RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM
FAKULTÄT FÜR SPORTWISSENSCHAFT

RUB

MODULHANDBUCH

MASTER OF SCIENCE (M. SC.)

Management & Consulting im Sport

VOM 29. OKTOBER 2026

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis ____ 1

Beratungs- und Informationsangebote ____ 2

Modulübersicht mit Kreditpunkten (CP) ____ 3

Module 1 bis 11 des Masterstudiengangs Management & Consulting im Sport 3

Module 1 bis 10 ____ 4

Modul 1 Consulting im Sport 4
Modul 2 Methoden empirischer Sozialforschung 5
Modul 3 Ökonomische Perspektiven des Sports 6
Modul 4a Wirtschaftswissenschaftliche Studien I 7
Modul 4b Sportwissenschaftliche Studien I 9
Modul 5 Organisation und Personal 10
Modul 6 Marketingmanagement im Sport 11
Modul 7a Wirtschaftswissenschaftliche Studien II 12
Modul 7b Sportwissenschaftliche Studien II 14
Modul 8 Gesundheits- und Regenerationsmanagement 15
Modul 9 Professional Skills 16
Modul 10 Wissenschaftliches Projekt 17

Modul 11 Masterarbeit ____ 18

Modul 11 Masterarbeit 18

Übersicht zur Zusammensetzung der Endnote ____ 19

Beratungs- und Informationsangebote

Beratungs- und Informationsangebote

Die erste Anlaufstelle für allgemeine Informationen zum Studium bzw. Studienbeginn ist wie auch zu sozialen und persönlichen Fragen und Problemen die Zentrale Studienberatung. Als Studienbewerberin oder -bewerber und Studierende mit Behinderungen oder chronischen Erkrankungen wenden Sie sich bitte an die Verantwortlichen für das Studieren mit Behinderung. Bei internationaler Bewerbung können Sie sich bei allgemeinen Fragen zum Studium an das International Office und bei Zulassungsfragen an die Zulassungsstelle der RUB wenden.

Das Beratungskonzept der Fakultät für Sportwissenschaft umfasst für den Masterstudiengang folgende Instrumente:

- Beratung durch die Studiengangskoordination
- Studienfachberatung
- Peer-Beratung durch die Fachschaft Sport
- Weitere Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Beratung durch die Studiengangskoordination

Die Beratung zum Master-of-Science-Studiengang „Management & Consulting im Sport“ erfolgt durch die Studiengangskoordination. Termine und Orte werden regelmäßig über die Homepage der Fakultät für Sportwissenschaft bekannt gegeben.

Studiengangskoordination: Lisa Kullik (SW 2.051)

Studienfachberatung

Die Studienfachberatung Sportwissenschaft gibt Auskunft und Rat zu allen fachspezifischen Fragestellungen. Dies bezieht sich insbesondere auf Fragen zur Organisation des Studiums, zu den Inhalten und Schwerpunkten des Studienfaches, den Studien- und Prüfungsordnungen, der Anerkennung von Studienleistungen sowie auf die individuelle Gestaltung des Studiums.

Peer-Beratung durch die Fachschaft Sport

Die studentische Fachschaft Sportwissenschaft hilft bei allen denkbaren Fragen rund um das Studium.

Weitere Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Auslandsstudium und Internationales:	Prof. Dr. Christoph Bühren	(SW 2.031)
CampusOffice:	Christian Osenberg	(SW 2.015)
Gleichstellung:	Dr. Mechthild Schütte	(SW 2.125)
Diversität:	Dr. Jörn Uhrmeister	(SW 2.119)
Optionalbereich:	Andrea Kahnert Dr. Stephan Babiel	(SW 2.125) (SW 1.069)
Prüfungen:	Dr. Hubert Remmert	(SW 2.129)
Studieren mit Behinderung:	Dr. Arno Krombholz	(SW 2.131)

Homepage der Fakultät für Sportwissenschaft

https://sport.ruhr-uni-bochum.de/de

Modulübersicht mit Kreditpunkten (CP)

Module 1 bis 11 des Masterstudiengangs Management & Consulting im Sport

Management & Consulting im Sport	**120 CP**	
Modul 1: Consulting im Sport		
· Kommunikationskompetenz (S)	3	13
· Konzepte & Methoden des Consultings (S)	5	
· Individuelle Beratung im Sport (S)	5	
Modul 2: Methoden empirischer Sozialforschung		
· Methoden empirischer Sozialforschung I (S)	5	10
· Methoden empirischer Sozialforschung II (S)	5	
Modul 3: Ökonomische Perspektiven des Sports		
· Sozioökonomie und Politik des Sports (S)	4	7
· Entrepreneurship & Spitzensport (S)	3	
Modul 4a: Wirtschaftswissenschaftliche Studien I*		
Eine Veranstaltung aus:		
· Strategie der Unternehmung (V+Ü)	5	5
· Internes Rechnungswesen der Unternehmung (V+Ü)	5	
· Grundlagen des Wirtschaftsrechts (V)	5	
Modul 4b: Sportwissenschaftliche Studien I**		
Eine Option aus:		
· Sportpsychologie: Einführung in die Sportpsychologie (V)	2	
· Sportpsychologie: Vertiefungsseminar Sportpsychologie (S)	3	5
Oder		
· Sportmanagement: Einführung in das Sportmanagement (V)	2	
· Sportmanagement: Vertiefungsseminar Sportmanagement (S)	3	
Modul 5: Organisation und Personal		
· Moderne Organisationsgestaltung (S)	5	10
· Organisations- und Personalpsychologie (Grundlagenseminar) (S)	2	
· Organisations- und Personalpsychologie (Vertiefungsseminar) (S)	3	
Modul 6: Marketingmanagement im Sport		
· Marketing und Kommunikation im Sport (S)	5	8
· Planspiel (S)	3	
Modul 7a: Wirtschaftswissenschaftliche Studien II*		
Eine Veranstaltung aus:		
· Entscheiden und Verhalten (V+Ü)	5	5
· Investitionen und Finanzierung der Unternehmung (V+Ü)	5	
· Externes Rechnungswesen der Unternehmung (V+Ü)	5	
Modul 7b: Sportwissenschaftliche Studien II**		
Ein Seminar aus:		
· Sport-Betriebswirtschaftslehre (S)	3	5
· Sportsponsoring (S)	3	
· zusätzliche Studienleistung	2	
Modul 8: Gesundheits- und Regenerationsmanagement		
· Gesundheits- und Regenerationsmanagement (Grundlagenseminar) (S)	2	5
· Gesundheits- und Regenerationsmanagement (Vertiefungsseminar) (S)	3	
Modul 9: Professional Skills		
· Forschungskompetenz I (S)	3	7
· Forschungskompetenz II (S)	4	
Modul 10: Wissenschaftliches Projekt		
· Begleitseminar zum wissenschaftlichen Projekt (S)	3	20
· Durchführung Forschungsvorhaben	17	
Modul 11: Masterarbeit		
· Kolloquium zur Masterarbeit (S)	3	30
· Individuelle Planung und Durchführung Forschungsvorhaben (Masterarbeit)	27	

