

Fakultät Tourismus-Management

MODULHANDBUCH

Bachelorstudiengang
Tourismusmanagement
(Studienbeginn ab WS 2022/2023)

Stand: 09.02.2024

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
Allgemeine Informationen zum Bachelor	5
Allgemeine Informationen zum Bachelorstudiengang	5
Tourismusmanagement	5
Ziel des Studiengangs	5
Ablauf des Studiums	5
Weiterbildungsmöglichkeiten	5
Allgemeine Informationen zum Modulhandbuch	6
Modulbereiche	8
Modulbereich 1: Grundlagen Tourismusmanagement	8
Ziel des Modulbereichs	9
Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen	9
Modulverantwortlich	9
1.1 Einführung Tourismusmanagement	10
1.2 Tourismus und Nachhaltigkeit	13
1.3 Akteure im Tourismus	15
Modulbereich 2: Grundlagen Management	18
Ziel des Modulbereichs	18
Einführung in die Ökonomie	18
Management Funktion	18
Modulverantwortlich	19
2.1 Einführung in die Ökonomie	20
2.1.1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	20
2.1.1.2 Dienstleistungsmanagement	22
2.1.2 Volkswirtschaftslehre	24
2.1.3 Finanzmathematik & Entscheidungsrechnung	26
2.2 Management Funktion	28
2.2.1 Marketing	28
2.2.2. Rechnungswesen & Liquiditätsmanagement	30
2.2.2.1 Bilanzierung & Liquidität	30
2.2.2.2 Kostenrechnung	31
2.2.3 Wirtschaftsprivatrecht & Steuern	33
2.2.4. Personal	35
2.2.4.1 Personalmanagement	35
2.2.4.2 Arbeitsrecht	37
2.2.5 Angewandte Statistik & Datamining	38
Modulbereich 3: Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen	40
Ziel des Modulbereichs	40
Grundlagen überfachliche Kompetenzen	40
Grundlagen Sprachen	41
Englisch	41
Französisch/Spanisch	41
Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen	41
Modulverantwortlich	41
3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen	42
3.1.1 Interkulturelle Kommunikation	42

3.1.2 Präsentationstechniken.....	45
3.1.3 Methoden der digitalen Transformation	47
3.2 Grundlagen Sprachen.....	49
3.2.1 Englisch I.....	49
3.2.2 Englisch II.....	50
3.2.3 Englisch III.....	51
Zweite Fremdsprache	53
3.2.4 Französisch I / Spanisch I.....	53
3.2.5 Französisch II / Spanisch II.....	54
3.2.6 Französisch III Spanisch III.....	55
4 Modulbereich 4: Praktisches Studiensemester.....	58
Ziel des Modulbereichs.....	58
Modulverantwortlich	58
4.1 Pflichtpraktikum.....	59
4.2 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung	60
Modulbereich 5: Vertiefung Tourismusmanagement.....	62
Ziel des Modulbereichs.....	62
Modulverantwortlich	62
5.1 / 5.2 Schwerpunkte	63
Destinationsmanagement, regionale Tourismuswirtschaft	63
Strategische Entwicklung und Management von Destinationen inkl. Planspiel	63
Destination Marketing	65
Aktuelle Probleme von Destinationen.....	67
Internationales Hospitality Management.....	69
Internationales Hospitality Management	69
Marketing Leadership in der Hotellerie und Gastronomie	71
Hospitality Projekt.....	72
Verkehrsmanagement.....	74
Management von Verkehrsträgern	74
5.1.3 / 5.2.3 Verkehrsträger	74
Strategien & Konzepte ausgewählter Verkehrsträger	76
Reiseveranstaltung und Reisevertrieb	77
Management und Marketing von Reiseveranstaltern.....	77
Management von Reisemittlern	78
Spezielle Reiseveranstaltung	79
5.3 Reiserecht.....	81
Modulbereich 6: Vertiefung Management.....	82
Ziel des Modulbereichs.....	82
Kunden- & Qualitätsmanagement.....	82
Controlling & Risikomanagement.....	82
Informationsmanagement	83
Unternehmensführung.....	83
Modulverantwortlich	83
6.1 Kunden- & Qualitätsmanagement.....	84
6.2 Controlling & Risikomanagement	86
6.3 Informationsmanagement	88
6.4 Unternehmensführung	89
Modulbereich 7: Vertiefung überfachliche Kompetenzen	91
Ziele des Modulbereichs	91

Hybrides Projektmanagement	91
Konflikte und Mediation	91
Modulverantwortlich	91
7.1 Hybrides Projektmanagement	92
7.2 Konflikte & Mediation	94
Modulbereich 8: Fleximodule, Studium Generale und Vertiefung Sprachen	96
Ziel des Modulbereichs	96
Fleximodule	96
Wissenschaftliches Arbeiten & Studium Generale	96
Wissenschaftliches Arbeiten	96
Allgemeinwissenschaftliche Wahlfächer	97
Vertiefung Sprachen	97
Fremdsprache Englisch:	97
Fremdsprache Spanisch / Französisch:	97
8.1 Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar	98
Fleximodule I-IV	99
8.4 Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer	110
8.5 Vertiefung Fremdsprache	111
Modulbereich 9: Bachelorarbeit	120
Ziel des Modulbereichs	120
Modulverantwortlich	120
9.1 Bachelorkolloquium	121
9.2 Bachelorarbeit	122

Einführung

Allgemeine Informationen zum Bachelor

Grundlage der Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen in Deutschland und auch europaweit ist der sog. Bologna-Prozess. 1999 bekannten sich 29 europäische Nationen zu dem Ziel, bis zum Jahr 2010 einen gemeinsamen europäischen Hochschulraum zu schaffen. Die 29 europäischen Bildungsminister manifestierten in der Bologna-Deklaration ihre Absicht, in allen EU-Ländern

- ein System leicht verständlicher und vergleichbarer Abschlüsse und
- ein zweistufiges System von Studienabschlüssen (undergraduate/graduate) zu schaffen,
- ein Leistungspunktesystem (nach dem ECTS-PUNKTE-Modell) einzuführen,
- die Mobilität durch Beseitigung von Mobilitätshemmnissen und
- die europäische Zusammenarbeit im Bereich der Qualitätssicherung sowie
- die europäische Dimension in der Hochschulausbildung zu fördern. ¹

Allgemeine Informationen zum Bachelorstudiengang

Tourismusmanagement

Ziel des Studiengangs

Ziel des Bachelorstudiengangs Tourismusmanagement ist es, Ihnen fundierte betriebswirtschaftliche und touristische Kenntnisse zu vermitteln. Mithilfe der Spezialisierungsmodule ermöglichen wir es Ihnen, Ihre ganz persönlichen fachlichen Neigungen und Interessen zu vertiefen. Dadurch ergeben sich später vielfältige berufliche Einsatzmöglichkeiten in allen Funktionen des mittleren und gehobenen Managements der Reise- und Freizeitbranche, darunter das Messe-, Kongress- und Tagungswesen, das Destinationsmanagement, das Verkehrsträgerwesen, die Hotellerie und Gastronomie etc.

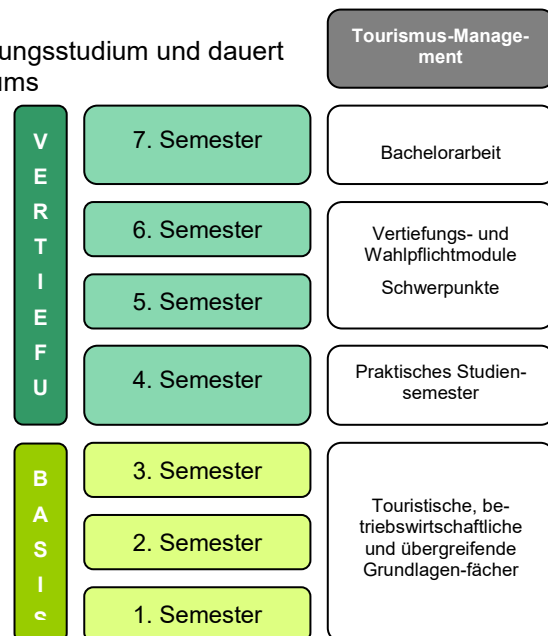
Ablauf des Studiums

Das Studium gliedert sich in ein Basis- und ein Vertiefungsstudium und dauert 7 Semester. Die ersten drei Semester des Basisstudiums dienen der Ausbildung in den betriebswirtschaftlichen und touristischen Grundlagen. Das Vertiefungsstudium (4. bis 7. Semester) vermittelt die für die Berufsausübung wesentlichen Kern- und Vertiefungsfächer. Es gliedert sich in drei theoretische und ein praktisches Studiensemester. Das Praxissemester ist im 4. Semester vorgesehen, kann aber auch wahlweise im 5. Studiensemester abgeleistet werden.

