

Universität Stuttgart

Studiengangprofil Sportwissenschaft: Soziologie und Management, M.A.

an der Universität Stuttgart

Stand WS 2016/17

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Universitätsbereich Stadtmitte
Keplerstraße 17
70174 Stuttgart



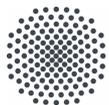
Inhaltsverzeichnis

QUALIFIKATIONSZIELE	3
ARBEITSBELASTUNG UND STUDIERBARKEIT	5
LEHR- UND FORSCHUNGSINHALTE	7
TÄTIGKEITSFELDER.....	9
CHARAKTERISTIKA	11
INTERNATIONALITÄT	13

Kontakt

Studiendekan/in Prof. Dr. Carmen Borggrefe
Institut für Sport- und Bewegungswissenschaft
Nobelstr. 15, Raum 00.065
Telefon 0049 711 685-68015
carmen.borggrefe[at]inspo.uni-stuttgart.de

Studiengangsmanagement Dr. Christian Stahl
Institut für Sport- und Bewegungswissenschaft
Allmandring 28, Raum 1.05
Telefon 0049 711 685-63151
Telefax 0049 711 685-53151
christian.stahl[at]inspo.uni-stuttgart.de



QUALIFIKATIONSZIELE

Wissen und Verstehen (Kenntnisse)

Der M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management schließt konsekutiv an den B.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management an und zielt auf die Vermittlung vertiefender sportsoziologischer, sportökonomischer und betriebswirtschaftlicher Kenntnisse. In soziologischer Perspektive geht es neben einer differenzierten gesellschaftstheoretischen Betrachtung des Sports in der modernen Gesellschaft vor allem um organisationstheoretische Inhalte. Die Studierenden lernen auf der Basis organisationssoziologischer Ansätze unterschiedliche Organisationstypen sowie Formen von Interorganisationsbeziehungen zu analysieren. Dieses Wissen können sie insbesondere anwenden, um Beziehungen zwischen Organisationen des Sports (Vereinen, Verbänden) und Organisationen des Wirtschafts-, Erziehungs-, Politik- und Gesundheitssystems zu beschreiben, zu erklären und zu steuern. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in Fragen der Organisationsentwicklung und systemischen Beratung sowie des Qualitätsmanagements. In den betriebswirtschaftlichen Modulen, die durch das Betriebswirtschaftliche Institut (BWI) angeboten werden, können die Studierenden im Rahmen eines Wahlpflichtangebots grundlegende betriebswirtschaftliche Inhalte aus den Bereichen Informationssysteme und Informationsmanagement, Controlling, Marketing, Organisation sowie internationales Management vertiefen. In sportökonomischer Perspektive werden insbesondere Aspekte des Marketings vertiefend auf das Feld des Sports übertragen. Die Studierenden erweitern zudem ihre Kenntnisse im Bereich der empirischen Sozialforschung sowie im Sport- und Vereinsrecht.

Anwenden (Fertigkeiten)

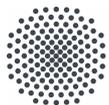
Die Absolventinnen und Absolventen des M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management sind in der Lage, ihre vertieften sportsoziologischen, sportökonomischen und betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in sportbezogenen Tätigkeitsfeldern (Vereinen, Verbänden, Unternehmen, kommunale Sportverwaltung) anzuwenden, indem sie beispielsweise Prozesse der Sportentwicklung, der Mitgliedergewinnung und -bindung, der Organisation von Sportangeboten und -veranstaltungen sowie der Vermarktung sportbezogener Produkte und Dienstleistungen verantwortlich gestalten und selbständig zielgerichtet steuern.

Urteilen und Problemlösen (Handlungskompetenz)

Die Absolventinnen und Absolventen können Entwicklungen des Sportsystems und seiner Beziehungen zu anderen gesellschaftlichen Teilsystemen (v.a. Wirtschaft, Politik, Medien, Gesundheit, Erziehung) angemessen beobachten und beurteilen, um daraus differenzierte und reflektierte Handlungs- und Problemlösestrategien für ihre jeweiligen Tätigkeitsfelder abzuleiten, die sie in die Lage versetzen, leitende Funktionen in Unternehmen, im organisierten Sport sowie innerhalb der kommunalen Sportverwaltung zu übernehmen. Sie verfügen über die fachlichen und überfachlichen Qualifikationen, um ihre Problemlösestrategien auch bereichsübergreifend und interdisziplinär angemessen darstellen und vermitteln zu können (z.B. gegenüber Betriebswirten, Juristen, Politikern, Trainern).