V: Vorlesung, Ü: Übung, S: Seminar, CP: Credit Points

* nur für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Sportwissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 2 Abs. 1, § 4 Abs. 5 PO)

** nur für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 2 Abs. 1, § 4 Abs. 5 PO)

Je Zugangsweg werden insgesamt 120 CP erworben.

Module 1 bis 10

Modul 1 Consulting im Sport

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
390 h/13 CP	1. – 2.	jährlich, Beginn im Wintersemester	2 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 2 SWS 2 x 3 SWS	270 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden lernen die wesentlichen Konzepte und Instrumente des Consultings kennen, können deren Stärken und Schwächen einordnen und diese situationsbezogen anwenden. Weiterhin werden die Studierenden befähigt, Kontexte und Situationen zu analysieren, in denen das Handeln und die Beratung individueller Akteure im Sport stattfinden, und sich wissenschaftliche Grundlagen für individuell angepasste Beratungskonzepte anzueignen.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Kommunikationskompetenz (2 SWS): Das Seminar vermittelt angewandte Themen der Gesprächsführung und des Coachings. Die Studierenden erlangen Beratungskompetenzen, so dass sie in der Lage sind, eigenständig effektive Beratungs- und Coaching-Gespräche durchzuführen und diese kritisch zu reflektieren. Wesentliche Techniken werden in simulierten Beratungssituationen praktisch erprobt.
- Konzepte & Methoden des Consultings (3 SWS): Intensivseminar mit Gastvorträgen und engem Dialog mit erfahrenen Beraterinnen und Beratern aus verschiedenen Bereichen des Sports zu Aufgabenfeldern, Toolsets, notwendigen und sinnvollen Fertigkeiten etc. Die Rolle, die Funktion und das Handeln von Beratenden und Projektentwickelnden im Sport werden kritisch analysiert. Hierzu werden die in der Praxis des (Sport-)Consultings angewandten Konzepte und Instrumente systematisch einer tiefergehenden Analyse unterzogen.
- Individuelle Beratung im Sport (3 SWS): An unterschiedlichen Beispielen (Coaching von Athletinnen und Athleten sowie Trainerinnen und Trainern, z. B. im Bereich Regeneration oder Burnout-Prävention, Spielervermittlung und -beratung) werden die spezifischen Kontexte individueller Beratung aufgearbeitet und die Verbindungslinien zwischen Organisations- und individuellem Akteurshandeln kritisch analysiert.

Lehrformen:

Vortrag, Gastvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Rollenspiel und simulierte Beratungssituationen.

Prüfungsformen:

In der Regel mündliche Prüfung (30 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch.

Modul 2 Methoden empirischer Sozialforschung

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
300 h/10 CP	1. – 2.	jährlich, Beginn im Wintersemester	2 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	2 x 3 SWS	210 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

Grundlegende Kenntnisse in Methodenlehre.

Lernergebnisse:

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse zum Methodenspektrum in der empirischen Sozialforschung. Sie werden befähigt, eigenständig Forschungsfragen zu entwickeln, angemessene Studiendesigns zu entwerfen und verschiedene Methoden der Datengewinnung und -auswertung für ausgewählte Problemstellungen kompetent und eigenständig einzusetzen.

Veranstaltungen/Inhalte:

Methoden empirischer Sozialforschung I und II (je 3 SWS):

- Theoretische und praktische Aspekte empirischer Untersuchungen; quantitative und qualitative Verfahren im Hinblick auf ihre Besonderheiten, Probleme und Begrenzungen sowie die Möglichkeiten der zielführenden Verknüpfung (Mixed-Method-Ansatz) als Methoden des Erkenntnisgewinns,
- Aufbau und Logik eines Forschungsprozesses sowie Methoden der Datenerhebung, Datenaufbereitung und Datenauswertung,
- quantitative Verfahren: praktische Anwendung deskriptiv- und inferenzstatistischer Methoden der computergestützten Datenanalyse,
- qualitative Verfahren: Anwendungsperspektiven vor allem in der Organisationsforschung,
- Kombination und Triangulation quantitativer und qualitativer Methoden im Forschungsprozess und Gestaltung von Mixed-Method-Designs.

Lehrformen:

Vortrag, Übungen zur computergestützten Datenanalyse, Gruppen- und Partnerarbeit.

