

**Modul:** 1 - Ökonomische und rechtliche Grundlagen des Teamsports  
**Studiengang:** Zertifikatsstudium „European Handball Manager“  
**Gültig für Studienanfänger/innen ab:** 2015/16

Modultitel (Englisch)	Economics and Law of Team Sports
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel SWS/ Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Teamsports 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Wertschöpfungsmodelle im Handball 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>c) Besonderheiten von Handballvereinen, -verbänden und -ligen sowie deren ökonomische Konsequenzen 0.24/ 2h/ 4h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>d) Sportrechtliche Grundlagen 0.80/ 8h/ 12h/ SE/ deutsch oder englisch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden verfügen über Grundlagenwissen der Sportökonomie. Sie können sportökonomische und -rechtliche Grundzusammenhänge verstehen und sich daraus resultierende Konsequenzen für die Führung von Handballsportbetrieben ableiten. Die Teilnehmenden kennen die Besonderheiten der Sportgüter, des -angebots, der -nachfrage, -märkte, -institutionen und der verschiedenen Sportorganisationen für die Wertschöpfung im Handball.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Teamsports</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführende sportökonomische Aspekte (wirtschaftliche Bedeutung, Besonderheiten, Sportförderung)</li> <li>• Ökonomie von Sportklubs und -ligen (Ziele, Wettbewerbsintensität und Regulierung)</li> <li>• Sport Arena- und TV-Zuschauer (Determinanten und Effekte)</li> <li>• Sportevents (ökonomische Bedeutung und ökonomische Risiken)</li> </ul> <p>b) Wertschöpfungsmodelle im Handball</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Handballspiele als Dienstleistung</li> <li>• Wertschöpfung im Handball</li> <li>• Folgen der Kommerzialisierung</li> </ul> <p>c) Besonderheiten von Handballvereinen, -verbänden und -ligen sowie deren ökonomische Konsequenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Charakteristika und Besonderheiten von NPOs im Sport</li> <li>• Vereinsversagen, Transformation und Folgeprobleme</li> <li>• Kooperation und Interessensdivergenzen zwischen Klubs, Verband und Liga</li> </ul> <p>d) Sportrechtliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Staats- und Europarecht</li> <li>• Wettbewerbs- und Kartellrecht</li> <li>• Vereins- und Verbandsrecht</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haftungsrecht</li> <li>• Sportgerichtsbarkeit/Schiedsgerichtsbarkeit</li> </ul>
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysekompetenz</li> <li>• Fachwissenschaftliche Kompetenzen</li> <li>• Wissenstransfer</li> <li>• Systematisches und konzeptionelles Arbeiten</li> <li>• Theorie-Praxis Transfer</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie
Empfohlene Literatur	<p>Adolphsen, J., Nolte, M., Lehner, M. &amp; Gerlinger, M. (2012). <i>Sportrecht in der Praxis</i>. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Daumann, F. (2011). <i>Grundlagen der Sportökonomie</i>. Konstanz: UVK.</p> <p>Downward, P., Dawson, A. &amp; Dejonghe, T. (2009). <i>Sports Economics</i>. Amsterdam: Elsevier.</p> <p>Heinemann, K. (1995). <i>Einführung in die Ökonomie des Sports</i>. Schorndorf: Hofmann.</p> <p>Horch, H.-D., Schubert, M. &amp; Walzel, S. (2014). <i>Besonderheiten der Sportbetriebslehre</i>. Berlin: Springer.</p> <p>Pawlowski, T. (2014). <i>Sportökonomik – Einführung kompakt</i>. Konstanz und München: UVK.</p> <p>Woratschek, H., Horbel, C. &amp; Popp, S. (2014). The sport value framework – a new fundamental logic for analyses in sport management. In <i>European Sport Management Quarterly</i>, 14(1), 16-24.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen für das Modul	Keine
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündlichen Prüfungsfragen können sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen.

