

# Syllabus

## *Kursbeschreibung*

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Sport- und Eventwirtschaft
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30178
<b>Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung</b>	
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	ECON-04/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)</b>	
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	dr. Andreas Dibiasi, Andreas.Dibiasi@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48895">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/48895</a>
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Erstes Semester
<b>Studienjahr/e</b>	2
<b>KP</b>	6
<b>Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Laboratoriumsstunden</b>	-
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	18
<b>Inhaltsangabe</b>	In diesem Kurs beschäftigen wir uns mit den Besonderheiten professioneller Teamsportligen, der Arbeitsmärkte im professionellen Sport sowie der Organisation sportlicher Mega-Events aus einer ökonomischen Perspektive. Darüber hinaus untersuchen wir den Markt für Amateur- und Freizeitsport aus einem gesundheitsökonomischen Blickwinkel und fragen nach der politischen Bedeutung sowohl des Leistungs- als auch des

	Freizeitsports. Damit sind wir in der Lage, Handlungsempfehlungen nicht nur für die Veranstalter von Events, sondern auch für Politiker, professionelle und Hobby-Athleten zu formulieren.
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	<p>Im Kurs werden die institutionellen Rahmenbedingungen, theoretischen Modelle und empirischen Erkenntnisse der Sportwirtschaft vorgestellt und diskutiert.</p> <p>Ein besonderer Schwerpunkt liegt darauf, ökonomische Konzepte auf die Sportwirtschaft anzuwenden und die gewonnenen Erkenntnisse mit Resultaten aus anderen Märkten zu vergleichen.</p> <p>Die einzelnen Themen sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Angebot und Nachfrage im Sport</li> <li>2) Produktion</li> <li>3) Marktstrukturen</li> <li>4) Ökonomie von Sportteams</li> <li>5) Monopol- und Kartellrecht</li> <li>6) Strategische Preisgestaltung</li> <li>7) Großereignisse im Sport</li> <li>8) Daten und empirische Analysen im Sport</li> </ol>
<b>Stichwörter</b>	Sportökonomie, Sport, Ökonomie
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	
<b>Propädeutische Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen mit einem starken Fokus auf Diskussionen. Präsentationen der Studierenden und Diskussion.
<b>Anwesenheitspflicht</b>	-
<b>Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse</b>	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>ÖKONOMIE</p> <p>von Unternehmensentscheidungen in Monopolen in Bezug auf Qualität, Quantität und Preise</p> <p>von Modellen der strategischen Interaktion zwischen Unternehmen in oligopolistischen Kontexten</p> <p>die Rolle von Netzwerkexternalitäten in der digitalen Wirtschaft</p> <p>die Strategien der vertikalen und horizontalen Differenzierung von Unternehmen</p> <p>der Strategien zur Aufrechterhaltung einer marktbeherrschenden</p>

	<p>Stellung durch ein Unternehmen</p> <p>der komparativen Vorteile im Bereich der Reiseziele</p> <p>von Preis- und Qualitätsstrategien im Reiseziel</p> <p>wirtschaftspolitische Instrumente zur Förderung der Entwicklung von Reisezielen</p> <p>die Grundprinzipien der Theorie von Angebot und Nachfrage</p> <p>die Theorie der Preisbildung</p> <p>die Rolle der künstlichen Intelligenz und der Algorithmen bei den Preisbildungsmechanismen</p> <p>die Rolle des Staates in der Wirtschaft</p> <p>die Grundlagen der Geldwirtschaft</p> <p>die Grundlagen der Steuerpolitik und der Haushaltsplanung</p> <p>Wachstumstheorie</p> <p>die Theorie der kooperativen Spiele und des kollusiven Verhaltens</p> <p>sektorale Analyseinstrumente für die Sport- und Veranstaltungsbranche</p> <p>der industriepolitischen Instrumente für den Sportsektor</p> <p>die Auswirkungen der Organisation von Sportveranstaltungen auf das regionale Wirtschaftswachstum.</p> <p>der Qualitätsstrategien von Beherbergungsbetrieben</p> <p>der Preisstrategien von Beherbergungsbetrieben unter Verwendung von strategischen Interaktionsmodellen aus der Spieltheorie.</p> <p>der horizontalen Differenzierungsstrategien von Beherbergungsbetrieben</p> <p>der Anreize in der internen Organisation von Beherbergungsbetrieben</p> <p>Methoden zur Bewertung von externen Effekten und öffentlichen Gütern im Tourismus- und Sportsektor</p> <p>der Wirtschaftspolitik für nachhaltigen Tourismus</p> <p>des Konzepts der Nachhaltigkeit und seiner Auswirkungen auf die regionale Entwicklung</p> <p>die Wirtschaftssysteme von Tourismus- und Sportunternehmen</p> <p>die Determinanten der Zusammenarbeit und der Fähigkeit zum Aufbau von Systemen zwischen den verschiedenen lokalen Tourismusakteuren.</p> <p>Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden</p> <p><b>ÖKONOMIE</b></p> <p>Marktanalyse mit dem Ziel, Produkte und Märkte auszuwählen, auf die sich die Geschäftstätigkeit konzentrieren soll</p>
--	---