Prüfungsformen:

In der Regel Klausur (120 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport. Der erfolgreiche Abschluss ist Voraussetzung für die Teilnahme an Forschungskompetenz II (Modul 9) und an Modul 10 (§ 4 Abs. 3 PO).

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch.

Modul 3 Ökonomische Perspektiven des Sports

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
210 h/7 CP	1.	jedes Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 3 SWS 1 x 2 SWS	135 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden sind in der Lage, sozioökonomische und politikwissenschaftliche Ansätze auf das Phänomen Sport, Sportentwicklung sowie die Steuerung von Sportentwicklung kompetent und reflektiert anzuwenden. Des Weiteren setzen sich die Studierenden in diesem Modul mit der ökonomischen Bedeutung des Unternehmertums und der Rolle der Unternehmerin bzw. des Unternehmers auseinander.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Sozioökonomie und Politik des Sports (3 SWS): Vermittlung vertiefender Kenntnisse über makro- und mikroökonomische Perspektiven des Sports. Dazu zählt Wissen über die Funktionsweise von Märkten im Sport sowie das Zusammenspiel der Marktteilnehmenden, einschließlich der Rolle des Staates. Neben der sozioökonomischen Bedeutung des Sports für die Gesellschaft werden die politischen Strukturen und Entscheidungen im System Sport beleuchtet und im Hinblick auf ihre Steuerbarkeit hinterfragt. Zudem werden Analysen bezüglich der Interdependenz von Sportpolitik und sozioökonomischen Wirkungen durchgeführt.
- Entrepreneurship & Spitzensport (2 SWS): Entrepreneure werden mit Spitzensportlerinnen und Spitzensportlern in Bezug gesetzt. Unternehmerischer Erfolg und Erfolg im Spitzensport beruhen zum Teil auf ähnlichen persönlichen Ressourcen und Handlungsweisen. Durch den Vergleich erhalten die Studierenden ein vertieftes Verständnis der Erfolgsfaktoren unternehmerischen Handelns. Die Auseinandersetzung mit dem Sport als einem Bereich, der nicht direkt dem Wirtschaftsleben zugeordnet ist, trainiert Offenheit im Denken, den Transfer von Wissen auf neue Sachverhalte und Kreativität.

Lehrformen:

Vortrag, Referat, Diskussion, selbstständiger Wissenserwerb, Partner- und Gruppenarbeit.

Prüfungsformen:

Klausur (90 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 4a Wirtschaftswissenschaftliche Studien I

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h/5 CP	1.	jedes Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Vorlesung + Übung bzw. Vorlesung (eine Veranstaltung aus drei)	2–3 SWS (je nach Wahl)	105–127,5 h (je nach Wahl)	laut Angebot der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden erwerben wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen in einem der folgenden Bereiche:

- Strategie der Unternehmung: Die Studierenden können die strategiedefinierende Rolle des Managements in der markt- und kundenorientierten Unternehmensführung beschreiben, Märkte, Kunden, das Unternehmen selbst und seine Marken analysieren, geeignete Strategien zur langfristigen Wettbewerbspositionierung auswählen und Instrumente der strategischen Analyse anwenden.
- Internes Rechnungswesen der Unternehmung: Die Studierenden können erklären, wie das Datenmaterial für die Unternehmenssteuerung im Internen Rechnungswesen zusammengestellt wird, und es selbstständig ermitteln. Sie kennen Instrumente der Verhaltenssteuerung im Unternehmen sowie die für die Entscheidungsunterstützung relevanten Größen und können diese ermitteln und anwenden.
- Grundlagen des Wirtschaftsrechts: Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für Wesen, Systematik und zentrale Inhalte des zivilen Wirtschaftsrechts. Sie lernen, Problemlagen im Wirtschaftsleben einschlägigen rechtlichen Regelungen zuzuordnen, Rechtsnormen auszulegen und anzuwenden sowie mit einschlägiger Rechtsprechung kritisch umzugehen.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Strategie der Unternehmung (Vorlesung 2 SWS, Übung 1 SWS; bisher „Strategisches Management“): Konzepte und Analysemethoden, die bei globalen Rahmenbedingungen ansetzen und systematisch über die Umwelt auf konkrete Märkte, Segmente und Zielgruppen heruntergebrochen werden, z. B. PEST-Analyse, Porters Diamant und Fünf-Kräfte-Modell, Wettbewerbs-, Portfolio- und SWOT-Analyse; Herausforderungen und Entscheidungsprozesse des strategischen Managements anhand von Praxisbeispielen.
- Internes Rechnungswesen der Unternehmung (Vorlesung mit Übung 3 SWS, fakultativ Tutorium 2 SWS; bisher „Kostenrechnung“): Abgrenzung zum Externen Rechnungswesen; Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, Grundlagen der Erlösrechnung; Ergebnisrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis, Ist- und Plankostenrechnung; steuerungsrelevante Kennzahlen (z. B. Opportunitätskosten, kalkulatorischer Unternehmerlohn); Anwendung auf Entscheidungssituationen wie Sortiments- und Produktprogrammentscheidungen, Annahme oder Ablehnung von Aufträgen, Make-or-Buy, Preisuntergrenzen und Break-even-Analysen.
- Grundlagen des Wirtschaftsrechts (Vorlesung Privatrecht, 2 SWS): Grundkenntnisse zu den zentralen Bausteinen des privaten Wirtschaftsrechts mit Schwerpunkt Rechtsgeschäftslehre; praxisrelevante Hinweise zum jeweils einschlägigen Rechtsschutz.

Lehrformen:

Vorlesung und Übung (Strategie der Unternehmung, Internes Rechnungswesen der Unternehmung; dort zusätzlich fakultativ Tutorien), Vorlesung (Grundlagen des Wirtschaftsrechts).