Der M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management verfolgt darüber hinaus auch das Ziel, besonders befähigte Absolventinnen und Absolventen auf eine Promotion in Sportwissenschaft und eine Tätigkeit im Wissenschaftssystem vorzubereiten.



ARBEITSBELASTUNG UND STUDIERBARKEIT

Der M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management weist folgende Makrostruktur auf:

Vertiefungsmodule (48 LP)

- Sportsoziologie (12 LP): **2 USL** (Seminarvorträge) und **1 PL** (mündliche Prüfung, 30 Min., Gewichtung 1,0)
- Organisationssoziologie (12 LP): **2 USL** (Seminarvortrag, Gruppenpräsentation) und **1 LBP** (Hausarbeit, Gewichtung 1,0)
- Forschungsmethoden, Qualitätsmanagement und Evaluation (12 LP): **2 USL** (Seminarvorträge) und **1 LBP** (Hausarbeit, Gewichtung 1,0)
- Sportmanagement und -recht (12 LP): **2 USL** (Seminarvorträge) und **1 PL** (Klausur, 90 Min., Gewichtung 1,0)

Spezialisierungsmodule (30 LP)

- Management betrieblicher Informationssysteme (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Informationssysteme im EBusiness (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Controlling I (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Controlling II (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Informationsmanagement (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Business Intelligence (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Marketing I (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Marketing II (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Organisatorischer Wandel und Netzwerkorganisation (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Gestaltungsfelder der Organisation (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Grundlagen des Internationalen Managements (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)
- Interkulturelles Management (6 LP): **1 PL** (Klausur, 60 Min., Gewichtung 1,0)

Aus diesen zwölf Modulen sind insgesamt fünf zu wählen, also **5 PL** zu absolvieren.

Schlüsselqualifikationen (12 LP)

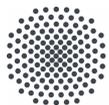
Masterarbeit (30 LP)



Insgesamt:

- 16 benote Studienleistungen (11 PL, 4 LBP, B.A.-Arbeit)
- Verteilung auf die Fachsemester:
 - 1. FS: 2 benotete Prüfungen (1 PL, 1 LBP)
 - 2. FS: 3 benotete Prüfungen (3 LBP)
 - 3. FS: 4 benotete Prüfungen (3 LP, 1 LBP)
 - 4. FS: 2 benotete Prüfungen (1 PL, 1 LBP)
 - 5. FS: 4 benotete Prüfungen (2 PL, 2 LBP)
 - 6. FS: B.A.-Arbeit

Die Verteilung der unterschiedlichen Module auf die einzelnen Fachsemester kann dem Studienverlaufsplan entnommen werden.



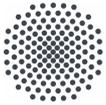
LEHR- UND FORSCHUNGSINHALTE

Um die oben beschriebenen Qualifikationsziele zu erreichen, wird folgendes didaktisches Konzept verfolgt:

In den *Vertiefungsmodulen* („Sportsoziologie“, „Organisationssoziologie“, „Forschungsmethoden, Qualitätsmanagement und Evaluation“, „Sportmarketing und Sportrecht“) erweitern und vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse im Hinblick auf unterschiedliche soziologische Theorien und beziehen diese jeweils auf den Sport. Dabei werden sowohl differenzierungs-, individualisierungs-, zivilisations- und globalisierungstheoretische Zugänge als auch Aspekte der Körper- und Geschlechtersoziologie behandelt. Sie setzen sich in differenzierter Weise mit organisationstheoretischen Zugängen auseinander und nutzen diese für die Analyse unterschiedlicher Organisationstypen und Interorganisationsbeziehungen. Sie erhalten Einblicke in Konzepte der systemischen Organisationsberatung und erproben diese in eigenen Fallstudien. Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse qualitativer und quantitativer Methoden der empirischen Sozialforschung und wenden diese an, indem sie anhand ausgewählter Forschungsprobleme das theoretisch-methodische Design für eigene Fallstudien erarbeiten und präsentieren. Sie setzen sich mit unterschiedlichen Ansätzen und Bewertungssystemen des Qualitätsmanagements in Organisationen auseinander. Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich des Marketing-Managements und wenden diese auf Probleme der Vermarktung sportbezogener Dienstleistungen und Produkte in Unternehmen und Sportvereinen an. Und sie vertiefen zudem ihre Kenntnisse im Bereich des Sport- und Vereinsrechts.