	<p>kontextabhängige Kriterien für die Preisgestaltung</p> <p>Bewertung der Kosten und des Nutzens der Aufrechterhaltung einer marktbeherrschenden Stellung und der Wahl der am besten geeigneten Instrumente zur Erreichung des Ziels</p> <p>Analyse des Zielkonflikts zwischen Preis und Produktqualität und Verständnis der Kriterien, anhand derer das für den jeweiligen Kontext geeignete Qualitätsniveau gewählt wird</p> <p>Ex-post-Analyse der Auswirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen, sowohl in traditionellen Kontexten (mit begrenzten Daten) als auch in innovativen Kontexten (mit Big Data)</p> <p>Analyse der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit aktueller und künftiger Reiseziele</p> <p>Analyse der Auswirkungen öffentlicher Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität von Reisezielen</p> <p>Fähigkeit, wie ein Wirtschaftswissenschaftler zu argumentieren, d. h. die für die Wirtschaftsanalyse typischen Schemata und Kriterien anzuwenden</p> <p>Fähigkeit, die Wechselwirkung zwischen individuellen Verbraucher- und Unternehmensentscheidungen und dem Marktgleichgewicht zu erfassen</p> <p>Anwendung der Anreiztheorie auf die Beziehung zwischen Anreizen und Verbraucher- und Unternehmensentscheidungen</p> <p>Analyse der Auswirkungen verschiedener wirtschafts- und steuerpolitischer Entscheidungen auf die Entwicklung makro- und mikroökonomischer Variablen</p> <p>Bewertung der öffentlichen Maßnahmen zur Unterstützung von Spitzensportverbänden und zur Förderung der Organisation von Veranstaltungen (aus der Sicht der politischen Entscheidungsträger)</p> <p>Bewertung der Faktoren, die die finanzielle Nachhaltigkeit von Sportverbänden und Veranstaltungsgesellschaften bestimmen (aus der Sicht des Managements)</p> <p>Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus im lokalen Bereich</p> <p>Planung und Bewertung wirtschaftlicher Entwicklungsprozesse im Tourismussektor auf Makro- und Mikroebene</p> <p>Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen für den Tourismussektor auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene</p> <p>Erarbeitung eines nachhaltigen Tourismusentwicklungsplans (aus</p>
--	---