Prüfungsformen:

- Strategie der Unternehmung: Modulabschlussklausur; durch zusätzliche Studienleistungen können bis zu 10 % Bonuspunkte erworben werden.
- Internes Rechnungswesen der Unternehmung: Modulabschlussklausur.
- Grundlagen des Wirtschaftsrechts: Klausur.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Die Kreditpunkte werden vergeben, wenn die Modulabschlussprüfung der gewählten Veranstaltung erfolgreich absolviert wurde. Es gelten die Regelungen des Modulhandbuchs der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft.

Verwendung des Moduls:

Wahlpflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport, verpflichtend für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Sportwissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 4 Abs. 5 PO). Die Veranstaltungen sind zugleich Module des Bachelorstudiengangs Wirtschaftswissenschaft.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB) und Lehrende:

- Strategie der Unternehmung: Prof. Dr. Jan Wieseke (MB und Lehrender).
- Internes Rechnungswesen der Unternehmung: Dr. Barbara Wischermann, Prof. Dr. Thorsten Knauer (MB und Lehrende).
- Grundlagen des Wirtschaftsrechts: Dr. Hoffmann (Lehrender)

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch. Die Veranstaltungen werden von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft angeboten (Modulhandbuch Bachelor, Stand 08.09.2026). Kursanmeldung über Moodle, Prüfungsanmeldung über FlexNow innerhalb der vom Prüfungsamt bekanntgegebenen Fristen.

Übergangsregelung: Im Wintersemester 2026/27 kann für Modul 4a einmalig auch „Entscheiden und Verhalten“ belegt werden. Laut Modulhandbuch der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft gilt für diese Veranstaltung: „Das Modul wird einmalig im WiSe 26/27 angeboten, danach regulär im Sommersemester.“ Ab dem Sommersemester 2027 ist sie Teil von Modul 7a.

Modul 4b Sportwissenschaftliche Studien I

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h/5 CP	2.	VL jeweils im Sommersem. Sem. jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Vorlesung Seminar	1 x 2 SWS 1 x 2 SWS	1 x 30 h 1 x 60 h	VL bis 200 Studierende Sem. 20-30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

Das Vertiefungsseminar kann frühestens parallel zur jeweiligen Vorlesung belegt werden.

Lernergebnisse:

- Option Sportpsychologie: Die Studierenden eignen sich grundlegende Kenntnisse in den Themenbereichen der Sportpsychologie an und werden mit Problemstellungen und unterschiedlichen Methoden vertraut gemacht. Im Vertiefungsseminar erfolgt ein wissenschaftlicher Diskurs über Möglichkeiten und Grenzen sportpsychologischer Diagnostik und Intervention, angepasst an die Anforderungen unterschiedlicher Zielgruppen.
- Option Sportmanagement: Die Studierenden eignen sich grundlegende Kenntnisse des Sportmanagements an und werden mit unterschiedlichen Problemstellungen und Methoden vertraut gemacht. Sie erwerben spezifische Kenntnisse und theoretische Grundlagen ökonomischer Besonderheiten von Sportmärkten und deren Verflechtung mit anderen Wirtschaftsbereichen und dem Staat. Sie erkennen reflektierend die Bedeutung unterschiedlicher Theorien für die Analyse ökonomischer Prozesse im Sport.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Einführung in die Sportpsychologie (V) und Vertiefungsseminar Sportpsychologie (S): Grundpositionen der Sportpsychologie, individuelle Voraussetzungen sportlicher Betätigung, exemplarische Vertiefungen zu Entwicklung, Motivation, Gesundheit, Belastung und Erholung, psychologisches Training im Sport.
- Einführung in das Sportmanagement (V) und Vertiefungsseminar Sportmanagement (S): Mikro- und makroökonomische Grundlagen, Sport als Wirtschaftsgut, makroökonomische Aspekte des Sports (Wirtschaftskreislauf im Sport, wirtschaftliche Bedeutung des Sports), mikroökonomische Aspekte des Spitzen- und Breitensports (Sportangebot und -nachfrage, Märkte im Sport).

Lehrformen:

Vortrag, Referat, praktische Übung, selbstständiger Wissenserwerb, Partner-, Gruppen- und Projektarbeit, Rollen- und Planspiel, Pro- und Contra-Diskussion u. a.

Prüfungsformen:

Klausur.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Für die Vorlesungen besteht keine Anwesenheitspflicht. Im Seminar des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen.

Verwendung des Moduls:

Wahlpflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport, verpflichtend für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 4 Abs. 5 PO). Die Veranstaltungen sind zugleich Teil des Bachelorstudiengangs Sportwissenschaft (B. Sc.).

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch. Die Veranstaltungen werden gemeinsam mit dem B. Sc. Sportwissenschaft angeboten (Module 8 und 11 des B. Sc.).

Modul 4b wird im 2. Semester belegt, weil die Vorlesungen im Sommersemester stattfinden; Modul 7b liegt im 1. Semester.

