

Bachelorstudienrichtung Sport Management

Studiumsprofil

Studiumsprofil BSc Betriebsökonomie mit Major Sport Management

Autor/in: Walter Burk
 Ausgabestelle: Departement Entrepreneurial Management
 Geltungsbereich: Studiengang Sport Management
 Klassifizierung: Nicht klassifiziert
 Version: 1.0.0
 Ausgabedatum: 08.06.2020
 Verteiler:

Änderungskontrolle

| Version | Überarbeitung | Autor/in | Datum |
|---------|----------------------|-------------|------------|
| 1.0 | Erstellt | Walter Burk | 23.04.2020 |
| 1.1 | Version überarbeitet | Hässig GA | 29.04.2020 |

| Freigabe durch | Datum |
|----------------|-------|
|----------------|-------|

1 Profil Studienrichtung BSc Betriebsökonomie mit Major Sport Management

Die Bachelorstudienrichtung «Betriebsökonomie mit Major Sport Management» der Fachhochschule Graubünden umfasst 180 ECTS Punkte. Dies entspricht einem Abschluss des ersten Studienzyklus mit Niveau 6.¹

1.1 Profil der Studienrichtung

Die Studienrichtung «BSc Betriebsökonomie mit Major Sport Management» vermittelt ein breites Basiswissen in Betriebsökonomie. Die Studierenden sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Bereichen eines Unternehmens zu übernehmen, diese kritisch zu analysieren und konzeptionell weiterzuentwickeln. Sie übernehmen Fach- und Führungsfunktionen in der Wirtschaft.

Ergänzend erwerben die Studierenden spezifische Fachkompetenzen im Sportmanagement. In Kombination mit ihren betriebswirtschaftlichen Kenntnissen sind sie damit in der Lage, in privatrechtlich profit- und nonprofitorientierten sowie öffentlichen Sportorganisationen sportspezifische Fach- und Führungsfunktionen zu übernehmen und den Sport weiterzuentwickeln.

Neben Fachkompetenz in Betriebswirtschaft und Sportmanagement verfügen die Studierenden über eine hohe Sozialkompetenz, welche durch Kommunikations-, Methoden-, Präsentations-, Beziehungs- und Reflexionskompetenzen zum Ausdruck kommt.

Die Absolventinnen und Absolventen können komplexe Zusammenhänge des Unternehmens und des Sportsystems analysieren und verstehen und daraus geeignete, effektive und effiziente Massnahmen ableiten und umsetzen.

1.2 Wesentliche Lernergebnisse

Nach Abschluss der Bachelorstufe sind die Studierenden in der Lage, das komplexe System der Unternehmens- und Organisationsführung und deren Wechselwirkungen zu allen Stakeholdern zu verstehen und zu erklären.

Die Absolventinnen und Absolventen können die Organisation und den Markt analysieren und geeignete Massnahmen erstellen. Sie sind in der Lage, sportspezifische Marketingkonzepte zu erstellen und umzusetzen. Sie verstehen die finanziellen Grössen der Sportorganisation und können den Jahresabschluss erstellen, Kennzahlen ermitteln und interpretieren sowie Budgets erstellen. Sie erkennen volkswirtschaftliche Phänomene und zeigen deren Auswirkungen auf das Unternehmen auf, können organisatorische Prozesse analysieren, beurteilen und Optimierungen entwickeln und umsetzen.

Die Studierenden kennen das Schweizer Sportsystem sowie das Zusammenspiel seiner Akteure und können dessen Eigenheiten zu internationalen Systemen abgrenzen. Sie verstehen die spezifischen Mechanismen der Sportökonomie, -soziologie und -ethik, verfügen über die grundlegenden Kompetenzen im sportspezifischen Management, Projekt- und Eventmanagement und kennen die speziellen Regelungen des Sportrechts. Sie kennen verschiedene Instrumente der Kommunikation und sind in der Lage, verbale und nonverbale Signale zu erkennen und zu reflektieren. Ihre Kommunikation ist adressatengerecht und effektiv.

¹ Vgl. ECTS-Leitfaden 2015, Seite 20

Anhand von Methoden und Modellen können sie die organisationale Realität als System verstehen und erklären und Tools für die operative und strategische Weiterentwicklung der Organisation zielorientiert anwenden.

