

Einsendearbeit

In der Regel schreiben Sie während Ihrer Weiterbildung Einsendearbeiten zur Lernerfolgskontrolle.

Die Prüfungsinhalte der einzelnen Einsendearbeiten sind der Rubrik „Prüfungsleistungen“ im Online-Campus zu entnehmen. Die Einsendearbeiten sind ebenfalls im Online-Campus zur Bearbeitung abgelegt.

A. Vorbemerkungen:

Die fristgerecht eingegangene Einsendearbeit wird korrigiert und im Online-Campus wieder zur Verfügung gestellt.

B. Hinweise zur Bewertung:

1. Bei jeder Aufgabe bzw. Teilaufgabe ist die erreichbare Punktzahl vermerkt.
2. Sie benötigen mindestens 54 % der insgesamt erreichbaren Punktzahl, damit diese Einsendearbeit als erfolgreich bearbeitet gelten kann.

C. Hinweise zur Bearbeitung/Einreichung:

1. Die Aufgaben sind mit **eigenen Worten** zu beantworten. Bitte kopieren Sie keine Texte aus Ihrem Studienheft oder aus anderen fremden Textquellen. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle anzugeben.
2. Schreiben Sie **maximal** eine DIN-A4-Seite (bei Schriftgröße 12 Pt.) pro Aufgabe.

Bitte beachten Sie:

Grundlage für die folgenden Aufgaben sind die Studieneinheiten:

Teil A – Vermarktungschancen durch strategische und digitale Sportkommunikation

Teil B – Das Beziehungsgeflecht von Sport und Medien

Sie können die Teile in beliebiger Reihenfolge bearbeiten.

Wir haben die Aufgaben so ausgewählt, dass zum einen Ihr Wissen abgefragt wird (= **Reproduktion**, z.B. von Definitionen, Begriffen, Merkmalen usw.), zum anderen Ihr Wissen angewendet werden soll (= **Transfer**, z.B. Beurteilung von Alternativen).

Für die Bearbeitung der Aufgaben ist die Beschäftigung mit weiterführender Literatur nicht zwingend notwendig. Sie sollten aber eventuell vorhandene Unklarheiten bzw. Informationsdefizite anhand entsprechender Bücher aufarbeiten.

Sie erhalten Ihre Einsendearbeit so schnell wie möglich korrigiert zurück.

Das IST-Team wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!

Teil A – Vermarktungschancen durch digitale und strategische Sportkommunikation

Aufgabe 1

8 Punkte

Beschreiben Sie, wie sich der digitale Wandel auf die Sportmediennutzung auswirkt. Welche Veränderungen durch die Digitalisierung lassen sich dabei auch in der Sportlandschaft erkennen?

Aufgabe 2

8 Punkte

Die Einbindung und Teilhabe des Publikums und der Fans stellt Vereine immer wieder vor große Herausforderungen. Welche Möglichkeiten zur Partizipation bietet der Sport und inwieweit ist der Sport hier als Innovationstreiber zu sehen?

Aufgabe 3

12 Punkte

Welche Vermarktungschancen aber auch -risiken bestehen in dem Bereich der digitalen Sportkommunikation? Beschreiben Sie anhand eines selbst gewählten Beispiels eine Strategie für erfolgreiche Sportkommunikation für Clubs, Ligen oder Verbände! (Tipp: Konkrete Beispiele als Denkanstoß finden Sie im Studienheft)

Aufgabe 4

10 Punkte

Die neuen digitalen Möglichkeiten für Kommunikationsabteilungen in Sportorganisationen und -unternehmen wirken sich auch auf das Sponsoring aus. Erläutern Sie inwieweit das für eine digitale Neuorientierung in der werbetreibenden Industrie sorgt und welche neuen Werbemöglichkeiten entstehen. Beschreiben Sie auch die Veränderungen in Bezug auf mögliche Zielgruppen.