Modul 5 Organisation und Personal

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
300 h/10 CP	1.	jedes Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 3 SWS 1 x 1 SWS 1 x 2 SWS	210 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden eignen sich über Grundlagen hinausgehende wichtige Themenfelder der Organisations- und Personalpsychologie und deren Umsetzung im Anwendungsfeld Sport an. Des Weiteren werden aufbauend auf grundlegenden Einsichten über Ziele, Aufbau und Funktionsweisen von (Sport-)Organisationen Kenntnisse und Fähigkeiten erworben, um die Besonderheiten des Managements von Sportorganisationen und die Möglichkeiten und Grenzen des Organisationswandels und -lernens sowie die Bedeutung von Kooperationen und Netzwerken zu erkennen.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Organisations- und Personalpsychologie (Grundlagen- und Vertiefungsseminar): Theorien und Konzepte wie Organisationstheorien, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Arbeitsverhalten, Teamarbeit und Führung, Personalauswahl, Motivation/Volition, Lernen sowie Personalentwicklung und Training. Neben den inhaltlichen und diagnostischen Kernthemen und deren Umsetzungsmöglichkeiten werden angrenzende Bereiche aus Nachbarfächern (z. B. Soziologie, Arbeitswissenschaften) betrachtet, um Prozesse in komplexeren Organisationsformen bearbeiten zu können.
- Moderne Organisationsgestaltung (3 SWS): Kenntnisse im Bereich der Organisationsentwicklung, des Innovationsmanagements, des Wissens- und Netzwerkmanagements sowie der Aufbau- und Ablauforganisation. Wesentliche organisations- und steuerungstheoretische Facetten werden beleuchtet, um ein grundlegendes Verständnis über strukturelle und prozessuale Bedingungen in Sportorganisationen zu entwickeln und zu reflektieren.

Lehrformen:

Vortrag, Referat, Diskussion, Fallarbeit, Partner- und Gruppenarbeit.

Prüfungsformen:

In der Regel Klausur (90 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren, Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 6 Marketingmanagement im Sport

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
240 h/8 CP	2.	jedes Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 3 SWS 1 x 2 SWS	165 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden eignen sich in diesem Modul vertiefte Kenntnisse in der sportbezogenen Markt- und Kommunikationsforschung an. Sie erwerben die Fähigkeit zur Konzeption von tragfähigen Marketing- und Kommunikationskonzepten in verschiedenen Anwendungsbereichen des Sports. Das Planspiel ermöglicht nachhaltige Lernerlebnisse durch die Lösung praxisnaher Fallsimulationen.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Marketing und Kommunikation im Sport (3 SWS): Aufbauend auf allgemeinen und sportbezogenen Marketinggrundlagen werden Methoden der Umfeld- und Marktanalyse (vor allem Konsumentenverhalten im Sport, Marktsegmentierung) vermittelt und kleinere empirische Marktforschungsstudien durchgeführt. Zudem werden in Kleingruppen für ausgewählte Marketing- und Kommunikationsfelder (z. B. Brand Management, Customer Relationship Marketing, Social Media Marketing, Sponsoring) und Sportbereiche (z. B. Sportverbände, Sportvereine, Profivereine, Sportartikelhersteller und -handel, Einzelsportlerinnen und -sportler, gewerbliche Sportdienstleister, Wirtschaftsunternehmen) Marketing- und Kommunikationskonzepte entwickelt und hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit und Wirksamkeit analysiert.
- Planspiel (2 SWS): Praxisnahe Auseinandersetzung in Teams mit Szenarien und Herausforderungen von Sportunternehmen. Die Simulationen von Geschäftsvorfällen ermöglichen es, den komplexen Marketingmanagementprozess interaktiv anzuwenden und strategische wie operative Entscheidungen zu treffen, um so die Wirkungsweisen und Stellhebel eines Sportunternehmens kennenzulernen.

Lehrformen:

Vortrag, Projekt- und Gruppenarbeit, empirische Marktforschungsübungen, Planspiel.

Prüfungsformen:

- Projektarbeit (20–25 Seiten), Anteil 70 %,
- mündliche Prüfung (Einzel- oder Gruppenprüfung, 45 Minuten), Anteil 30 %.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In Seminar und Übung des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird aus der Projektarbeit (70 %) und der mündlichen Prüfung (30 %) gebildet. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 7a Wirtschaftswissenschaftliche Studien II

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h/5 CP	2.	jedes Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Vorlesung + Übung (eine Veranstaltung aus drei)	3–4 SWS (je nach Wahl)	105–120 h (je nach Wahl)	laut Angebot der Fakultät für Wirtschaftswissen-schaft

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Für „Externes Rechnungswesen der Unternehmung" werden Kenntnisse im Bereich Finanzbuchhaltung vorausgesetzt; fehlende Vorkenntnisse können im Vorkurs „Finanzbuchhaltung" der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft erworben werden.

Lernergebnisse:

Die Studierenden erwerben wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen in einem der folgenden Bereiche:

- Entscheiden und Verhalten: Die Studierenden erwerben Kenntnisse der Steuerung menschlicher Entscheidungen und menschlichen Verhaltens aus interdisziplinärer Sicht, der Diagnose von Entscheidungs- und Verhaltensfehlern sowie über Verfahren der Entscheidungsoptimierung und der Verhaltensmodifikation.
- Investitionen und Finanzierung der Unternehmung: Die Studierenden können die grundlegenden Verfahren der Investitionsrechnung anwenden und beurteilen, besitzen Basiskenntnisse zur Ausgestaltung wesentlicher Finanzierungsinstrumente und lösen konkrete Aufgaben aus den Bereichen Finanzierung und Investitionsrechnung.
- Externes Rechnungswesen der Unternehmung: Die Studierenden können Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses verstehen und interpretieren, handelsrechtliche Bilanzansatz-, Bilanzbewertungs- und Bilanzausweisregeln anwenden und die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens anhand des Jahresabschlusses beurteilen.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Entscheiden und Verhalten (Vorlesung 2 SWS, Übung 1 SWS, Tutorien; ersetzt „Märkte und Unternehmungen"): Verhaltenskonzepte aus der Ökonomie (rationales und begrenzt rationales Verhalten, Ansätze der Verhaltensökonomik) sowie behavioristische und soziologische Erklärungsansätze; positive und negative Effekte unterschiedlicher Arten der Verhaltenssteuerung (z. B. Ankereffekt, Self-Serving Bias, Besitztumseffekt) und deren Relevanz für Alltagsverhalten und Verhalten in Organisationen; Grenzen menschlicher Urteilsfähigkeit und Techniken zur Lösung der damit verbundenen Probleme.
- Investitionen und Finanzierung der Unternehmung (Vorlesung 2 SWS, Übung 2 SWS; bisher „Finanzierung und Investition"): Grundlagen der Finanzwirtschaft (Liquidität und Rentabilität); statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung (Kapitalwert, (modifizierter) interner Zinsfuß, optimale Nutzungsdauer und optimaler Ersatzzeitpunkt); Systematisierung der Finanzierungsarten, Innen- und Außenfinanzierung, Beteiligungsfinanzierung der Aktiengesellschaft; lang- und kurzfristige Kreditfinanzierung sowie Sustainable Finance; Einfluss der Besteuerung; Mezzanine-Finanzierung; Absicherungsinstrumente gegen finanzielle Risiken; Rolle des CFO und Finanzkommunikation.
- Externes Rechnungswesen der Unternehmung (Vorlesung 2 SWS, Übung 2 SWS; bisher „Jahresabschluss"): Abbildung der Geschäftstätigkeit im Rechnungswesen; Zwecke, Normen und Bestandteile von Abschlüssen; Lageberichte und Nachhaltigkeitsberichterstattung; allgemeine Ansatz- und Bewertungsregeln; Bilanzierung von Anlage- und Umlaufvermögen, Eigen- und Fremdkapital; Analyse von Jahresabschlüssen.

Lehrformen:

Vorlesung und Übung, bei Entscheiden und Verhalten zusätzlich Tutorien.

Prüfungsformen:

- Entscheiden und Verhalten: drei Studienleistungen in Form von Online-Tests (Voraussetzung für die Teilnahme an der Abschlussklausur) und Abschlussklausur.
- Investitionen und Finanzierung der Unternehmung: Modulabschlussklausur.
- Externes Rechnungswesen der Unternehmung: Modulabschlussklausur; durch eine zusätzliche schriftliche Studienleistung im Bereich Finanzbuchhaltung kann ein Bonus von bis zu 10 % der Punkte erworben werden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Die Kreditpunkte werden vergeben, wenn die Modulabschlussprüfung der gewählten Veranstaltung erfolgreich absolviert wurde. Es gelten die Regelungen des Modulhandbuchs der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft.

Verwendung des Moduls:

Wahlpflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport, verpflichtend für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Sportwissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 4 Abs. 5 PO). Die Veranstaltungen sind zugleich Module des Bachelorstudiengangs Wirtschaftswissenschaft.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB) und Lehrende:

- Entscheiden und Verhalten: Prof. Dr. Stefan Winter (MB und Lehrender).
- Investitionen und Finanzierung der Unternehmung: Prof. Dr. Stephan Paul, Prof. Dr. Thorsten Knauer und Mitarbeitende (MB und Lehrende).
- Externes Rechnungswesen der Unternehmung: Prof. Dr. Martin Nienhaus mit Assistentinnen und Assistenten (MB und Lehrende).

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch. Die Veranstaltungen werden von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft angeboten (Modulhandbuch Bachelor, Stand 08.09.2026). Kursanmeldung über Moodle, Prüfungsanmeldung über FlexNow innerhalb der vom Prüfungsamt bekanntgegebenen Fristen.

Zu „Entscheiden und Verhalten“ heißt es im Modulhandbuch der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft: „Das Modul wird einmalig im WiSe 26/27 angeboten, danach regulär im Sommersemester.“ Im Wintersemester 2026/27 kann die Veranstaltung deshalb einmalig für Modul 4a belegt werden.

Modul 7b Sportwissenschaftliche Studien II

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h/5 CP	1.	jedes oder jedes 2. Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminar Studienleistung	1 x 2 SWS ---	60 h 60 h (Studienleistung)	20-30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

- Seminar Sport-Betriebswirtschaftslehre: Aufbauend auf betriebswirtschaftlichen Grundlagen erarbeiten sich die Studierenden ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der betrieblichen Funktionsweise und im organisatorischen Aufbau verschiedener Organisationstypen im Sport. Mit Hilfe von kleinen Projekten und Fallstudien erwerben sie die Kompetenz zu managementorientiertem Handeln in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Handlungsfeldern, wie Personalmanagement, Qualitätsmanagement oder Controlling.
- Seminar Sportsponsoring: Aufbauend auf betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Kenntnissen im Bereich Marketing erwerben die Studierenden spezifisches Wissen im Bereich Sportsponsoring und wenden dieses im Rahmen anwendungsbezogener Fallbeispiele kompetent an. Sie werden befähigt, eigenständig Sponsoringkonzeptionen im Sport zu erstellen, zu präsentieren und kritisch auf ihre Tragfähigkeit hin zu bewerten.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Sport-Betriebswirtschaftslehre (S, 2 SWS): Sportunternehmen und -organisationen in ihrem Umfeld; Aufbau, Struktur und Ziele von Sportorganisationen in unterschiedlicher Trägerschaft; der betriebliche Leistungsprozess im Sport, Besonderheiten des Dienstleistungsprozesses; strategisches Management, Personal- und Qualitätsmanagement sowie Controlling in Sportorganisationen.
- Sportsponsoring (S, 2 SWS): Ziele und Formen des Sportsponsorings, Sponsoringarten und -objekte; Management des Sportsponsorings aus Sicht des Sports und der Unternehmen; Wirkungsweise des Sportsponsorings.
- Zusätzliche Studienleistung (2 CP, 60 h) zum gewählten Seminar. Form und Umfang werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Lehrformen:

Referat, Gastvortrag, selbstständiger Wissenserwerb, Partner- und Gruppenarbeit, Fallstudien, Planspiel u. a.