Der Studiengang fokussiert bei der Vermittlung der Kompetenzen stark auf den Praxisbezug und ermöglicht den Studierenden, die Aneignung von Fertigkeiten an konkreten Projekten.

Die Kernkompetenzen der Absolventinnen und Absolventen werden wie folgt zusammengefasst:

- Analyse und Beurteilung von betriebswirtschaftlichen und organisationalen Fragestellungen
- Hohe Handlungs- und Ergebnisorientierung verknüpft mit ausgeprägter Team- und Kommunikationsfähigkeit
- Konzeption-, Planungs- und Umsetzungskompetenz von organisatorischen und sportspezifischen Projekten, verbunden mit hoher Flexibilität
- Kreativität und Innovationsfähigkeit
- Hohe Affinität zur Digitalisierung in den Bereichen Kommunikation, Marketing, Beziehungsaufbau und Management
- Fähigkeiten zur internationalen Zusammenarbeit und multikulturellen Teamarbeit
- Erkennen von gesellschaftlichen Veränderungen und Bereitschaft, diese in Entwicklungen einfließen zu lassen
- Hohe Affinität zum Sport und Verständnis für dessen Emotionalität, teilweise Unplanbarkeit und schnellen Wandel

1.3 Berufsprofile der Absolventinnen und Absolventen

Absolventinnen und Absolventen der Studienrichtung «BSc Betriebsökonomie mit Major Sport Management» verfügen über Kompetenzen, um folgende Funktionen im Sportmanagement und in der Wirtschaft zu übernehmen:

- Sportmanagerin oder -manager in privatrechtlichen profit- und nonprofitorientierten Sportorganisationen wie internationalen, nationalen und regionalen Verbänden, Vereinen und Clubs für die Mitgestaltung der sportlichen Ausrichtung und den Erfolg ihrer Teams, mit der Verantwortung für die Führung der Organisation und die Finanzen, mit der Zuständigkeit Sponsoren zu suchen, für die Öffentlichkeitsarbeit oder für das Marketing und die Organisation von Sportevents.
- Sportmanagerin oder -manager in öffentlichen Sportorganisationen, wie dem Bundesamt für Sport, kantonalen Sportämtern oder Sportfachstellen auf Gemeindeebene zur Förderung des Breiten- und Gesundheitssports, für die Organisation professioneller Anlässe im Breiten- und Leistungssport oder für die Entwicklung neuer Angebote und Produkte.
- Sportmanagerin oder -manager in privaten und öffentlichen Sportstätten sowie Freizeiteinrichtungen, Veranstaltungs- und Messeorganisationen mit der Verantwortung für die Sicherung eines betriebswirtschaftlich rentablen Betriebes, einer ausgewogenen Auslastung bzw. Nutzung sowie eines werterhaltenden Unterhaltes.
- Sportmanagerin oder -manager von hoffnungsvollen oder bereits erfolgreichen Individualsportlerinnen und Individualsportlern für deren Beratung, der Vermittlung von Sponsoren und Werbepartnern und zur Unterstützung ihrer Karriereplanung.
- Sportmanagerin oder -manager in der Sportartikelbranche mit der Verantwortung für die Wertschöpfungskette – von der Marktforschung in den zu erschliessenden Märkten über die Produktentwicklung bis hin zur Kundenbindung nach erfolgreichem Geschäftsabschluss.
- Projektleiterin oder -leiter im Sporttourismus (Destinationen, regionale Tourismusorganisationen, Bergbahnen) und in Sportevents für die Konzeption, Planung und Durchführung sowie Kommunikation und Vermarktung entsprechender Projekte.

- Fachspezialistin und Fachspezialist für die Verhandlung von Rechten mit Veranstaltern und Verbänden und deren Vermarktung.
- Fachspezialistin und Fachspezialist bei nationalen und internationalen Unternehmen als verantwortliche Person für Sportsponsoring zur sponsoringseitigen Beobachtung des Sportmarktes und Auswahl der passenden Verbände, Clubs oder Sportevents für deren Werbung und Kommunikation.
- Fachspezialistin und Fachspezialist bei, im Sport engagierten, Wirtschafts- und Medienunternehmen, Event- und Marketingorganisationen sowie Agenturen.