

Inhaltsverzeichnis

Seite

Abkürzungsverzeichnis

9

Abbildungsverzeichnis

11

Vorwort

13

T e i l I

Fachwissenschaftliche Aufbereitung des Themas:

**"Die unternehmerische Planung des Kommunikationsinstrumentes
Sportsponsoring"**

1.	Sportsponsoring als Kommunikationsmittel	17
1.1	Abgrenzung der Begriffe Mäzenatentum und Sportsponsoring	17
1.2	Zunehmende Bedeutung des Sportsponsoring für Unternehmen	20
1.2.1	Gründe für die expansive Entwicklung des Sportsponsoring- marktes	20
1.2.2	Formen des Sportsponsoring	25
2.	Der idealtypische Planungsprozeß für das Sportsponsoring	31
2.1	Intensität des Sportsponsoring	31
2.2	Marketing- und Kommunikationsziele als Ausgangspunkte des Planungsprozesses	34

2.3	Festlegung der Sportsponsoringziele	35
2.4	Die Zielgruppenplanung	42
2.5	Strategische Überlegungen von Sportsponsoren	47
2.6	Die Implementierung des Sportsponsoring in die Unternehmenskommunikation	56
2.7	Maßnahmenplanung für das Sportsponsoringmix	60
2.8	Budgetierung des Sportsponsoring	63
2.9	Kontrolle des Sportsponsoring	66
2.9.1	Besonderheiten des Sportsponsoring und der damit verbundenen Probleme als Rahmenbedingungen für eine Kontrolle des Sportsponsoring	66
2.9.2	Ausgangspunkte und methodische Aspekte für eine Kontrolle des Sportsponsoring	69

T e i l II

Die didaktisch-methodischen Konsequenzen für das Thema:

"Die unternehmerische Planung des Kommunikationsinstrumentes Sportsponsoring"

1.	Bedingungsfelder	78
2.	Thematik	80
2.1	Stoffauswahl und Begründung	80
2.2	Stoffumfang und Begründung	83

3.	Realisationshinweise zu einem Lernen in Zusammenhängen	83
3.1	Curriculumkomponente	83
3.2	Handlungskomponente	86
3.3	Anschauungskomponente	86
3.4	Einbindung neuer Technologien	87
4.	Lernziele des Unterrichtsentwurfs	88
5.	Methodik	89
5.1	Methodenkonzeption	89
5.2	Artikulationsschema	92
5.3	Sozial- und Aktionsformen des Unterrichts	92
6.	Medien	94
7.	Unterrichtsverlaufsplan	96
8.	Arbeitsaufträge und Informationsmaterialien der einzelnen Gruppen	99
8.1	Arbeitsauftrag und Informationsmaterial der Gruppe A	99
8.2	Arbeitsauftrag und Informationsmaterial der Gruppe B	101
8.3	Arbeitsauftrag und Informationsmaterial der Gruppe C	104
9.	Erfahrungsbericht über den Unterricht zum Thema: "Die unternehmerische Planung des Kommunikations- instrumentes Sportsponsoring"	109

Schlußbetrachtung	118
Literaturverzeichnis	121