Zum Abschluss des Studiums ist eine Bachelorarbeit anzufertigen. Nach dem erfolgreichen Studium verleiht die Hochschule den akademischen Grad Bachelor of Arts (B.A.).

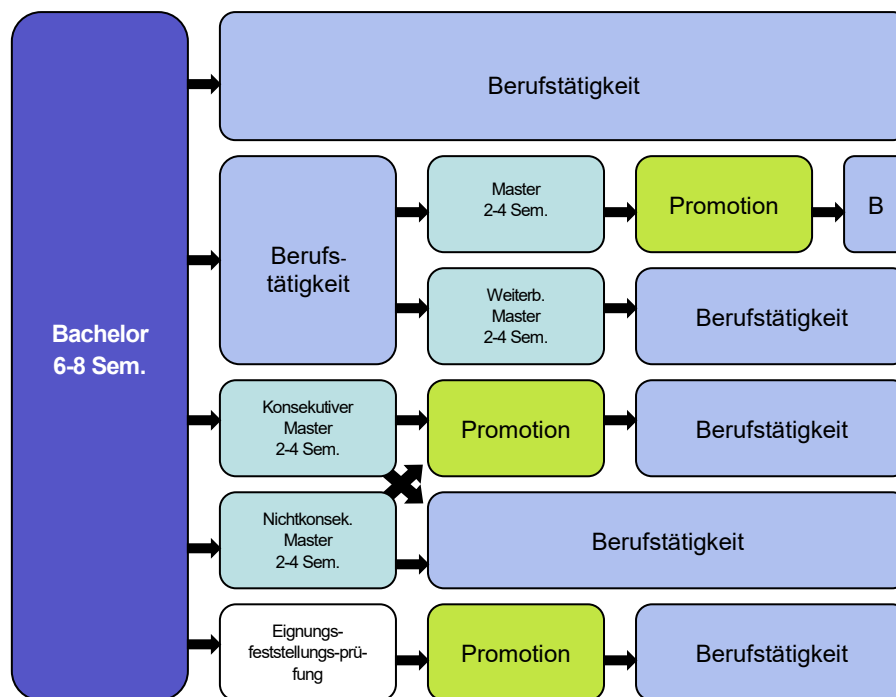
Weiterbildungsmöglichkeiten

Das Bachelor/Master-System eröffnet den Studierenden neue Möglichkeiten für eine Kombination attraktiver Qualifikationen sowie für eine flexiblere Verbindung von Lernen, beruflichen Tätigkeiten und privater Lebensplanung. Mit dem Bachelor ist ein Studienabschluss eingeführt, der bereits nach drei bis vier Jahren zu einem berufsbefähigenden Abschluss führt, sodass früher als bisher ein Berufseinstieg möglich ist. Vor allem aber ist dieses Studiensystem international kompatibel und bildet damit die Grundlage für mehr Mobilität im Studium



¹ Quelle: <http://www.bmbf.de/>

weltweit. Nach erfolgreichem Studienabschluss bieten sich unseren Absolventen zahlreiche Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung. Die verschiedenen Varianten verdeutlicht nachfolgendes Diagramm:



Quelle: <http://www.hrk-bologna.de/bologna/de/home/2046.php>

Allgemeine Informationen zum Modulhandbuch

Das Modulhandbuch dient als Informationsquelle und Nachschlagewerk – egal ob Sie bereits Student an unserer Hochschule sind oder es werden wollen. Es veranschaulicht den Aufbau des Studiums und beinhaltet ausführliche Informationen zu den einzelnen Fächern.

Der Studiengang umfasst insgesamt folgende 9 Modulbereiche:

Modulbereich 1	Grundlagen Tourismusmanagement
Modulbereich 2	Grundlagen Management
Modulbereich 3	Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen
Modulbereich 4	Praktisches Studiensemester
Modulbereich 5	Vertiefung Tourismusmanagement
Modulbereich 6	Vertiefung Management
Modulbereich 7	Vertiefung überfachliche Kompetenzen
Modulbereich 8	Fleximodule, Studium Generale und Vertiefung Sprachen
Modulbereich 9	Bachelorarbeit

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie eine Übersicht über den Modulaufbau und die Moduleinteilung mit Angabe der Semesterwochenstunden (SWS) und ECTS-PUNKTE-Punkte. ECTS-PUNKTE steht für „European Credit Transfer System“ und bezeichnet die Anzahl der Leistungspunkte, die für eine Lehrveranstaltung vergeben werden. Die Punkte dienen der Vergleichbarkeit und Anrechenbarkeit. Die Fächerbeschreibungen geben schließlich detailliert Auskunft zu allgemeinen Angaben der Lehrveranstaltung, zu Kompetenzen, Lehrinhalten, Literaturempfehlungen und Prüfungsmodalitäten.

Die Angabe zu den „SWS“ bezieht auf die aufzuwendende Zeit in den Vorlesungen. „ECTS“ bezeichnen den gesamten Workload in Zeitstunden, der für das Modul aufgewendet werden muss (z.B. auch Vor- und Nachbereitung der SWS, Lektüre, Gruppenarbeit, Prüfungsvorbereitung, etc.).

Die konkrete Prüfungsform in den Modulen wird zu Semesterbeginn auf der Homepage der Fakultät veröffentlicht.

Bitte beachten Sie: Änderungen in den Modulbeschreibungen sind aufgrund einer ständigen Aktualisierung der Lehrinhalte jederzeit möglich.

Modulbereiche

Vertiefungsstudium	Modulbereich 9 Bachelorarbeit Kolloquium und Bachelorarbeit			
	Modulbereich 5 Vertiefung Tourismusmanagement Spezialisierungsmodul I Spezialisierungsmodul II Reiserecht	Modulbereich 6 Vertiefung Management Kunden- und Qualitätsmanagement Controlling & Risikomanagement Informationsmanagement Unternehmensführung	Modulbereich 7 Vertiefung überfachliche Kompetenzen Hybrides Projektmanagement Konflikte & Mediation	Modulbereich 8 Fleximodule, Studium Generale, Vertiefung Sprachen Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar Fleximodule
	Modulbereich 4 Berufspraktikum Praktisches Studiensemester, praxisbegleitende Lehrveranstaltung und Planspiel			
Basisstudium	Modulbereich 1 Grundlagen Tourismusmanagement Einführung Tourismusmanagement Tourismus und Nachhaltigkeit	Modulbereich 2 Grundlagen Management Einführung Ökonomie Management Funktion	Modulbereich 3 Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen Grundlagen überfachliche Kompetenzen Grundlagen Sprachen	

Modulbereich 1: Grundlagen Tourismusmanagement

Vertiefungsstudium	Modulbereich 9 Bachelorarbeit Kolloquium und Bachelorarbeit			
	Modulbereich 5 Vertiefung Tourismusmanagement Spezialisierungsmodul I Spezialisierungsmodul II Reiserecht	Modulbereich 6 Vertiefung Management Kunden- und Qualitätsmanagement Controlling & Risikomanagement Informationsmanagement Unternehmensführung	Modulbereich 7 Vertiefung überfachliche Kompetenzen Hybrides Projektmanagement Konflikte & Mediation	Modulbereich 8 Fleximodule, Studium Generale, Vertiefung Sprachen Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar Fleximodule
	Modulbereich 4 Berufspraktikum Praktisches Studiensemester, praxisbegleitende Lehrveranstaltung und Planspiel			
Basisstudium	Modulbereich 1 Grundlagen Tourismusmanagement Einführung Tourismusmanagement Tourismus und Nachhaltigkeit	Modulbereich 2 Grundlagen Management Einführung Ökonomie Management Funktion	Modulbereich 3 Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen Grundlagen überfachliche Kompetenzen Grundlagen Sprachen	

Ziel des Modulbereichs

Das übergreifende Ziel des Moduls „Einführung Tourismusmanagement“ ist es, ein solides Fundament für das Tourismusstudium zu legen. Das Modul vermittelt Basiswissen über grundlegende Aspekte des Tourismus. Durch den Anschluss an verschiedene Bezugswissenschaften wird der interdisziplinäre Charakter des Tourismus-Studiums deutlich. Darüber hinaus macht es die Studierenden von Anfang an mit wissenschaftlichen Konzepten, mit Definitionen, Theorien und Modellen und deren Funktion und Kontingenz vertraut. Sie sollen lernen, die Wissenschaftlichkeit von Quellen zu beurteilen, einen ersten Einblick in die aktuelle Fachdiskussion und die wichtigsten Publikationen erhalten und die Komplexität des Faches erkennen.

