

Certificate of Advanced Studies in Sportmarketing

Nach diesem Fernstudium verfügen Sie über umfassende Kenntnisse im Sportmarketing. Lernen Sie die unterschiedlichsten Faktoren, die es bei der Optimierung der Marketingziele der Handelnden im Leistungssport zu berücksichtigen gilt, kennen.

Dieses CAS vermittelt das Wissen, um die Zusammenhänge im Sportmarketing nationaler und internationaler Vereine, Verbände und sonstiger Organisationen zu entwickeln, die damit verbundenen besonderen Aspekte zu lokalisieren und Erfolgsstrategien zu gestalten. Weiter werden die organisatorischen Notwendigkeiten für die Handelnden sowohl im Amateur- als auch im Profibereich vertieft, wobei der Schwerpunkt auf den Leistungssport ausgerichtet ist. Es baut auf Grundkenntnisse aus einer generellen Marketingveranstaltung auf.

Vorteile für Studierende und Arbeitgeber

- 100% Berufstätigkeit möglich
- Hochrangige Dozierende mit jahrelanger Praxiserfahrung
- Keine Unterrichtspräsenz vor Ort
- Ansprechpersonen mit dem Service einer privaten Fachhochschule
- Zeitlich und örtlich flexibel
- CAS Baustein für DAS/MAS/EMBA/MBA Abschluss

Zeitlich und
örtlich flexibel

Zahlen und Fakten

Abschluss

Certificate of Advanced Studies
Kalaidos FH in Sportmarketing

Start

Jederzeit

Dauer

1 Semester

Anwesenheit

Keine

ECTS-Punkte

10

Ort

Online

Gebühr

CHF 5'000 (inkl. Lehrmittel und regulären Prüfungen)

Leitung und Beratung

Beratung



Jeannine Brunner
Programmleiterin
044 200 19 54
jeannine.brunner@kalaidos-fh.ch

Anmeldung/Organisatorisches



Torben Stührmann
Projekt Manager
044 200 19 24
torben.stuehrmann@kalaidos-fh.ch

Zulassungsbedingungen für das Studium

- Abgeschlossenes Fachhochschul- oder Universitätsstudium
- Abschluss der höheren Berufsbildung und ausreichend Berufserfahrung in einem für die Weiterbildung relevanten Berufsfeld sowie angemessene wissenschaftliche Kenntnisse
- Ausserordentliche Zulassung: individuelle Prüfung durch die Zulassungskommission

Weitere Zulassungswege und detaillierte Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen finden Sie auf der **Informationsseite des Fachbereichs Wirtschaft**.

Verwendete Technologien und Kooperationspartner

In unserem individualisierten und hochmodernen Lernraum KMUnity erhalten Sie Übersichten und Zusammenfassungen Ihrer Module. Sie können Ihren Lernstand abfragen und finden eine Auflistung der wichtigsten Termine, Hilfestellungen, unterstützende Dokumente sowie Vorlagen. Unser Kooperationspartner, die KMU Akademie und Management AG stellt diesen Lernraum zu Verfügung und unterstützt Sie in medialen Fragen ebenso, wie in administrativen. Ausserdem bietet sie ein portables Tool und individuellen TechniksUPPORT. Ihre Ansprechperson ist jederzeit die Kalaidos Fachhochschule AG.

Ablauf und Begleitung

Alle Vorlesungen und Lernmaterialien werden im Online-Campus "KMUnity" zur Verfügung gestellt. Es gibt hinterlegte Podcasts und Optionen für Live-Online Modulsitzungen mit den Dozierenden. Alle Veranstaltungen sind aufgezeichnet und stehen als Download zur Verfügung. Die Studienunterlagen sowie von den Dozierenden zur Verfügung gestelltes Zusatzmaterial und Vorlagen können ebenfalls im Lernraum abgerufen werden.

Inhalt und Aufbau des Studiums

Kursziel	Lernziele	Studieninhalte
<p>Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Marketing nationaler und internationaler Vereine, Verbände und Einzelsportler. Die Spezifika und Besonderheiten des Sportmarketings werden ebenso diskutiert wie Chancen und Risiken. Ziel ist es, diese Aspekte zu analysieren und darauf aufbauend Erfolgsstrategien zu gestalten.</p> <p>Im Fokus stehen Digitalisierung und Internationalisierung. Die organisatorischen Rahmenbedingungen für die Beteiligten, sowohl im Amateur- als auch im Profibereich, werden ebenso diskutiert wie die Rolle der Medien im Sport und Strategien für den Umgang mit diesen. Das Modul ist vertiefend und baut auf vorhandenem Wissen auf.</p>	<p>Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> – die Faktoren, die sich auf die Marketingziele von Sportorganisationen auswirken zu analysieren; – die Auswirkungen des Marketings auf die Wirtschaftlichkeit von Sportorganisationen kritisch zu beurteilen; – die Bedeutung der Internationalisierung für Sportvereine und Sportverbände einzuschätzen; – Instrumente und strukturierte Produkte kritisch zu evaluieren und im Vermarktungsprozess gezielt zu berücksichtigen; – Medienkampagnen mit Fokus auf Social Media entwickeln und evaluieren; – theoretische Ansätze sowohl aus akademischer als auch aus praktischer Sicht kritisch zu hinterfragen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Marketing Theorie – Marketing-Mix – Event-Marketing – Sonderformen des Marketings – Sport und Medien – Social Media – Internationalisierungsstrategien der Vereine – Produkt- vs. Eventlebenszyklus

Weiterführende Ausbildungsmodule am IDP (Ausbau zu DAS / MAS / MBA / EMBA)

CAS	DAS
<ul style="list-style-type: none"> – Sportorganisationen und Sportmanagement – Sportpsychologie – Personalpolitik – Sportfinanzierung 	<ul style="list-style-type: none"> – Sportmanagement – Führung im Leistungssport**

Das CAS kann mit den oben genannten CAS zum DAS ausgebaut werden. Das DAS Sportmanagement kann als Vertiefung für ein Masterstudium (MAS, E/MBA) angerechnet werden. Dasselbe gilt für ein Teilpräsenzstudium.

**Dieses DAS kann nur als Vertiefung für das Masterstudium DDMBA angerechnet werden. Informieren Sie sich hierzu gerne bei uns.