der Gutachter*innengruppe	Wissenschaft Univ. Prof. Dr. Marie-Luise Klein (Leiterin des Lehr- und Forschungsbereichs Sportmanagement der Ruhr-Universität Bochum)

	Arbeitsmarkt Philipp Deipenbrock (Leiter Service & Vertriebssteuerung 1.FC Köln) Studienstruktur Edith Hansmeier (Dezernentin für Akademische und Studentische Angelegenheiten der Hochschule Hamm-Lippstadt)
Eingang des Expert*innengutachtens	23.07.2018
Durchführung des Internen Workshops	23.11.2018
Weiterentwickelnde Arbeiten des Studiengangs	<ul style="list-style-type: none"> - Schärfung der Prüfungsformate - Strukturelle und inhaltliche Schärfung von Module der Berufsorientierten Studien
Beratung in der Universitätskommission Studium und Lehre	16.01.2019
Entscheidung über die Re-Akkreditierung	11.03.2019 Der Studiengang erfüllt grundsätzlich die in den Regeln des Akkreditierungsrats für die Akkreditierung und für die Systemakkreditierung genannten Qualitätsanforderungen. Die Akkreditierung erfolgt mit Auflagen.
Auflagenerfüllung	Auflagen wurden vollumfänglich und fristgerecht erfüllt. (Frist 04.12.2019)
Vergabe des Qualitätssiegels	31. März 2019
Interne Re-Akkreditierung	29.02.2012 – 30.09.2018 Verlängert (bis 31.03.2019)
Grund der Qualitätsprüfung	Turnus gemäß Zeitplan Qualitätsmanagement-Lehre
Datum des Expert*innenworkshops	14.04.2011
Zusammensetzung der Gutachter*innengruppe	Wissenschaft Prof. Dr. Eike Emerich (Universität des Saarlandes, Lehrstuhl für Sportökonomie und –soziologie) Arbeitsmarkt Dr. Christoph Niessen (Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.) Hr. Alex Kraemer (Agentur Heimspiele, Köln)
Eingang des Expert*innengutachtens	30.06.2011
Durchführung des Internen Workshops	21.07.2011
Beratung in der Kommission für Qualitätsmanagement	7. Sitzung der Kommission für Qualitätsmanagement 04. Oktober 2011
Entscheidung über die Re-Akkreditierung	29.02.2012 Der Studiengang erfüllt grundsätzlich die in den Regeln des Akkreditierungsrats für die Akkreditierung und für die Systemakkreditierung genannten Qualitätsanforderungen. Die Akkreditierung erfolgt ohne Auflagen.
Auflagenerfüllung	/
Vergabe des Qualitätssiegels	05.10.2015
Erst-Akkreditierung	21.08.2007 - 30.09.2012 <i>Verlängert im Rahmen des Systemakkreditierungsverfahrens (30.09.2013 – 30.09.2015) Akkreditierungsentscheid durch Akkreditierungskommission in der 28. Sitzung vom 20./21.08.2007 mit Auflagen akkreditiert. Die Auflagen wurden fristgerecht angezeigt und erfüllt.</i>
Zusammensetzung der Gutachtergruppe	Prof. Dr. Gregor Daschmann (Johannes-Guttenberg Universität Mainz, Institut für Publizistik) Prof. Dr. Wolfgang Maennig (Universität Hamburg, Department Wirtschaftswissenschaften) Hr. Stefan Ludwig (Deloitte & Touche GmbH, Düsseldorf) Hr. Frank Hemmerling (Universität Jena)