Neben einer Einführung in die Entwicklung des Tourismus und seine gesellschaftlichen Auswirkungen lernen die Studierenden Zielsetzungen und Instrumente der Tourismuspolitik kennen. Ferner schafft das Modul einen Gesamtüberblick über die Akteure der Tourismuswirtschaft sowie über die touristischen Märkte und Marktentwicklungen. Es gewährt außerdem den ersten Einblick in die touristischen Destinationen und deren Management.

Zudem bekommen die Studierende eine Einführung in die Tourismuspsychologie und lernen verschiedene Formen des Tourismusangebots kennen.

Tourismus und Nachhaltigkeit stehen in einem Spannungsfeld zueinander: Einerseits ist der Tourismus von Umweltressourcen (z.B. Klima, Kultur) abhängig; andererseits wirkt er jedoch auch (potenziell negativ) auf diese ein. Übernutzungseffekte sind gerade im Kontext des Massentourismus kritisch. Die Tragfähigkeit von Räumen wird häufig überschritten. Ziel des Moduls „Nachhaltigkeit und Tourismus“ ist es vor diesem Hintergrund, die Studierenden über diese Zusammenhänge zu informieren bzw. sie für die aus ihnen erwachsenden Herausforderungen zu sensibilisieren. Die Studierenden sollen mit Konzepten und Methoden vertraut gemacht werden, die eine Vereinbarkeit von Tourismus und Nachhaltigkeit bezwecken. Dabei wird auch auf rahmengebende Konstrukte, z.B. Gesetze und Vorschriften, sowie aktuelle Diskussionen kritisch eingegangen.

Grundziel des Moduls Akteure im Tourismus ist es, die Studierenden nach der Einführung in das touristische Makroumfeld (Einführung Tourismusmanagement sowie Tourismus und Nachhaltigkeit) mit speziellen touristischen Arbeitsbereichen vertraut zu machen und deren Besonderheiten und spezifischen Aufgaben nahe zu bringen. Hier geht es zum einen darum, den Studierenden mit den vier Kernarbeitsfeldern des Tourismus ein breites Wissen zu vermitteln und zum anderen dem einzelnen Studenten die Möglichkeit zu bieten, spezifische Präferenzen zu entwickeln, die nicht nur für die Schwerpunktwahl im Studium, sondern auch für die erste Berufsorientierung von Bedeutung sein kann.

Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen

Basis für alle tourismusbezogenen Module

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Seppälä-Esser, Prof. Dr. Julia Beelitz, Prof. Dr. Marco Gardini, Prof. Dr. Axel Schulz, Prof. Dr. Nico Stengel

1.1 Einführung Tourismusmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser
Modul-Nr., Modultitel	1.1, Einführung Tourismusmanagement
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Diese Lehrveranstaltung hat einen einführenden Charakter. In thematisch perspektivierten Kapiteln lernen die Studierenden erste Grundlagen des Tourismus als eines komplexen Systems kennen. Dazu gehören vor allem mögliche Definitionen und Abgrenzungen zu anderen Phänomenen sowie die wichtigsten historischen, sozialen und psychologischen Grundlagen des Tourismus. Die Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Gesellschaft, die Wirkungen auf Kultur und Wirtschaft sowie gegenläufige Wirkungen der Politik auf den Tourismus stellen ein weiteres Themenfeld dar.</p> <p>Thematisch enger gefasst ist die Befassung mit den wichtigsten Akteuren im Tourismus, mit Destinationen und überhaupt der Entwicklung und Gestaltung des touristischen Angebotes. Grundlagen zur Entwicklung von Angebot und Nachfrage im Tourismus werden ergänzt um Fragen des internationalen Tourismus und globale Aspekte des Tourismus.</p> <p>Tourismuskritik und aktuelle Trends im Tourismus runden die Lehrveranstaltung ab.</p> <p>PHÄNOMEN TOURISMUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erste wissenschaftliche Befassung mit Definitionen und ihrer Funktion; • Einführung in sozialwissenschaftliche Kategorien und ihre Kontingenz; • Konkretisierung dieser Inhalte am Thema Tourismus und Auseinandersetzung mit dem Phänomen Tourismus und einer kontrollierten Komplexitätsreduktion; • Verständnis für unterschiedliche Definitionen und deren Herkunft und Gerichtetheit; Kriterien für die Abgrenzung des Phänomen Tourismus <p>ENTWICKLUNG DES TOURISMUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Knappe Einführung in die historische Entwicklung des Tourismus seit der Antike mit Fokus auf Europa; • Wichtige Entwicklungsschritte chronologisch: Antike, Pilgerreise, Walz, Grand Tour, Bädertourismus, Eisenbahn, Kreuzfahrt, Massentourismus, III Reich, Flugzeugtourismus, Ressorts, Buchungs-portale, Overtourism, usw.); • Für die letzten 100 Jahre werden auch ausgesuchte Sparten wie Dark Tourism oder Bergtourismus näher beleuchtet;

	<p>AUSWIRKUNGEN DES TOURISMUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betrachtung des Tourismus aus der Sicht der betroffenen Stakeholder in Gesellschaft und Kultur; • Tourismus als Modernisierungs-Treiber oder als Motor für die künstliche Erhaltung von Obsoletem (Kleidung, Architektur, Lebensverhältnisse); • Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Folgen des Tourismus – einerseits durch Wertschöpfung (touristische Anbieter, Kunden, Lieferketten, usw.) und andererseits durch Zerstörung von Strukturen (z.B. AirBnB, Uber, „Sharing Economy“, usw.) <p>TOURISMUSPOLITIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der rechtlich-politische Rahmen des Tourismus; die Rolle der europäischen und der Bundespolitik; • Regionale und lokale politische Interessen • An wen richtet sich die Tourismuspolitik? • Wer betreibt Tourismuspolitik? • Langfristige Ziele der Tourismuspolitik: Beschäftigung, Nachhaltigkeit, Umweltschutz, usw. <p>TOURISMUSKRITIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von Overtourism über Zerstörung bis zur Ausbeutung • Besondere Ausbeutungsformen (Sextourismus, usw.) • Moralisch umstrittene Aspekte (Suizidtourismus, „Pimp-your-CV-Tourismus“, usw.); Arbeitsrecht in Destinationen • Konzepte der Tragfähigkeit (touristic carrying capacity); • Umweltschäden durch Kreuzfahrt (Schweröl, Müll, usw.) • Die Rolle des Marketings • Argumente der Tourismuskritik (Flugscham, Ausbeutung, strukturelle Asymmetrie, Voyeurismus, Spätkolonialismus) • Aus der Sicht der Destination: Das Verhalten kulturell anders geprägter Gäste (arabische Gäste in Sellamsi, usw.); • Aus der Sicht der Touristen: andere Touristen. <p>TOURISTISCHES ANGEBOT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzungen für das touristische Angebot • Einflussfaktoren auf das touristische Angebot • Angebotsfaktoren • Herausforderungen an das Destinationsmanagement <p>TOURISMUSPRODUKT UND DIE TOURISMUSBRANCHE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elemente des Tourismusprodukts • Akteure der Tourismusbranche <p>TOURISMUSNACHFRAGE UND INTERNATIONALER TOURISMUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte, Einflussfaktoren und Erfassung der Nachfrage • Globale Reisenachfrage und Reiseströme • Touristische Ziel- und Quellmärkte <p>TOURISMUSPSYCHOLOGIE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reisemotive • Reiseentscheidung^{[1][2]} • Reiseverhalten • Das touristische Erlebnis
<p>Lernziele / Lernergebnisse</p>	<p>Fachspezifische Kompetenzen</p> <p>Das übergreifende Ziel dieses Moduls ist es, ein solides Fundament für das Tourismusstudium zu legen. Das Modul vermittelt dazu Basiswissen über grundlegende Aspekte des Tourismus. Die Studierenden sollen am Ende dieser Lehrveranstaltung das weitere politische, soziale und ökonomische Umfeld des Tourismus sowie die wichtigsten Stakeholder und grundlegende Wechselwirkungen zwischen Tourismus und der Gesellschaft kennen. Sie sollen wichtige touristische Phänomene einordnen und ggf. historisch herleiten können. Außerdem sollen sie grundlegende Einsichten in Motivation und</p>