Prüfungsformen:

- Seminar Sport-Betriebswirtschaftslehre: Klausur.
- Seminar Sportsponsoring: mündliche Prüfung.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Im Seminar des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen einschließlich der zusätzlichen Studienleistung im Umfang von 2 CP in ausreichender Qualität zu erfüllen.

Verwendung des Moduls:

Wahlpflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport, verpflichtend für Studierende mit Zugang über einen Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaft oder einen vergleichbaren Studiengang (§ 4 Abs. 5 PO). Die Veranstaltungen sind zugleich Teil des Bachelorstudiengangs Sportwissenschaft (B. Sc.).

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren, Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch. Die Seminare werden gemeinsam mit dem B. Sc. Sportwissenschaft angeboten (Module 15 und 16 des Studienschwerpunkts Sportmanagement).

Modul 7b wird im 1. Semester belegt, Modul 4b im 2. Semester (die Vorlesungen von Modul 4b finden im Sommersemester statt).

Modul 8 Gesundheits- und Regenerationsmanagement

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h/5 CP	3.	jedes Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 1 SWS 1 x 2 SWS	105 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

keine

Lernergebnisse:

Die Studierenden eignen sich Grundlagen und Forschungsmethoden an und lernen, wichtige Aspekte der Gesundheitspsychologie und des Regenerationsmanagements im Feld des Sports anzuwenden.

Veranstaltungen/Inhalte:

Gesundheits- und Regenerationsmanagement (Grundlagen- und Vertiefungsseminar):

- gesundheitspsychologische und regenerationsrelevante Beratungs- und Betreuungskonzepte, sportbezogen analysiert, z. B. Konzepte von Gesundheit und Krankheit, Lebensqualität, Gesundheitsverhalten, Gesundheitsförderung, gesundheitspsychologische Forschung, Prävention,
- Stress und Stressbewältigung, Rehabilitationsprozesse sowie Schlaf,
- Anwendung der Kenntnisse im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements und im Leistungssport (z. B. Auswahl der passenden Regenerationsstrategie) sowie Nebenwirkungen des Leistungssports (z. B. Verletzungen).

Lehrformen:

Vortrag, Gastvorträge, Referat, Diskussion, Partner- und Gruppenarbeit, praktische Übungen.

Prüfungsformen:

In der Regel Klausur (60 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 9 Professional Skills

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
210 h/7 CP	2. – 3.	jährlich	2 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminare	1 x 1 SWS 1 x 2 SWS	165 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

Für Forschungskompetenz I: keine.

Für Forschungskompetenz II: erfolgreicher Abschluss von Modul 2 (Methoden empirischer Sozialforschung).

Lernergebnisse:

Als Vorbereitung auf die Beratungspraxis, aber auch auf das wissenschaftliche Projekt (Modul 10), welches die eigenständige Erschließung eines Forschungsthemas in Zusammenarbeit mit externen Partnern oder internen Forschungsprojekten vorsieht, werden in diesem Modul Forschungskompetenzen erworben.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Forschungskompetenz I und II: In mehreren Phasen wird die schrittweise Erstellung eines wissenschaftlichen Exposés realisiert. Angefangen bei der Themenfindung über die Literatursuche und -aufarbeitung sowie die sachlogische Ableitung der forschungsleitenden Fragestellung bis hin zur Auswahl geeigneter Forschungsmethoden lernen die Studierenden die wissenschaftliche Texterstellung und den Schreibprozess auf hohem wissenschaftlichem Niveau kennen.
- Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Seminare durch den Lehr- und Forschungsbereich Sportmanagement/Sportökonomie und den Lehr- und Forschungsbereich Sportpsychologie angeboten.

Lehrformen:

Vortrag, angeleitete Schreib- und Rechercheübungen, Peer-Feedback, Präsentation.

Prüfungsformen:

Präsentation (20 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

In den Seminaren des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 7,5 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren, Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 10 Wissenschaftliches Projekt

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
600 h/20 CP	3.	jedes Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Seminar Projektarbeit	1 x 3 SWS themenabhängig	555 h	max. 30 Studierende

Teilnahmevoraussetzungen:

Erfolgreicher Abschluss des Moduls 2 (Methoden empirischer Sozialforschung) mit mindestens „ausreichend“ (4,0) (§ 4 Abs. 3 und § 9 Abs. 3 PO).

Lernergebnisse:

Die Studierenden erarbeiten sich die Kompetenz zur eigenständigen Entwicklung und Planung einer im vorgegebenen organisatorischen Rahmen praktisch durchführbaren wissenschaftlichen Fragestellung einschließlich ihrer methodischen Umsetzung und eigenständigen Bearbeitung. Die Studierenden erwerben die notwendigen Fähigkeiten zur Auswertung, Präsentation und Diskussion einer selbst durchgeführten wissenschaftlichen Studie. Sie eignen sich zudem die Sach-, Methoden- und Analysekompetenzen zur Erstellung eines Projektberichts gemäß den vorgegebenen inhaltlichen und formalen Anforderungen an.