Änderungen vorbehalten

**Modul:** 2 - Teamsport Governance und Handball Management

**Studiengang:** Zertifikatsstudium „European Handball Manager“

**Gültig für Studienanfänger/innen ab:** 2015/16

Modultitel (Englisch)	Team Sport Governance & Handball Management
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel SWS/ Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Teamsport Governance 0.96/ 8h/ 16h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Strategisches Handball Management 0.72/ 6h/ 12h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>c) Arbeitsrecht im Sport 0.32/ 4h/ 4h/ SE/ deutsch oder englisch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden können die Fakten und Informationen der Teamsport Governance wiedergeben und daraus erfolgsversprechende Strategien auf Klub-, Liga- und Verbandsebene im Handball entwickeln. Sie sind in der Lage, sowohl sportliche als auch wirtschaftliche Interessen gegeneinander abzuwägen und diese im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung in der Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle zu berücksichtigen.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Teamsport Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationale Sportorganisationen und Regularien</li> <li>• Europäische Sportsysteme</li> <li>• Sportpolitik in Europa und der EU</li> <li>• Governance-Strukturen im europäischen Handball</li> <li>• Sport Governance in Handballorganisationen</li> <li>• Aktuelle Handlungsfelder der Sport Governance (u.a. soziale Verantwortung, Match-Fixing, Doping, Korruption) und deren Konsequenzen für den Handball</li> </ul> <p>b) Strategisches Handball Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategischer Managementprozess im Sport</li> <li>• Analyse strategischer interner und externer Erfolgsfaktoren im Handball</li> <li>• Planung sportlichen Erfolgs im Handball</li> <li>• Veränderungsmanagement im Handballsport</li> <li>• Human Ressource Management</li> </ul> <p>c) Arbeitsrecht im Sport</p>
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysekompetenz</li> <li>• Fachwissenschaftliche Kompetenzen</li> <li>• Wissenstransfer</li> <li>• Strategie- und Planungskompetenz</li> <li>• Systematisches und konzeptionelles Arbeiten</li> <li>• Theorie-Praxis Transfer</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie
Empfohlene Literatur	Adolphsen, J., Nolte, M., Lehner, M. & Gerlinger, M. (2012). <i>Sportrecht in der Praxis</i> . Stuttgart: Kohlhammer.



	<p>Daumann, F., Langer, M. &amp; Breuer, M. (2010). Planung im Sport. In G. Nufer &amp; A. Bühler (Hrsg.), <i>Management im Sport</i> (3.Aufl., S. 121-154). Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Fahrner, M. (2010). Veränderungsmanagement im Sport. In G. Nufer &amp; A. Bühler (Hrsg.), <i>Management im Sport</i> (3.Aufl., S. 489-514). Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Hoye, R. &amp; Cuskelly, G. (2007). <i>Sport governance</i>. Amsterdam: Elsevier.</p> <p>Keller, C. (2010). Strategisches Management im Sport. In G. Nufer &amp; A. Bühler (Hrsg.), <i>Management im Sport</i> (3.Aufl., S. 85-119). Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Lang, J.C. (2008). <i>Corporate Governance der Fußballunternehmen</i>. Berlin: Erich Schmidt.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen für das Modul	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Ökonomische und rechtliche Grundlagen des Teamsports“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündlichen Prüfungsfragen können sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen.

Änderungen vorbehalten

<b>Modul:</b>	<b>3 - Sport Marketing und Sponsoring</b>
<b>Studiengang:</b>	<b>Zertifikatsstudium „European Handball Manager“</b>
<b>Gültig für Studienanfänger/innen ab:</b>	<b>2015/16</b>