	<p>Interessen der Touristen, politische Rahmenbedingungen und Kritik am Tourismus gewonnen haben. Die Fähigkeit, das Phänomen Tourismus gegen andere wirtschaftliche und gesellschaftliche Phänomene abgrenzen zu können und Akteure, Rahmenbedingungen und das Verhalten der Touristen grundsätzlich beurteilen und einordnen zu können, soll ihnen eine bessere Orientierung im weiteren Studienverlauf geben.</p> <p>Durch den Anschluss an verschiedene Bezugswissenschaften wird der interdisziplinäre Charakter des Tourismusstudiums deutlich. Durch Einsatz von variierenden Lehrmethoden werden kommunikative und systemische Kompetenzen der Studierenden gefördert.</p> <p>Fachübergreifende Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methodenkompetenz: Studierende entwickeln ihre Fähigkeiten zur Analyse von Problemzusammenhängen weiter. Sie reflektieren spezifische Herausforderungen der Tourismusbranche und üben den Wissenstransfer durch und in übergreifenden Einheiten. Durch spezifische Aufgabenstellungen erlangen Sie Informations- und Recherchekompetenz. • Sozialkompetenz: Studierende üben ihre Fähigkeit zur Expression eigener Erfahrungen und Wahrnehmungen sowie zur Arbeit in kleinen und großen Arbeitsgruppen. <p>Selbstkompetenz: In der Reflektion verschiedener Facetten des Tourismusmanagements und der Verortung der eigenen Person im System Tourismus erfassen Studierende in Vorbereitung auf spätere Berufstätigkeit die Komplexität diesbezüglicher Aufgaben.</p>
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Gastvorträge
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten.</p> <p>Basis für alle weiteren LV im Studium Tourismusmanagement.</p>
Literatur	<p>Unterstützende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boniface, Brian et al. (2016): „Worldwide Destinations“ • Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D. & Wanhill S. (2017): Tourism – Principles and Practice • Freyer, W (aktuelle Auflage): Tourismus–Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (als eBook online zugänglich) • Herrmann, Hans-Peter (2018) Fernweh und Reiselust. Berlin: Springer • Heuwinkel, Kerstin (2020) Tourismussoziologie. München: UVK • Mundt, J.W (2013): Tourismus • Schmude, Jürgen & Philipp Namberger (2015) Tourismusgeographie. Köln: WBG • Schulz, Axel et al. (2020) Grundlagen des Tourismus. München: Hugendubel <p>Seminarbegleitende Skripte</p>
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	keine

1.2 Tourismus und Nachhaltigkeit

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer Prof. Dr. Julia E. Beelitz
Modul-Nr., Modultitel	1.2, Tourismus und Nachhaltigkeit
Semester	2
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Das Modul soll den Studierenden die Grundlagen des Zusammenhangs von Nachhaltigkeit und Tourismus vermitteln. Nachdem die Studierenden die Veranstaltung besucht haben, können sie...</p> <ul style="list-style-type: none"> ...das Entwicklungsziel Nachhaltigkeit, seine historische Genese sowie seine aktuellen Rahmenbedingungen beschreiben. ...die Bedeutung des Tourismus in der globalen Nachhaltigkeit einordnen und relativieren. ...die spezifischen Nachhaltigkeitseffekte des Tourismus wiedergeben und kategorisieren, um Ansätze für Anpassungen zu identifizieren. ...Nachhaltigkeitsstrategien von Individuen, Unternehmen und Organisationen beurteilen, deren weltanschauliche Grundlagen diskutieren und eine eigene Position zu Fragen der Verantwortung für Nachhaltigkeit darlegen. ...Methoden und Praktiken zur Anregung zu Nachhaltigkeit kennen und einordnen (nudging, refuse, reuse, reduce, recycle). ...Konflikte um ein Bestreben nach Nachhaltigkeit kennen, beurteilen und einordnen. ...Hindernisse nachhaltiger Entwicklung erklären und prinzipielle Konzepte ihrer Überwindung zitieren. ...eigene Maßnahmen des Tourismus für Nachhaltigkeit entwickeln.
Lernziele / Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> Schlüsselbegriffe und Terminologie der Nachhaltigkeit Meilensteine der Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzepts: Wichtigste Veröffentlichungen und Veranstaltungen Überblick relevanter Modelle (pillars / intersecting circles / nested circles; Tragfähigkeitskonzept) Rahmen für nachhaltige Entwicklung im Tourismus: politische Rahmenbedingungen in Bayern/Deutschland/Europa/Welt; öffentliche Diskussion; Gesetze und Vorschriften Wirkungsraum (pos./neg.) des Tourismus Messinstrumente der Nachhaltigkeit (z.B. Fußabdruck, HPI) Nachhaltigkeitszertifikate, Betrug mit Zertifikaten und die Zertifizierungsindustrie ex. Korridore nachhaltiger Entwicklung im Tourismus (z.B. Integration externer Kosten, Selbstverpflichtungen, technische Entwicklung, Anbieterschulungen, Konsumenteninformation)

	<ul style="list-style-type: none"> • best/good practices aus der Tourismusbranche
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Gastvorträge
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Carlowitz, Hans Carl von (1713) Sylvicultura Oeconomica • Hartmann, Evi (2016) Wie viele Sklaven halten Sie? Über Globalisierung und Moral. Frankfurt a.M.: Campus • Hartmann, Kathrin (2015) Aus kontrolliertem Raubbau. Wie Politik und Wirtschaft das Klima anheizen. München: Blessing • Jonas, Hans (1979) Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation. Frankfurt: Suhrkamp • Kirstges, T. (2020): Tourismus in der Kritik: Klimaschädigender Overtourismus statt sauberer Industrie? UTB • Klein, Naomi (2015) Die Entscheidung. Kapitalismus versus Klima. Frankfurt a.M.: Fischer • Klingholz, Reiner (2014) Sklaven des Wachstums. Die Geschichte einer Befreiung. Frankfurt a.M.: Campus • Lessenich, Stephan (2016) Neben uns die Sintflut. Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis. München: Hanser • Pufé, I. (2017): Nachhaltigkeit. UTB • Rein, H. & Strasdas, W. (2017): Nachhaltiger Tourismus: Einführung. UTB • Schellnhuber, H.J. (2015) Selbstverbrennung. München: Bertelsmann • Wiegandt, Klaus (2016) Mut zur Nachhaltigkeit: 12 Wege in die Zukunft. Frankfurt am Main: Fischer • Wulf, Andrea (2016) Alexander von Humboldt und die Erfindung der Natur. Bielefeldt: Bertelsmann
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation mit Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert
Zugelassene Hilfsmittel	keine