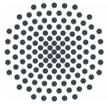
Die Vertiefungsmodule sind dabei in methodisch-didaktischer Hinsicht darauf ausgerichtet, den Studierenden erstens theoretische Zugänge der Sport- und Organisationssoziologie sowie der Sportökonomie und des Sportrechts auf hohem, dem Masterstudium entsprechenden Niveau zu vermitteln und eine kritische Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Theorien zu fördern. Zweitens wird das fachwissenschaftliche Studium mit einer fundierten methodischen Ausbildung kombiniert, in der die Studierenden gefordert sind, eigene wissenschaftliche Fragestellungen abzuleiten und methodisch angemessen zu bearbeiten. Und drittens wird in den Modulen fortlaufend auch ein Anwendungsbezug hergestellt, indem die Studierenden wissenschaftlich fundiertes Handeln in unterschiedlichen organisationalen Settings (Vereinen, Verbänden, Unternehmen, Behörden) erproben, indem sie beispielsweise Konzepte der Organisations- und Qualitätsentwicklung in sportbezogenen Kontexten erstellen. Die Veranstaltungen dieser Module weisen damit nicht nur einen hohen Forschungsbezug, sondern gleichzeitig auch einen hohen Anwendungsbezug auf und entsprechen damit dem Ideal einer forschungsorientierten Lehre, die gleichzeitig Anchlüsse an die spätere Berufspraxis eröffnet.

Die Veranstaltungen in den Vertiefungsmodulen werden ausschließlich als Seminare angeboten, in denen die Vermittlung der Inhalte größtenteils textbasiert erfolgt und den Studierenden eine intensive Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Texten ermöglicht wird. Dies wird vor allem durch Gruppenarbeiten und die Bearbeitung von Leitfragen, die das Textverständnis unterstützen sollen, gefördert. Durch Ergebnispräsentationen und Diskussionsphasen werden die kommunikativen und methodischen Kompetenzen der Studierenden



geschult. Weitere Lehr-Lern-Formen, wie zum Beispiel Rollenspiele, ergänzen das methodische Repertoire und tragen dazu bei, soziale Kompetenzen der Studierenden zu fördern, ihre Reflexionsfähigkeit zu schulen und Anwendungsbezüge herzustellen.

Die aus dem B.Sc. Technisch orientierte BWL importierten *Spezialisierungsmodule*, die als Wahlpflichtmodule angeboten werden, ermöglichen es den Studierenden, unterschiedliche Bereiche der Betriebswirtschaftslehre gezielt zu vertiefen. Hier absolvieren die Studierenden aus insgesamt 12 Modulen, die sich den Bereichen „Informationssysteme und Informationsmanagement“, „Controlling“, „Marketing“, „Organisation“ sowie „internationales Management“ zuordnen lassen, fünf. Alle Veranstaltungen werden als Vorlesung mit begleitender Übung angeboten. In methodisch-didaktischer Hinsicht sowie im Hinblick auf die Festlegung der Inhalte und Prüfungsanforderungen unterliegen die importierten Module der Verantwortung des Betriebswirtschaftlichen Instituts.