Veranstaltungen/Inhalte:

- Durchführung Forschungsvorhaben: Eigene empirische Forschungsarbeiten werden durch studentische Forschergruppen realisiert. Die Auswahl des Projektthemas sowie die Projektdurchführung erfolgen in Zusammenarbeit mit einer externen Partnerorganisation oder intern in Zusammenhang mit einem Forschungsprojekt der Lehr- und Forschungsbereiche Sportmanagement bzw. Sportpsychologie. Die Studierenden übernehmen aktiv die Rolle der Forschenden und sind in den gesamten Prozess (Planung, Durchführung und Auswertung) empirischer Forschungsprojekte integriert. Sie zeigen, dass sie eine definierte sportwissenschaftliche Problemstellung als Forscherteam unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden bearbeiten, schriftlich darstellen und präsentieren können.
- Begleitseminar zum wissenschaftlichen Projekt (3 SWS): Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Begleitseminare durch den Lehr- und Forschungsbereich Sportmanagement/Sportökonomie und den Lehr- und Forschungsbereich Sportpsychologie angeboten.

Lehrformen:

Projektarbeit in Forschergruppen, Präsentation und Diskussion im Begleitseminar.

Prüfungsformen:

Projektbericht (20–25 Seiten).

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Im Begleitseminar des Moduls beträgt die maximal mögliche Fehlterminquote 20 %, um die Erreichbarkeit der erwünschten Lernergebnisse zu gewährleisten. Wird diese überschritten, können ggf. und nach Maßgabe der jeweils leitenden Dozentinnen und Dozenten Kompensationen durch zusätzlich zu absolvierende Studienleistungen ermöglicht werden. Um die CP der Modulveranstaltungen zu erhalten, sind alle zu erbringenden Studienleistungen in ausreichender Qualität zu erfüllen und die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (4,0) zu bestehen (§ 4 Abs. 4 PO). Form und Umfang der Studienleistungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben (§ 8 Abs. 10 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Modulnote wird durch die Modulprüfung ermittelt. Sie geht mit 15 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren, Kellmann

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch.

Modul 11 Masterarbeit

Workload/Credit Points	Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
900 h/30 CP	4.	jederzeit	6 Monate
Lehrveranstaltungsarten	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
Masterarbeit Kolloquium	themenabhängig 1 x 2 SWS	bis zu 870 h	---

Zulassungsvoraussetzungen (gem. PO § 13 Abs. 2):

- Einschreibung im Masterstudiengang Management & Consulting im Sport an der RUB oder Zulassung als Zweithörerin bzw. Zweithörer,
- Zulassungsantrag beim Prüfungsamt der Fakultät für Sportwissenschaft; mit dem Antrag ist ein Exposé abzugeben (§ 13 Abs. 3 PO),
- kein gleichartiges Prüfungsverfahren an einer anderen Hochschule und keine gleichartige Prüfung endgültig bestanden oder nicht bestanden,
- Nachweis von mindestens 80 CP des Masterstudiengangs über das System für die Erfassung von Studien- und Prüfungsleistungen der RUB.

Lernergebnisse:

Die Studierenden erwerben am konkreten Beispiel ihrer wissenschaftlichen Abschlussarbeit die Fähigkeit zur selbstständigen Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung, zur Anwendung vertiefter fachspezifischer Kenntnisse und zur Umsetzung methodischer Fertigkeiten.

Inhalte:

- Kolloquium zur Masterarbeit (2 SWS): Vermittlung vertiefter Kenntnisse in der Planung, Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen, der Recherche in internationalen Literaturdatenbanken, der computergestützten Datenanalyse und der sprachlichen und formalen Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit. Aufgrund des unterschiedlichen Charakters von Management- und Psychologie-Forschungsansätzen werden getrennte Kolloquien durch den Lehr- und Forschungsbereich Sportmanagement/Sportökonomie und den Lehr- und Forschungsbereich Sportpsychologie angeboten.
- Masterarbeit: Inhaltlich können Masterarbeiten aus dem gesamten Gebiet der Sportwissenschaft angefertigt werden.

Lehrformen:

Individuelle Beratung und Betreuung zur selbstständigen wissenschaftlichen Arbeit durch Lehrende; Kolloquium.

Prüfungsformen:

Masterarbeit (Bearbeitungszeit sechs Monate, § 14 Abs. 4 PO). Die Masterarbeit kann in englischer Sprache verfasst werden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Durch die bestandene Masterarbeit werden 27 CP erworben, weitere 3 CP über die Teilnahme am begleitenden Kolloquium (§ 14 Abs. 1 PO).

Verwendung des Moduls:

Pflichtmodul im Studiengang Master of Science Management & Consulting im Sport.

Bildung der Modulnote und Stellenwert der Modulnote für die Endnote:

Die Masterarbeit wird von zwei Prüfenden unabhängig voneinander bewertet (§ 14 Abs. 7 PO). Die Note der Masterarbeit geht mit 25 % in die Gesamtnote der Masterprüfung ein (§ 15 Abs. 6 PO).

Modulbeauftragte (MB):

Bühren, Kellmann

Prüfende:

Lehrende der Fakultät für Sportwissenschaft (themenabhängig; Erst- und Zweitprüferinnen und -prüfer gemäß § 14 Abs. 2 PO).

Sonstige Informationen:

Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch. Siehe §§ 13 und 14 der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Management & Consulting im Sport (M. Sc.) der RUB vom 01.09.2020 (Amtl. Bekanntmachung Nr. 1357) in der Fassung der Änderungssatzung vom 30.09.2025 (Amtl. Bekanntmachung Nr. 1700).

Übersicht zur Zusammensetzung der Endnote

Module 1, 2, 3, 5, 6, 9 Pflichtmodule	**Module 4, 7, 8** Wahlpflicht- und Pflicht-module	**Modul 10** Wissenschaftliches Projekt	**Modul 11** Masterarbeit
insgesamt: 45 %	insgesamt: 15 %	15 %	25 %
jedes Modul: 7,5 %	jedes Modul: 5 %	15 %	25 %

Gewichtung gemäß § 15 Abs. 6 PO.