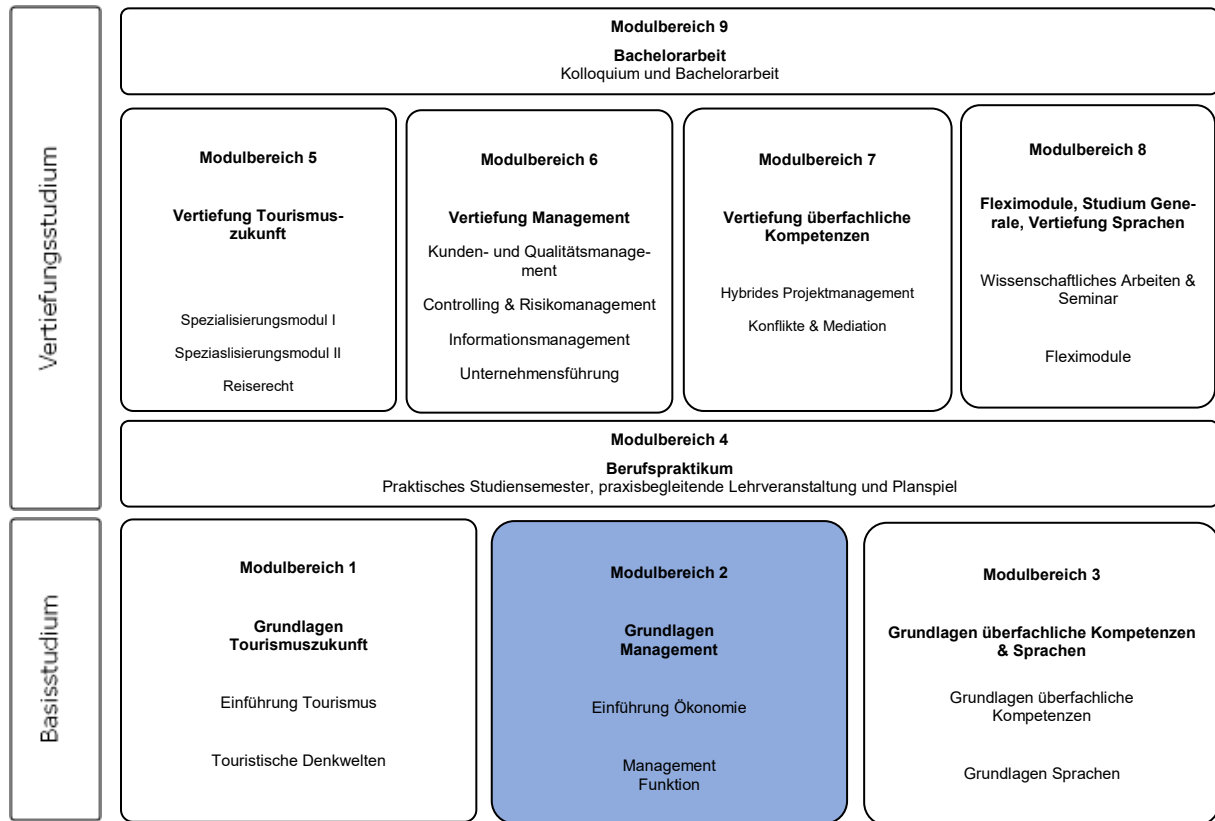
1.3 Akteure im Tourismus

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Alfred Bauer, Prof. Dr. Marco Gardini, Prof. Dr. Axel Schulz, Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	1.3 Akteure im Tourismus
Semester	3
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Hybrid-Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	11 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	8
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	90 Zeitstunden
Selbststudium	240 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden einen grundlegenden Überblick über die wichtigsten Leistungsträger und deren Aufgaben zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:</p> <p><u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung verschafft einen Überblick über die Aufgaben moderner und zukunftsfähiger ausgerichteteten Destinations-Management-Organisationen (DMO), bei denen es um die Frage geht, wie sich Destinationen aktuell und zukünftig ausrichten können, um die Attraktivität bei Reisenden zu erhalten oder zu verbessern – ohne die Tourismusakzeptanz bei den Einheimischen einzubüßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destinationsmanagement, Aufgaben und Herausforderungen • Wirtschaftsfaktor „Wertschätzung durch Wertschöpfung“ • Strategische Entwicklung von Destinationen als Lebens- und Urlaubsraum • Herausforderung Overcrowding und Overtourism • Von der Tourismus- zur Standortmarke • Erlebnisraumdesign, Inszenierung & Storytelling • Digitalisierung, Mobilität und Besucherlenkung • Nachhaltigkeit / Klimawandel und Anpassungsstrategien <p><u>Teil Hotelmanagement</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über die Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig sowie sie die grundlegenden Leistungs- und Organisationsbereiche von Hotelbetrieben thematisiert. Darüber hinaus wird das Verhältnis von Hotelimmobilie und Hotelmanagement dargestellt.</p> <p><u>Management von Verkehrsträgern</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über die verschiedenen Verkehrsträger sowie deren voneinander abzugrenzenden Funktionen und Angebotsmerkmale.</p> <p><u>Teil Reiseveranstaltung und Reisevertrieb</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über den Markt der Reiseveranstalter sowie der Reisemittler und deren voneinander abzugrenzende Funktionen und Angebote. Mit Bezug zu Reiseveranstaltern werden Geschäftsmodelle,

	<p>Wertschöpfung und zentrale Geschäftsprozesse vermittelt. Für Reisevermittler werden die Grundlagen des Reisevertriebs, Erscheinungsformen und Erlösmodelle vermittelt. Ergänzend werden branchenspezifische Besonderheiten, rechtliche Rahmenbedingungen und Branchenverbände sowie grundlegende technologische Anforderungen von Reiseveranstaltern und Reisemittlern vorgestellt. Die wichtigsten Reiseveranstalter des deutschsprachigen Reisemarktes sowie relevante globale Reisemittler werden in Fallstudien dargestellt.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p><u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u></p> <p>Die Studierenden begreifen Destinationsmanagement als ein neues Verständnis von Qualität im Sinne des Ausbalancierens von Interessen im Spannungsfeld von Reisenden (Destinationsraum) und Bereisten (Lebensraum). Dies bedeutet alle Bedürfnisse und Ansprüche von Nutzergruppen des Destinationsraumes zu berücksichtigen und funktionsräumlich gemeinsam zu entwickeln.</p> <p>Die Vorlesung befähigt die Studierenden grundlegende Managementaufgaben von Tourismusdestinationen sowie die aktuellen Entwicklungen im Destinationsmanagement zu verstehen und damit umzugehen. Dabei wird das Urteilsvermögen für unterschiedliche Lösungen bei verschiedenen Rahmenbedingungen geschult.</p> <p><u>Teil Hotelmanagement</u></p> <p>Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden einen ersten Überblick über die Besonderheiten der Hotellerie und des Managements von Hotelunternehmen zu vermitteln. Im Anschluss an die Veranstaltung sollen die Studenten in der Lage sein...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Besonderheiten des Managements von Hotelunternehmen zu verstehen. ▪ die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten der Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig zu verstehen. ▪ die Trennung des Hotelgeschäfts in eine Investoren- und eine Betreiberstufe kennenzulernen und die grundlegenden Implikationen dieser Trennung zu verstehen. <p>Die Veranstaltung befähigt die Studierenden die grundlegenden Besonderheiten und Strukturen der Hotellerie einordnen zu können und die Kernprobleme und Anforderungen des Geschäftsbetriebs eines Hotelunternehmens zu verstehen und damit umzugehen.</p> <p><u>Management von Verkehrsträgern</u></p> <p>Diese Vorlesung vermittelt die methodischen Grundlagen der einzel- und gesamtwirtschaftlichen Aspekte für die unterschiedlichen Verkehrsbetriebe im Tourismus. Dabei wird vor allem eine Übersicht über die Verkehrsträger sowie eine Einführung in die verschiedenen Teilgebiete gegeben. Des Weiteren werden die Besonderheiten einer spezifischen tourismuswirtschaftlichen Betrachtung herausgearbeitet. Des Weiteren werden Kenntnisse der Bedeutung der Verkehrsträger im Tourismus vermittelt, wobei ein Überblick des Managements, der Ausrichtung und der wesentlichen Instrumente der Verkehrsträger im Tourismus gegeben werden</p> <p><u>Teil Reiseveranstaltung und Reisevertrieb:</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung will einen generellen Marktüberblick und methodische Grundlagen zum Management von Reiseveranstaltern und Reisemittlern vermitteln. Dabei wird großer Wert auf ein Verständnis für die Besonderheiten und die Komplexität der Prozesse eines Reiseveranstalters gelegt. Die Lehrveranstaltung befähigt Studierende grundlegende Entscheidungen zur Programmgestaltung, Kalkulation und der Wahl der Vertriebswege von Reiseveranstaltern zu treffen. Für Reisemittler sind die Studierenden mit den Grundlagen des Vertriebs, den Prozessen im Reisevertrieb und den Unterschieden zwischen den wichtigsten Reisemittlern vertraut. Ebenso kennen sie Instrumente und Ziele von Verkaufsförderung und Vertriebssteuerung durch Handelsherren.</p>
Lehrmethoden	<p><u>Allgemein:</u> Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar</p>
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	<p><u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Bieger, T., Beritelli, P.:</i> Management von Destinationen, 2013 ▪ <i>Pechlaner, H.:</i> Destination und Lebensraum: Perspektiven touristischer Entwicklung, 2019. ▪ <i>Bauer, A., Gardini, M., Skock, A.:</i> Overtourism aus Sicht der einheimischen Bevölkerung: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse einer Fallstudie aus dem Allgäu ▪ <i>Bayerisches Zentrum für Tourismus:</i> Homepage ▪ <i>Homepages</i> verschiedener Tourismusorganisationen <p><u>Teil Hotelmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gardini, M.A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements, 2. Aufl., München 2014 • Henschel, U.K et al.: Hotelmanagement, 4. Aufl., München 2013 • Hänssler, K.H. et al.: Management in Hotellerie und Gastronomie, 9. Aufl. 2016 <p><u>Management von Verkehrsträgern:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Schulz A.: Grundlagen Verkehr im Tourismus, 2. Aufl., München 2014 • Schulz A.: Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 • Schulz A.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 • Schulz A.: Flughafen Management, München 2010 • Sterzenbach, R., Conrady, R.: Luftverkehr, München 2009 • Schulz A., Brennemann G.: Fluggesellschaften im Umbruch, in: Seitz E., Fallstudien zum Tourismus-Marketing, München 2001, S. 87 – 101 • Pompl W.: Luftverkehr, Heilbronn 2007 <p><u>Teil Reiseveranstaltung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dörnberg, A.v., Freyer, W., Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, München 2018 • Freyer, W., Pompl, W.: Reisebüro-Management, 2. Aufl. München/Wien 2008 • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyterOldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 <p>Mundt, J.: Reiseveranstaltung, 7. Aufl., München 2011.</p>
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.