TÄTIGKEITSFELDER

Der Sport hat in der Bundesrepublik Deutschland eine enorme gesellschaftliche Bedeutung. Dies kann man daran ablesen, dass der DOSB mit knapp 30 Millionen Mitgliedern die größte freiwillige Personenvereinigung Deutschlands darstellt, dass der Sportunterricht seit über 100 Jahren zum konstitutiven Bestandteil des Schulsystems zählt, dass die mediale Berichterstattung spitzensportlicher Wettkämpfe von Millionen Lesern, Hörern und Zuschauern rezipiert wird, dass der Sport zu einem enormen Wirtschaftsfaktor geworden ist, der beachtliche Umsätze erwirtschaftet und zahlreiche Arbeitsplätze schafft, und dass man sportliche Aktivitäten als in hohem Maße förderlich für die physische und psychische Gesundheit von Menschen erachtet. All dies zeigt, wie bedeutsam der Sport in der modernen Gesellschaft ist und lässt erkennen, dass dieser gesellschaftliche Bereich hervorragende Beschäftigungsmöglichkeiten für Absolventinnen und Absolventen sportwissenschaftlicher Studiengänge bietet.

Im Hinblick auf potenzielle Berufsfelder trägt der M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management vor allem Prozessen der Kommerzialisierung und Professionalisierung des Sports in der modernen Gesellschaft Rechnung, die einen hohen Bedarf an qualifiziertem Personal im Bereich des Managements, der Vermarktung und der Organisation von Sport im weitesten Sinne erzeugen. Er schafft aber gleichzeitig auch ein Fundament für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit sozialen und ökonomischen Phänomenen im Sport, die in einem aufbauenden Promotionsstudium weitergeführt werden kann. Der M.A. Sportwissenschaft „Soziologie und Management“ reagiert auf die hohe gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Sports mit einer fundierten Ausbildung im Bereich sportsoziologischer, sportökonomischer und betriebswirtschaftlicher Inhalte, die die Studierenden für konzeptionelle Tätigkeiten im gesamten sport- und veranstaltungsbezogenen Beschäftigungsmarkt qualifiziert. Dieser konsekutive Master ermöglicht eine zielgerichtete und wissenschaftlich fundierte Erweiterung der Kompetenzen im sozioökonomischen Bereich, der die Absolventinnen und Absolventen für leitende Tätigkeiten im organisierten Sport, in der Sportverwaltung sowie in sportbezogenen Unternehmen anschlussfähig macht. Konkrete Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen sich im Hinblick auf folgende Organisationen:

- Sportvereine und -verbände,
- Kommerzielle Sportanbieter,
- Sportrechtevermarktungsagenturen,
- Marketing- und Sponsoringabteilungen in Unternehmen,
- Unternehmen im Bereich der Sportartikelindustrie,
- Eventagenturen in den Bereichen Freizeit, Kultur und Sport,
- Betreiber von Sport- und Freizeitstätten,

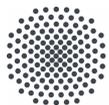


- kommunale Sportverwaltungen sowie
- Universitäten und Fachhochschulen.

Das Haupttätigkeitsfeld der Absolventinnen und Absolventen bezieht sich auf Prozesse der Organisation und Vermarktung von Sport im weitesten Sinne. Nach dem Master-Abschluss dürften die Absolventinnen und Absolventen gute Chancen haben, Positionen in den genannten Organisationen zu besetzen, die einen hohen Anteil konzeptionellen Arbeitens aufweisen und mit Leitungsfunktionen verbunden sind. Beispielhaft können hier folgende Positionen und Tätigkeiten genannt werden:

- Geschäftsführerpositionen in (Groß-)Sportvereinen, die mit der Leitung der Geschäftsstelle, der Finanzplanung und strategischen Vereinsentwicklung betraut sind;
- Direktoren- und Referentenpositionen in Sportverbänden, die in strategischer und operativer Hinsicht mit unterschiedlichen Aspekten der Sportentwicklung befasst sind (Spitzensport, Breitensport, Sport und Integration, Sport und Gesundheit, Sportpolitik) und/oder den Verband in organisatorischer Hinsicht steuern (Finanzierung, Controlling);
- Geschäftsführerpositionen bei kommerziellen Sportanbietern bzw. Betreibern von Sport- und Freizeitstätten (z.B. Kletterhallen, Fitnessstudios, Indoor-Courts, Tennis-hallen, etc.), Event- und Sportrechtevermarktungsagenturen, die mit Produktion und Vermarktung sportbezogener Dienstleistungen befasst sind;
- (Leitende) Positionen in Unternehmen, die Sportartikel produzieren (Vermarktung, Vertrieb, etc.);
- (Leitende) Positionen in den Sponsoringabteilungen großer Unternehmen, die auf Sportmarketing spezialisiert sind;
- (Leitende) Positionen in kommunalen Sportämtern, die mit Aspekten der Sport- und Schulverwaltung, der Sportentwicklungsplanung und kommunalen Sportförderung befasst sind.