Modultitel (Englisch)	Sports Marketing & Sponsorship
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel SWS/ Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Konsumentenverhalten im Handballsport 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Management von Teamsportmarken 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>c) Sport Sponsoring Management 0.64 6h/ 10h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>d) Beziehungsmanagement im Sport 0.24/ 2h/4h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>e) Sponsoringrecht 0.16/ 2h/2h/ SE/ deutsch oder englisch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden können die Motive und das Verhalten der Handballsportkonsumenten besser verstehen und daraus Konsequenzen für das (Event-)Marketing und Teamsportmanagement ableiten. Des Weiteren kennen sie das Grundkonzept des identitätsbasierten Markenmanagements und können dieses auf den Sport übertragen und ein Markenkonzept entwickeln. Die Teilnehmenden kennen ferner den Lebenszyklus von Sponsorships und können sich daraus ergebende Managementaufgaben im Sponsoring ableiten. Sie sind in der Lage, das Grundkonzept des Beziehungsmanagements auf den Sport zu übertragen.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Konsumentenverhalten im Handballsport</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motive und Verhalten von aktiven und passiven Sportkonsumenten</li> <li>• Besonderheiten des Teamsportkonsums</li> <li>• Zufriedenheit und Loyalität von Fans, Zuschauern und Mitgliedern</li> </ul> <p>b) Management von Teamsportmarken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundkonzept der identitätsbasierten Markenführung</li> <li>• Herausforderungen im Markenmanagement</li> <li>• Controlling der Markenführung</li> </ul> <p>c) Sport Sponsoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponsoring-Management (Akquise, Auf- und Ausbau der Partnerschaft, Beendigung)</li> <li>• Aktivierung und Fit von Sponsorships</li> <li>• Krisenmanagement in der Sponsoringbeziehung</li> <li>• Sponsoring-Controlling</li> </ul> <p>d) Beziehungsmanagement im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundkonzept des Beziehungsmanagements und Relevanz im Sport</li> </ul> <p>e) Sponsoringrecht</p>
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysekompetenz</li> <li>• Fachwissenschaftliche Kompetenzen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissenstransfer</li> <li>• Strategie- und Planungskompetenz</li> <li>• Systematisches und konzeptionelles Arbeiten</li> <li>• Theorie-Praxis Transfer</li> <li>• Kreative und innovative Problemlösungskompetenz</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie, Rollenspiel
Empfohlene Literatur	<p>Burmann, C. &amp; Meffert, H. (2005a). Theoretisches Grundkonzept der identitätsbasierten Markenführung. In H. Meffert, C. Burmann &amp; M. Koers (Hrsg.), Markenmanagement (2.Aufl., S. 37-72). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Cornwell. B.T. (2014). Sponsorship in marketing. Effective communication through sports, arts and events. London &amp; New York: Routledge.</p> <p>Funk, D.C. (2008). Consumer Behaviour in sport and events. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.</p> <p>Kahle, L.R. &amp; Close, A.G. (2011). Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing. New York: Routledge.</p> <p>Preuß, H., Huber, F., Schunk, H. &amp; Könecke, T. (Hrsg., 2014). Marken und Sport. Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport. Berlin: Springer Gabler.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Ökonomische und rechtliche Grundlagen des Teamsports“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündlichen Prüfungsfragen können sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen.

Änderungen vorbehalten

**Modul:** 4 - Finanzierung und Lizenzierung  
**Studiengang:** Zertifikatsstudium „European Handball Manager“  
**Gültig für Studienanfänger/innen ab:** 2015/16

Modultitel (Englisch)	Finance & Licensing
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel SWS/ Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Rechnungslegung von Sportkapitalgesellschaften 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Sonderfinanzierungsformen im Sport 0.24/ 2h/ 4h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>c) Finanzanalyse von Handballsportkapitalgesellschaften 0.24/ 2h/ 4h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>d) Controlling von Handballprofisportorganisationen 0.64/ 6h/ 10h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>e) Lizenzierungsverfahren im Handball 0.40/ 4h/ 6h/ SE/ deutsch oder englisch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden erwerben in diesem Modul vertiefendes Wissen zur Rechnungslegung und Finanzierung von Sportkapitalgesellschaften sowie damit verbundene Spezifika. Darüber hinaus wissen Sie, wie sie Sportkapitalgesellschaften besser steuern und kontrollieren können. Die Teilnehmenden kennen die Anforderungen für das Lizenzierungsverfahren und welche Möglichkeiten und Grenzen das Verfahren bietet.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Rechnungslegung von Sportkapitalgesellschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechnungslegungs- und Buchführungspflichten</li> <li>• Sportspezifische Rechnungslegungsvorschriften</li> <li>• Bilanzierung und Bewertung von Aktiv- und Passivpositionen</li> <li>• Auswirkungen von Basel III auf Sportkapitalgesellschaften</li> </ul> <p>b) Sonderfinanzierungsformen im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Außenfinanzierung mit Hilfe von Anleihen und Asset-Backed-Securities</li> <li>• Außenfinanzierung durch private Geldgeber/strategische Partner</li> <li>• Gang an den Kapitalmarkt</li> <li>• Finanzierung von Sportstätten (inkl. Subventionen und öffentliche Finanzierung)</li> <li>• Crowdfunding</li> </ul> <p>c) Finanzanalyse von Handballsportkapitalgesellschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AnalyseKennzahlen für die Bewertung von Sportkapitalgesellschaften</li> <li>• Bewertung von Spielervermögen</li> <li>• Markenbewertung von Sportkapitalgesellschaften</li> </ul> <p>d) Controlling von Handballprofisportorganisationen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herausforderungen und Strategien des Risikomanagements im Teamsport</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Controllings im Sport</li> <li>• Balanced Scorecard als Controlling-Instrument</li> </ul> <p>e) Lizenzierungsverfahren im Handball</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzielle Kriterien und Finanzberichterstattung</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen des Lizenzierungsverfahrens</li> <li>• Financial Fairplay</li> </ul>
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysekompetenz</li> <li>• Fachwissenschaftliche Kompetenzen</li> <li>• Wissenstransfer</li> <li>• Strategie- und Planungskompetenz</li> <li>• Theorie-Praxis Transfer</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie
Empfohlene Literatur	<p>Dörnemann, J. (2002). Controlling für Profi-Sport-Organisationen – dargestellt am Beispiel der Deutschen Bundesliga. München: Vahlen.</p> <p>Galli, A. &amp; Möglich, W. (2012). Die Regelungen des Ligaverbandes zur KlubLizenzierung – Verfahren, finanzielle Kriterien und Finanzberichterstattung. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 201-216). München: Vahlen.</p> <p>Klimmer, C. (2012). Prüfung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit im deutschen Lizenzfußball – Eine betriebswirtschaftlich fundierte Analyse? In P. Hammann, L. Schmidt &amp; M. Welling (Hrsg.), Ökonomie des Fußballs (S. 87-104). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Köster, O. &amp; Ehemann, T. (2012). Ausgewählte Probleme der Rechnungslegung bei Kapitalgesellschaften im Sport. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 145-164). München: Vahlen.</p> <p>Süßmilch, I. (2012). Sonderformen der Außenfinanzierung – Anleihe, Mäzen und Gang an den Kapitalmarkt. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 85-98). München: Vahlen.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Ökonomische und rechtliche Grundlagen des Teamsports“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündlichen Prüfungsfragen können sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen.