Modulbereich 2: Grundlagen Management



Ziel des Modulbereichs

Einführung in die Ökonomie

Dienstleistungsorientierte Betriebswirtschaftslehre

Das Ziel des Moduls Dienstleistungsorientierte Betriebswirtschaftslehre ist es, ein solides ökonomisches Fundament für das Tourismusstudium zu legen. Das Modul vermittelt betriebswirtschaftliche Basiskennnisse über grundlegende Bereiche der Betriebswirtschaftslehre. Neben einer Einführung in alle unternehmerischen Funktionen aus managementorientierter Sicht werden auch Kenntnisse der betrieblichen Leistungserstellung und -verwertung sowie der sich daraus ergebenden Leistungs- und Finanzströme vermittelt.

Darüber hinaus trägt das Modul der Tertiärisierung der Wirtschaft Rechnung und vermittelt die Besonderheiten des Managements von Dienstleistungsunternehmen (Service Management) und deren aktuellen, dienstleistungsorientierten Herausforderungen.

Management Funktion

Marketing

Das Modul vermittelt Kenntnisse über die grundlegenden Konzepte und Instrumente, die für das Management von Marketing relevant sind. Die systemischen und kommunikativen Fähigkeiten der Studierenden werden mit Einsatz von variierenden Lehrmethoden (Vorlesung, SU, Fallstudien, Übungen, Präsentationen) gefördert. Zudem werden die Studierenden mit grundlegenden Konzepten und Geschäftsmodellen des digitalen Marketings vertraut gemacht, um digitale Kampagnen, Instrumente und Wirkungen einordnen zu können.

Rechnungswesen und Liquiditätsmanagement

Die Mehrzahl der Unternehmen sind gesetzlich zu einem externen Rechnungswesen (Buchführung/Bilanzierung) verpflichtet. In diesem Modul wird u. a. in der Gewinn- und Verlustrechnung der Erfolg eines Unternehmens ermittelt. Das Überleben eines Unternehmens ist jedoch nicht nur vom Unternehmenserfolg abhängig, vielmehr muss parallel ein professionelles Liquiditätsmanagement dafür Sorge

tragen, dass stets allen Zahlungsverpflichtungen nachgekommen werden kann. Zudem muss zur internen Steuerung des Unternehmens eine Kosten- und Leistungsrechnung durchgeführt werden, mittels derer das Management in seinen Entscheidungen passgenau unterstützt wird.

Die Studierenden beherrschen nach Abschluss des Moduls das notwendige Instrumentarium des betrieblichen Rechnungswesens und Liquiditätsmanagements, um die finanziellen Verflechtungen des Unternehmens zur Umwelt sowie innerhalb des Unternehmens abzubilden und entscheidungsunterstützend tätig zu werden.

Personal

Das Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die Aufgaben und Rollen von Personalbereich und Führungskräften kennenlernen, die sich auf Führung, Kooperation und Leistung in Betrieben richten. Dadurch sollen sie in die Lage versetzt werden, einfache und grundlegende Funktionen im Personalbereich verstehen und selbst ausführen zu können.

Arbeitsrecht

Nach Abschluss der Lehrveranstaltung Arbeitsrecht kennen die Studierenden die wichtigsten rechtlichen Fragestellungen des Arbeitsverhältnisses bei Reiseunternehmen und der betrieblichen Mitbestimmung.

Wirtschaftsprivatrecht und Steuern

Die Zielsetzung des Moduls Wirtschaftsprivatrecht und Steuern im Basisstudium besteht in der Vermittlung der privatrechtlichen und steuerrechtlichen Grundlagen unternehmerischer Betätigung im Tourismus einschließlich der rechtlichen Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns von Reiseunternehmen.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über die deutsche Rechtsordnung, die relevanten Rechtsgebiete im Tourismus und sind in der Lage, sich im deutschen Rechtssystem und seiner Einbindung in das Gemeinschaftsrecht der Europäischen Union zurechtzufinden.

Sie kennen die Methodik der juristischen Argumentation und das Instrumentarium für die analytische Durchdringung betrieblicher Sachverhalte in Reiseunternehmen. Sie können künftige innerbetriebliche und externe Rechtskonflikte bei Reiseveranstalter, Reisevermittlern und Verkehrsträgern erkennen und haben das erforderliche Problembewusstsein zu beurteilen, wann es erforderlich ist, den Rat des Juristen und Steuerberaters einzuholen und sind fähig, mit diesen inhaltlich zu kommunizieren.

Im Steuerrecht wird die Fähigkeit vermittelt, die wesentlichen Probleme der Besteuerung von Reiseunternehmen zu erkennen anzuwenden und die von der Praxis geforderten sachgerechten Entscheidungen – unter Berücksichtigung von Steuern – zu treffen.

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Sommer

Prof. Brysch

Prof. Dr. Mayer

Prof. Dr. Brenner

Prof. Dr. Jüster

Prof. Dr. Jeske

2.1 Einführung in die Ökonomie

2.1.1. Dienstleistungsorientierte Betriebswirtschaftslehre

2.1.1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Guido Sommer
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Wissenschaftstheoretische Einordnung der BWL</p> <p>Unternehmen und Umwelt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Typologie des Unternehmens • Unternehmensziele <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenorientierung und Marktforschung • Marketing-Mix • Einkaufsentscheidungen • Beschaffungs- und Lagerplanung <p>Produktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsprozesse und – planung • Produktions- und Kostentheorie <p>Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des internen Rechnungswesens • Grundlagen des externen Rechnungswesens <p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzplanung und – kontrolle • Innen- und Außenfinanzierung <p>Investition und Unternehmensbewertung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitionsrechnung • Unternehmensbewertung <p>Personal und Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktions- und verhaltensorientiertes Personalmanagement • Organisationsaufgaben und -formen <p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Managementfunktionen und -instrumente • Unternehmenskultur, Ethik und Verantwortung
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung befähigt sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen

	<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung von Marktforschung und Kundenorientierung für den betriebswirtschaftlichen Erfolg zu erfassen • über eine systematische Marketingplanung geeignete Maßnahmen für einen abgestimmten Marketing-Mix zu entwickeln • die Herausforderungen der Materialwirtschaft zu kennen und grundlegende Zusammenhänge der Produktionswirtschaft zu verstehen • die wichtigsten in der Praxis verbreiteten Kostenrechnungssysteme, Finanzierungsformen sowie Investitionsrechenverfahren zu verstehen und anwenden zu können • wesentliche Zusammenhänge von Personalwirtschaft und Organisation zu kennen • Rahmenbedingungen von Managemententscheidungen erklären zu können • das in diesem Fach erlernte methodische Grundlagenwissen fachübergreifend anwenden zu können
Lehrmethoden	Vorlesung unter Einbeziehung von Übungen und kleineren Gruppendiskussionen. Spiegelung der theoretischen Inhalte anhand von praktischen Fallbeispielen. Arbeitsaufträge bspw. in der Berechnung von Übungsaufgaben.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Dienstleistungsmanagement, Tourismusmanagement II
Literatur	<p>Pflichtliteratur:</p> <p>Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin; Gilbert, Dirk Ulrich; Hachmeister, Dirk; Jarchow, Svenja; Kaiser, Gernot: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 09. Aufl., 2020</p> <p>Sekundärliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Aufl., 2020 • Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten (Anteil ABWL: 60 Minuten; Anteil Dienstleistungsmanagement: 30 Min)
Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner (nicht programmierbar)

2.1.1.2 Dienstleistungsmanagement

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Armin Brysch
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.1.2 Dienstleistungsmanagement
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	3 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch, englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	<p>Ziele der Vorlesung sind die Bedeutung der Dienstleistungen und des Dienstleistungsprozesses sowie das System des integrierten Dienstleistungsmanagements zu verstehen. Zudem werden Strategien für Marketing und Management von verschiedenen Dienstleistungsorganisationen vorgestellt und diskutiert, warum Dienstleistungsunternehmen ihr Marketing, operatives Geschäft und Personalfunktionen integrieren müssen. Weiter wird die bedeutende Rolle von Personen (u.a. Kunden und Mitarbeiter) und Technologie (u.a. digitale Transformation von Serviceprozessen und Customer Journey) für die Produktion und den Erfolg der Dienstleistungen behandelt.</p> <p>Aufbau der Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Dienstleistungsmanagements und –marketings • Streben nach Service Excellence • Strategisches Dienstleistungsmanagement • 4 klassische Ps im Dienstleistungsmarketing • 3 zusätzliche Ps im Dienstleistungsmarketing • Management der Kundenschnittstellen • Digitale Services für Konsumenten
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Am Ende dieser Lehrveranstaltung sollen die Studierenden in Sinne eines kompetenzorientierten Ansatzes in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachübergreifend die Bedeutung der Dienstleistungsbranche zu erkennen und analysieren zu können, • methodisch die zentralen Instrumente (7Ps) im Dienstleistungsmanagement und –marketing kontextspezifisch auszuwählen und in ihren Grundzügen anzuwenden, • fachbezogen für die Tourismus- und Freizeitbranche zentrale Potentiale, Prozesse und Ergebnisse im Dienstleistungsmanagement und –marketing zu verstehen sowie zu transferieren.
Lehrmethoden	Vorlesungen, Fallbeispiele, Gastvortrag

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. BWL, Personalmanagement, Tourismusmanagement II
Literatur	<p>Deutsche Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haller, S., /Missing, C. (2022): Dienstleistungsmanagement, 9 Aufl., Wiesbaden • Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich: K. (2018): Dienstleistungsmarketing, 9. Aufl., Wiesbaden <p>Englische Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific. • Bordoloi, S., Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2019). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 9e. • Matzner, M., Büttgen, M., Demirkan, H., Spohrer, J., Alter, S., Fritzsche, A., Ng, I., Jonas, J., Martinez, V., Möslein, K., Neely, A. (2018): Digital transformation in service management, in: Journal of Service Management Research, Volume 2, 02/2018, S. 3–21 <p>Daneben aktuelle Beiträge zum Dienstleistungsmanagement in Journals und Fachzeitschriften sowie Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes</p>
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.