Besonders befähigte Absolventinnen und Absolventen sollen zudem auf eine Promotion in der Sportwissenschaft und eine Tätigkeit im Wissenschaftssystem vorbereiten werden.



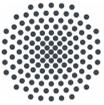
CHARAKTERISTIKA

Der M.A. Sportwissenschaft: Soziologie und Management fügt sich passgenau in das Lehrprofil der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ein, indem er den Gegenstandsbereich des Sports schwerpunktmäßig aus einer sozioökonomischen Perspektive heraus fokussiert. Durch die Kooperation mit dem Betriebswirtschaftlichen Institut, das betriebswirtschaftliche Lehrveranstaltungen für Studierende der Sportwissenschaft öffnet, wird zudem die Vernetzung der Institute gefördert, wodurch sich zukünftig auch weitere Kooperationsmöglichkeiten im Bereich der Forschung eröffnen können.

Der Studiengang wurde entlang der Richtlinien zu Studiengangsprofilen und Qualifikationszielen konzipiert, indem insbesondere darauf geachtet wurde, dass den Studierenden nicht nur wesentliche Kenntnisse der zentralen Fachgebiete (Sportsoziologie, Sportökonomie, BWL) vermittelt werden, sondern dass sie auch dazu befähigt werden, diese Kenntnisse in wissenschaftlich angemessener Weise auf Probleme der Praxis anzuwenden. Voraussetzung dafür ist, dass sie nicht nur träges Wissen erwerben, sondern vielmehr in die Lage versetzt werden, analytisch zu beobachten, die Beobachtungen angemessenen zu reflektieren, um in unterschiedlichen sportbezogenen Kontexten problem- und situationsangemessenen agieren zu können.

Das Studiengangskonzept ist den Maximen exzellenter Lehre verpflichtet, indem die Studierenden durch eine intensive Betreuung und Beratung bei der Vorbereitung von Vorträgen und Präsentationen, der Erstellung von Haus- und Abschlussarbeiten, der Planung und Realisierung von Auslandsaufenthalten sowie der Wahl geeigneter Praktika individuell gefördert und unterstützt werden. Die Lehrenden des Studiengangs haben bereits bei dessen Planung und Entwicklung ein hohes Engagement gezeigt sowie die fortlaufende Bereitschaft erkennen lassen, in gemeinsamen Kolloquien an der inhaltlichen sowie methodisch-didaktischen Weiterentwicklung der Konzeption zu arbeiten. Bei der Studiengangskonzeption wurde strikt auf Studierbarkeit und eine angemessene Arbeits- und Prüfungsorganisation geachtet. Dabei wurden im Sinne der Qualitätsentwicklung die Erfahrungen und Probleme aus dem Vorgängerstudiengang reflektiert und berücksichtigt.

Der Studiengang integriert vorrangig die Disziplinen Sportsoziologie, Sportökonomie und allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Sein Alleinstellungsmerkmal ist die Integration dieser drei Disziplinen. Es gibt an Universitäten eine Reihe sportwissenschaftlicher Studiengänge, die schwerpunktmäßig Sportmanagementinhalte anbieten und diese auch teilweise durch den Import betriebswirtschaftlicher Inhalte ergänzen, diese Studiengänge weisen jedoch nur in sehr begrenztem Maße soziologische Inhalte auf. Der einzige Master-Studiengang, der in ähnlichem Umfang soziologische Inhalte integriert wie der hier beantragte M.A., ist der M.A. Sportwissenschaft „Organisationsentwicklung und Management“ an der Universität Bielefeld. Der Mehrwert dieser Integration von Soziologie und Ökonomie liegt darin, dass die Absolventinnen und Absolventen zusätzlich zu den Managementkompetenzen auch wesentliche Kenntnisse zur Entwicklung und Bedeutung des Sports in der modernen Gesellschaft sowie zu wichtigen Aspekten der Organisationsentwicklung vermittelt bekommen, die von zentraler Bedeutung sind, wenn es beispielsweise darum geht, angemessene Entscheidungen in