**Modul:** 5 - Medien- und Kommunikationstraining  
**Studiengang:** Zertifikatsstudium „European Handball Manager“  
**Gültig für Studienanfänger/innen ab:** 2015/16

Modultitel (Englisch)	Media & Communication Training
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel SWS/ Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Mediale Strategien im Sportmediensektor 0.36/ 3h/ 6h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Journalistische Produktionsprozesse und -logiken 0.36/ 3h/ 6h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>c) Konfliktmanagement 0.48/ 4h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>d) Medientraining 0.56/ 6h/ 8h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>e) Medien- und Persönlichkeitsrecht 0.24/ 2h/ 4h/ SE/ deutsch oder englisch</p>
Kompetenzen	In diesem Modul lernen die Teilnehmenden neue mediale Strategien von Medienunternehmen und Sportvereinen/-verbänden kennen. Sie erwerben Kenntnisse zu den journalistischen Produktionsprozessen und -logiken (z.B. Entstehung von Beiträgen im Print/HF/TV) und können darauf aufbauend konkrete Handlungsempfehlungen für den bestmöglichen Umgang mit Journalisten ableiten. Darüber hinaus sind die Teilnehmer in der Lage, Konflikte im Managementalltag zu bewältigen und kennen die rechtlichen medialen Rahmenbedingungen.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Mediale Strategien im Sportmediensektor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategieentwicklungen und -entfaltung von Medienunternehmen</li> <li>• Strategieentwicklung und -entfaltung von Sportverbänden</li> </ul> <p>b) Journalistische Produktionsprozesse und -logiken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redaktionelle Bearbeitungsmuster</li> <li>• Journalistische Selektionskriterien</li> </ul> <p>c) Medientraining</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviewtraining</li> <li>• Nonverbale Kommunikation, Rhetorik</li> </ul> <p>d) Konfliktmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konfliktlösungsstrategien</li> <li>• Interne und externe Kommunikationswege/-möglichkeiten</li> </ul> <p>e) Medien- und Persönlichkeitsrecht</p>
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysekompetenz</li> <li>• Strategiekompetenz</li> <li>• Entwicklungskompetenz</li> <li>• Praktische Medienkompetenz</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Übung, Rollenspiel, Fallstudie
Empfohlene Literatur	Ahlke, K. & Hinkel, J. (1999). Sprache und Stil. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz: UVK Medien Röttger, U. (2001). Issues Management. Wiesbaden:



	Westdeutscher Verlag. Schneider, W. & Raue, P.-J. (1996). Handbuch des Journalismus. Reinbeck: Rowohlt. Wirtz, B. (2008). Medien- und Internetmanagement. (2. Auflage). Wiesbaden: Gabler.
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Keine
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	In der abschließenden, mündlichen Prüfung können sich Fragen auf die Inhalte dieses Moduls beziehen.

*Änderungen vorbehalten*