	<p>Sicht der politischen Entscheidungsträger)</p> <p>Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung auf lokaler Ebene</p> <p>kritische Analyse der tourismuspolitischen Instrumente zur Förderung lokaler Produkte und Bewertung der Wirksamkeit der verschiedenen Instrumente.</p> <p>Urteilen (making judgements)</p> <p>die wichtigsten Variablen zu identifizieren, die bei Entscheidungen in komplexen Situationen zu verwenden sind;</p> <p>analytisch und kritisch über Informationen, Erfahrungswerte und Daten zu berichten, um adäquate betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu treffen;</p> <p>die geeignetsten quantitativen und qualitativen Analyseinstrumente auszuwählen, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen;</p> <p>notwendige Zusatzinformationen in Datenbanken, Gesetzesunterlagen und wissenschaftlichen Quellen zu finden;</p> <p>durch Einsatz logischer Schlussfolgerungen und die Verbindung von Informationen und analytischen Instrumenten Lösungen zu finden</p> <p>Kommunikationsfähigkeit (communication skills)</p> <p>Die Absolventen/Absolventinnen des Bachelors in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement werden Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten entwickeln, um in einem Arbeitsumfeld die komplexen, interdisziplinären Themenstellungen des Tourismus-, Sport- und Eventbereichs zu erklären, argumentativ zu bearbeiten und zusammenzufassen.</p> <p>Das Erreichen dieses Zieles wird mittels schriftlicher Prüfungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, Präsentation von Fallstudien und Projekten sowie der Abschlussarbeit bewertet.</p> <p>Lernfähigkeit (learning skills)</p> <p>die Fähigkeit, aktuelle Informationen ausfindig zu machen, um mit den Veränderungen im Dienstleistungssektor im Allgemeinen und im Bereich Tourismus-, Sport- und Eventmanagement im Besonderen Schritt halten zu können;</p>
<b>Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche</b>	

Informationen)	
<b>Art der Prüfung</b>	<p>Anwesende Studierende</p> <p>1) Schriftliche Prüfung 60 Minuten (60%) 2) Individuelle Präsentation (40%)</p> <p>Nicht teilnehmende Studierende</p> <p>Schriftliche Prüfung 100 Minuten 1) Schriftliche Prüfung 60 Minuten (60%) (identisch zur Prüfung für anwesende Studierende) 2) Erweiterte Prüfung 40 Minuten (40%)</p>
<b>Bewertungskriterien</b>	<p>Anwesende Studierende</p> <p>Die Bewertung des Kurses setzt sich wie folgt zusammen:</p> <p>1) Schriftliche Prüfung (60 Minuten) – 60 % der Endnote</p> <p>Die schriftliche Prüfung muss bestanden werden, um die Gesamtprüfung bestehen zu können, unabhängig von individuellen Zusatzleistungen.</p> <p>Die Prüfung enthält offene Fragen und Multiple-Choice-Fragen. Bewertet werden Klarheit, Vollständigkeit und die Richtigkeit der Antworten.</p> <p>2) Individuelle Präsentation – 40 % der Endnote</p> <p>Die Präsentation basiert auf einem Forschungsartikel, der vom Dozenten oder in Absprache mit den Studierenden ausgewählt wird.</p> <p>Nicht teilnehmende Studierende</p> <p>Nicht teilnehmende Studierende ersetzen die Präsentation durch eine erweiterte Abschlussprüfung. Der zusätzliche Teil der Abschlussprüfung umfasst Fragen zu einem wissenschaftlichen Forschungsartikel, der entweder vom Dozenten ausgewählt oder in</p>

	<p>Absprache mit den Studierenden festgelegt wird.</p> <p>Nicht teilnehmende Studierende müssen sich selbstständig mit dem Dozenten bezüglich der Auswahl des wissenschaftlichen Forschungsartikels in Verbindung setzen. Dies muss spätestens bis zum 19. Oktober erfolgen.</p> <p>Für nicht teilnehmende Studierende gilt dasselbe Bewertungsverhältnis: 60 % regulärer Teil der Abschlussprüfung, 40 % erweiterter Teil der Abschlussprüfung.</p> <p>Der Standardteil der schriftliche Prüfung muss bestanden werden, um die Gesamtprüfung bestehen zu können, unabhängig von Abschneiden im erweiterten Prüfungsteil.</p>
<b>Pfichtliteratur</b>	<p>Leeds, M. A., Von Allmen, P., \&amp; Matheson, V. A. (2018). The Economics of Sports</p> <p>Vorlesungsfolien (werden über OLE bereitgestellt)</p> <p>Ausgewählte Artikel aus wissenschaftlichen Zeitschriften</p> <p>Weiter Materialien werden in den Vorlesungsfolien genannt</p>
<b>Weiterführende Literatur</b>	
<b>Weitere Informationen</b>	
<b>Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)</b>	<p>Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, Hochwertige Bildung</p>