sportbezogenen Unternehmen zu treffen, die Entwicklung von Vereinen und Kommunen zu gestalten oder Interorganisationsbeziehungen zu steuern. Das sportsoziologische Wissen ergänzt in dieser Hinsicht das sportökonomische und betriebswirtschaftliche Wissen in idealer Weise, um in den beschriebenen Tätigkeitsfeldern wissenschaftlich fundiert agieren zu können.

Für das spezifische Profil des Studiengangs ist dabei auch die Kooperation mit dem Betriebswirtschaftlichen Institut der Universität Stuttgart und die Öffnung betriebswirtschaftlicher Veranstaltungen für Studierende des M.A. Sportwissenschaft von großer Bedeutung, denn der substantielle Anteil betriebswirtschaftlicher Spezialisierungsmodule im Umfang von insgesamt 30 LP ist entscheidend dafür, dass die Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt auch mit Betriebswirten konkurrieren können.

Im Kontext der Forschungen des Instituts für Sport- und Bewegungswissenschaft wurden externe Kooperationen mit zahlreichen Sportorganisationen in Baden-Württemberg und in der Bundesrepublik etabliert, die auch im Rahmen des Studiengangs genutzt werden können, wenn es beispielsweise um Lehrforschung im Rahmen der Methodenveranstaltung geht. Zu den Kooperationspartnern gehören beispielsweise der LSV Baden-Württemberg, der Württembergische Sportbund, der Olympiastützpunkt Stuttgart, FrischAuf Göppingen, der Deutsche Fußballbund, der Deutsche Turner-Bund, der Deutsche Leichtathletik-Verband, der Deutsche Handballbund, die DKB Handball-Bundesliga, der Deutsche Tennis-Bund, der Deutsche Judo-Bund, der Deutsche Hockey-Bund und der Deutsche Olympische Sportbund.



INTERNATIONALITÄT

Auslandsaufenthalte sind im Studienplan nicht verbindlich vorgeschrieben, werden den Studierenden jedoch im Rahmen der Studienberatung empfohlen.

Ein Auslandsaufenthalt kann am besten im Anschluss an das 3. Fachsemester erfolgen, da im 4. Fachsemester ausschließlich die Masterarbeit vorgesehen ist.

Kooperationen mit ausländischen Universitäten (Universität zu Strasbourg, Universität zu Sevilla, Linnaeus Universität zu Kalmar) bestehen bereits im Rahmen des ERASMUS Austauschprogramms. Die Beratung für Studierende, die einen Auslandsaufenthalt planen, ist am Institut für Sport- und Bewegungswissenschaft bereits institutionell verankert. Der zuständige Ansprechpartner pflegt die Kontakte zu den Partneruniversitäten im Rahmen des ERASMUS Austauschprogramms und baut diese sukzessive aus. Kooperationsvereinbarungen mit den Universitäten in Oslo, Rom und Barcelona sind in Vorbereitung. Studiengangbezogene Kooperationen existieren momentan noch nicht, sollen aber zukünftig etabliert werden.

Ausländische Studierende werden durch einen Mentor (akademischer Mitarbeiter), der am Institut für Sport- und Bewegungswissenschaft tätig ist, betreut. Der Mentor hilft den Studierenden bei der Organisation des Studiums und berät sie bei Fragen und Problemen.

Es ist momentan nicht geplant, dass ausländische Studierende gezielt angeworben werden. Die Veranstaltungen des Masterstudiengangs werden ausschließlich in deutscher Sprache unterrichtet. Aus diesem Grund ist ein Nachweis deutscher Sprachkenntnisse für ausländische Studierende erforderlich.