2.1.2 Volkswirtschaftslehre	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Julia E. Beelitz
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.2 Volkswirtschaftslehre
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Grundbegriffe; volkswirtschaftliche Größen) • Tourismus als Wirtschaftsfaktor (Systemcharakter; Verknüpfungen mit der restlichen Volkswirtschaft; Messung) • Mikroökonomie des Tourismus (Tourismusmarkt und -güter; Angebot und Nachfrage im Tourismus) • Makroökonomie des Tourismus (Einkommen und Sozialprodukt; Arbeitsmarkt und Beschäftigung; Geld und Währung; Inflation) • Politische und ethische Fragestellungen
Lernziele / Lernergebnisse	Den Studierenden wird ein gesamtwirtschaftlicher Kontext vermittelt, der für Nachfrage und Angebot im Tourismus-Bereich relevant ist. Insbesondere soll die Wechselwirkung zwischen Wirtschaftspolitik und Unternehmensentscheidungen verdeutlicht werden.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul gibt einen Ausblick auf die durch gesamtwirtschaftliche Umstände verursachten betriebswirtschaftlichen Herausforderungen, die mithilfe der Lehrinhalte der anderen Studienfächer bewältigt werden müssen.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, Olivier/Illing, Gerhard (2021): Makroökonomie, 8., aktualisierte Auflage, Pearson: München • Freyer, Walter (2015): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11., überarbeitete und ergänzte Auflage, Walter de Gruyter: München • Franz, Wolfgang (2013): Arbeitsmarktökonomik. Springer: Wiesbaden • Mankiw, Gregory (2017): Makroökonomik, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel: Stuttgart • Mankiw, Gregory (2021): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel: Stuttgart • Samuelson, Paul A./Nordhaus, William D. (1998): Volkswirtschaftslehre, 15. Auflage, Carl Ueberreuter: Wien, Frankfurt

	<ul style="list-style-type: none">• Stortebeck, Falk (2020): Einführung in die Mikroökonomik. Band I: Theoretische Grundlagen, Springer Gabler: Wiesbaden
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

2.1.3 Finanzmathematik & Entscheidungsrechnung	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Benedikt Booker
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.3 Finanzmathematik & Entscheidungsrechnung
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundlagen • Zinsrechnungen • Rentenrechnung: jährliche und unterjährliche Renten, dynamische Renten, ewige Renten • Tilgungsrechnung • Investitionsrechnung <ul style="list-style-type: none"> • Kursrechnung • Grundlagen der Entscheidungsrechnung • Entscheidung unter Sicherheit • Entscheidung unter Risiko • Entscheidung unter Ungewissheit
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Zahlungsströme im Unternehmen zu analysieren und insbesondere Investitions- und Finanzierungsentscheidungen zu evaluieren.</p> <p>Darüber hinaus können sie auch in allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen Entscheidungen treffen sowie Bewertungsreihenfolgen („Rankings“) erstellen.</p>
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Fallbeispielen
Empfohlene Voraussetzungen	Mathematikkenntnisse der Sekundarstufe I und II
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Angewandte Statistik und Datamining, Finanzierung</p>

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Bamberg et. al: (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 16. Auflage• Jeske (2022): Kochbuch der Quantitativen Methoden, Band 2: Finanzmathematik, 3. Auflage
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbücher, Skripten, Eigene Notizen, Taschenrechner (nicht kommunikationsfähig)

2.2 Management Funktion

2.2.1 Marketing	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Armin Brysch, Prof. Dr. Guido Sommer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.1 Marketing
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Marketing wird als eine wichtige Komponente der Unternehmensphilosophie und als systematischer Denkprozess vorgestellt. Das Modul vermittelt im Rahmen der Fachkompetenz grundlegende Konzepte und Instrumente, die für das Marketing-Management touristischer Betriebe relevant sind. Zudem werden die Studierenden mit grundlegenden Konzepten und Geschäftsmodellen des digitalen Marketings vertraut gemacht, um digitale Kampagnen, Instrumente und Wirkungen einordnen zu können.</p> <p>Folgende Themen werden im Einzelnen behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundverständnis des Marketings 2. Konsumentenverhalten 3. Marktsegmentierung, -ansprache und -positionierung 4. Marketingstrategie und -planung 5. Marketingmix I 6. Marketingmix II 7. Marketingmix III 8. Marketingmix IV 9. Besonderheiten der digitalen Customer Journey 10. Online-Werbung 11. Social Media Marketing 12. Influencer Marketing 13. Marketing-Controlling, Monitoring und Analytics 14. Metaverse und XR im Marketing 15. Trends und Limitation
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung befähigt sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Rolle des Marketings im betriebswirtschaftlichen Umsatzprozess einordnen zu können • den Einfluss unterschiedlicher Rahmenbedingungen für erfolgreiches Marketing nachzuvollziehen • die Bedeutung von Marktforschung und Kundenorientierung für den betriebswirtschaftlichen Erfolg zu erfassen

	<ul style="list-style-type: none"> • über eine systematische Marketingplanung geeignete Maßnahmen für einen abgestimmten Marketing-Mix zu entwickeln. Dabei sollen die Marketinginstrumente beherrscht werden • erfolgsversprechende Marketingstrategien für die Praxis zu entwickeln • fachübergreifend das Online-Nutzungsverhalten von Nachfrager analysieren zu können, • methodisch ausgewählte Instrumente des Digitalen Marketings entlang der Customer Journey kontextspezifisch auszuwählen und in ihren Grundzügen anzuwenden, • fachbezogen für die Tourismus- und Freizeitbranche die Bedeutung des Digital Marketing in der Wertschöpfungskette zu analysieren und eine kritische Bewertung vorzunehmen.
Lehrmethoden	Vorlesung unter Einbeziehung von Übungen und kleineren Gruppendiskussionen. Spiegelung der theoretischen Inhalte anhand von praktischen Fallbeispielen. Arbeitsaufträge bspw. in der Bearbeitung von Cases sowie der Berechnung von Übungsaufgaben.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. In den Schwerpunktmodulen werden die Kenntnisse von Marketing themenspezifisch vertieft.
Literatur	<p>Pflichtliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P.; Armstrong, G. Harris, Lloyd C.; He, H. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Auflage, Pearson • Homburg, C. (2020). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Springer-Verlag. • Kreutzer, R. T. (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing, Konzepte – Instrumente – Checklisten, 4. Aufl., Wiesbaden • Brysch, A. A. (2022): Internetökonomie und digitaler Tourismus; In: Weithöner, U. et al. (Hrsg.): Digitaler Tourismus: Informationsmanagement im Tourismus, De Gruyter Oldenbourg., S. 99-124 <p>Sekundärliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreutzer, R. T. (2022): Praxisorientiertes Marketing, 6. Auflage, Springer, Wiesbaden • Kotler, P.; Bowen, J. T. und Baloglu, S. (2021): Marketing for Hospitality and Tourism, 8th edition, Pearson
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner

2.2.2. Rechnungsweise & Liquiditätsmanagement

2.2.2.1 Bilanzierung & Liquidität	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.2.1 Bilanzierung & Liquidität
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Buchführung/Bilanzierung: Überblick über Aufgaben, Ziele und Bedeutung der Buchführung und Bilanzierung im externen Rechnungswesen. Verwendung von Fällen/Beispielen aus dem Bereich der Tourismuswirtschaft. Inhalt, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Inventur, Inventar und Bilanz • Systematik der Finanzbuchhaltung • GuV • Umsatzsteuer • Grundlagen der Verbuchung, u.a. im Einkaufs- u. Verkaufsbereich, Löhne und Gehälter, Sachanlagevermögen • Grundzüge des Jahresabschlusses (u.a. Perioden-abgrenzungen, Bewertungsmethoden und -verfahren in Anlage- und Umlaufvermögen) <p>Liquiditätsmanagement: Zentrale Bedeutung in Unternehmen hat die Liquidität. Diese gewährleistet die Begleichung aller Zahlungsverpflichtungen und ist somit unter anderem entscheidend zur Vermeidung einer Insolvenz. Es werden folgende, zentrale Kenntnisse im Rahmen des Liquiditätsmanagements vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Abbildung und Funktion im externen und internen ReWe • Liquiditätszuführung • Liquiditätsgestaltung und -optimierung • Liquiditätsbeobachtung
Lernziele / Lernergebnisse	Durch den Besuch der Veranstaltung und die Beschäftigung mit der Materie, werden die Studierenden befähigt die Techniken und Regeln der Buchführung/Bilanzierung zu verstehen und Zusammenhänge zu erfassen. Sie können einfache Jahresabschlüsse lesen und interpretieren. Sie wissen um die Relevanz des Liquiditätsmanagements im Unternehmen, können Finanzpläne

	erstellen, Liquiditätsbedarfe ermitteln und kennen die gängigen Wege zur Beschaffung von Liquidität.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Kenntnisse des Moduls sind empfehlenswert für das Modul Controlling
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Bähr, G.; Fischer-Winkelmann, W. F.: Buchführung und Jahresabschluss, Gabler Verlag • Bornhofen, M.; Busch, E.: Buchführung 1, Gabler Verlag • Döring, U., Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben, Lösungen und Klausurtraining, Erich-Schmidt-Verlag • Zschenderlein, O., Kompakt-Training Buchführung 1, Kiehl Verlag • Heesen, B.; Cash- und Liquiditätsmanagement, Springer Gabler Verlag
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner.

2.2.2.2 Kostenrechnung

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.2.2 Kostenrechnung
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	3 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Um einen Einblick in den Erfolg des Kerngeschäfts eines Unternehmens zu erhalten, ist eine ganzheitliche und korrekte interne Kalkulation von hoher Relevanz. In diesem Zusammenhang werden u.a. folgende Kenntnisse vermittelt:

	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Kostenrechnungssysteme • Kostenarten und Kostenartenrechnung • Kostenstellen und Kostenstellenrechnung • Kostenträger und Kostenträgerrechnung • Erlös- und Ergebnisrechnung, Deckungsbeitragsrechnung • Break-Even-Rechnung
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden werden befähigt, die unternehmensinterne Erfolgsrechnung nachzuvollziehen und betriebsinterne Problemstellungen gezielt zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Kenntnisse des Moduls sind empfehlenswert für das Modul Controlling.</p>
Literatur	<p>In der jeweils aktuellsten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker, W.; Holzmann, R.: Kosten- Erlös- und Ergebnisrechnung, Springer Gabler Verlag • Jórasz, W., Baltzer, B.: Kosten- und Leistungsrechnung, Schäffer-Poeschel-Verlag • Coenenberg, A., Fischer, T.M., Günther, T., Brühl, R.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel-Verlag • Däumler, K. D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 1 – Grundlagen, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe • Heinhold, M.: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	In der Regel nicht programmierbarer Taschenrechner.

2.2.3 Wirtschaftsprivatrecht & Steuern	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.3 Wirtschaftsprivatrecht & Steuern
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB und des Schuldrechts mit Bezügen zum Handelsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur des deutschen und europäischen Rechts • Personen des Rechtsverkehrs und der Handelsgeschäfte, • Willenserklärung und Vertrag, Mängel beim Rechtsgeschäft, • Stellvertretung, Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, • Verbraucherschutz bei besonderen Vertriebsformen, • Schadensersatzpflicht, Leistungsstörungen • Verträge mit Auslandsberührung <p>Typische Verträge des BGB im Tourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaufvertrag • Werkvertrag • Mietvertrag • Reisevertrag <p>Grundzüge des Gesellschaftsrechts</p> <p>Grundlagen der Fallbearbeitung</p> <p>Grundzüge des Steuerrechts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steuerbegriff • Erläuterung der Steuerarten: ESt, KSt, GewSt, USt • Die Einkunftsarten in Steuerrecht
Lernziele / Lernergebnisse	Vermittlung der Grundzüge des Vertrags-, Handels- und Gesellschaftsrechts sowie des Steuerrechts. Die Studierenden lernen die Methodik, Fälle im Privatrecht selbständig zu lösen.
Lehrmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Arbeitsrecht, Reiserecht.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschafts- und Steuergesetze, 5. Auflage, TESSA 2023 • Fühlich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen, 14. Aufl., 2022 • Fühlich / Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, Vahlen, 8. Aufl. 2020
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Eine gebundene Gesetzessammlung.

2.2.4. Personal

2.2.4.1 Personalmanagement	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Markus Jüster
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.4.1 Personalmanagement
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Bewusstsein für wichtige personalpolitische Aufgaben im Unternehmen: Personalbeschaffung und – auswahl bei differenzierter Arbeitsmarktsituation, Entwicklung und Förderung der eigenen Mitarbeiter angesichts technisch-organisatorischer Veränderungen, Pflege des Personals bei veränderter Bevölkerungsstruktur und erkennbarem Wertewandel.</p> <p>Verständnis für die Personalführung als interdisziplinäres Aufgabengebiet: Einschlägige soziologische, psychologische und organisatorische Konzepte und ihre Anwendung in der Führungspraxis.</p> <p>Kenntnis der wichtigsten personalpolitischen Instrumente: Personalorganisation, Methoden der Personalplanung, der Personalbeschaffung und der Personalauswahl, Einarbeitung und Einsatz von Mitarbeitern, Personalbetreuung, Mitarbeiterbeurteilung, Personalentwicklung und – förderung, Personalfreisetzung.</p> <p>Überblick über die wichtigsten Führungsmethoden: Führungsstile, Führungsmodelle, Führungstechniken, Optimierung von Anreizsystemen.</p> <p>Weiterhin werden die Themen Industrie 4.0, Arbeit 4.0 sowie die Digitalisierung des Arbeitsmarktes vermittelt.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden erwerben sich Grundkenntnisse im Bereich des Personalmanagements. Sie kennen die Besonderheiten im Dienstleistungs- und Tourismusbereich und sind der Lage, eine diesbezügliche Branchenanalyse durchzuführen.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Blended Learning

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Berthel, Jürgen; Becker, Fred,G.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel, Stuttgart, 11. Auflage, 2017 • Kauffeld, Simone, Hrsg.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer, Berlin 3. Auflage, 2018 • Kollmann, Tobias: Digital Leadership. Grundlagen der Unternehmensführung in der Digitalen Wirtschaft, SpringerGabler, Wiesbaden 2020 • Rosenstiel, Lutz von; Regnet, Erika; Domsch, Michel E.: Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 8., überarbeitete und erweiterte Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2020 • Tschumi, Martin: Handbuch zum Personalmanagement, das Personalmanagement von der Personalplanung über das Arbeitsrecht und die Mitarbeiterkommunikation bis zum Austritt. Mit Excel-Tools auf CD-ROM und kostenlosen Online-Serviceleistungen, 7. Aufl., Praxium, Zürich 2015
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	Gemeinsam mit Teil 2, Arbeitsrecht in der Regel 120 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine.

2.2.4.2 Arbeitsrecht	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.4.2 Arbeitsrecht
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere Anbahnung eines Arbeitsverhältnisses, der Arbeitsvertrag, die Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer, die Beendigung des Arbeitsverhältnisses</p> <p>Betrieblich im Tourismus relevante Bereiche des Arbeitsschutzrechts</p> <p>Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere das Betriebsverfassungsrecht und des Tarifrechts</p>
Lernziele / Lernergebnisse	Vermittlung der Grundzüge des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Der Student kennt die Rechte und Pflichten der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer und lernt die Methodik, Fälle im Arbeitsrecht selbständig zu lösen.
Lehrmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Der Besuch der Pflichtveranstaltung „Wirtschaftsprivatrecht“ ist erwünscht.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Wirtschaftsprivatrecht und Reiserecht</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsgesetze, 4. Auflage, TESSA 2021 • Brenner – Arbeitsrecht für Wirtschaftswissenschaftler, TESSA 2016 • Wörten, Kokemoor – Arbeitsrecht, 13. Aufl., Vahlen, 2019 • Senne – Arbeitsrecht, 10. Aufl., Vahlen, 2018
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

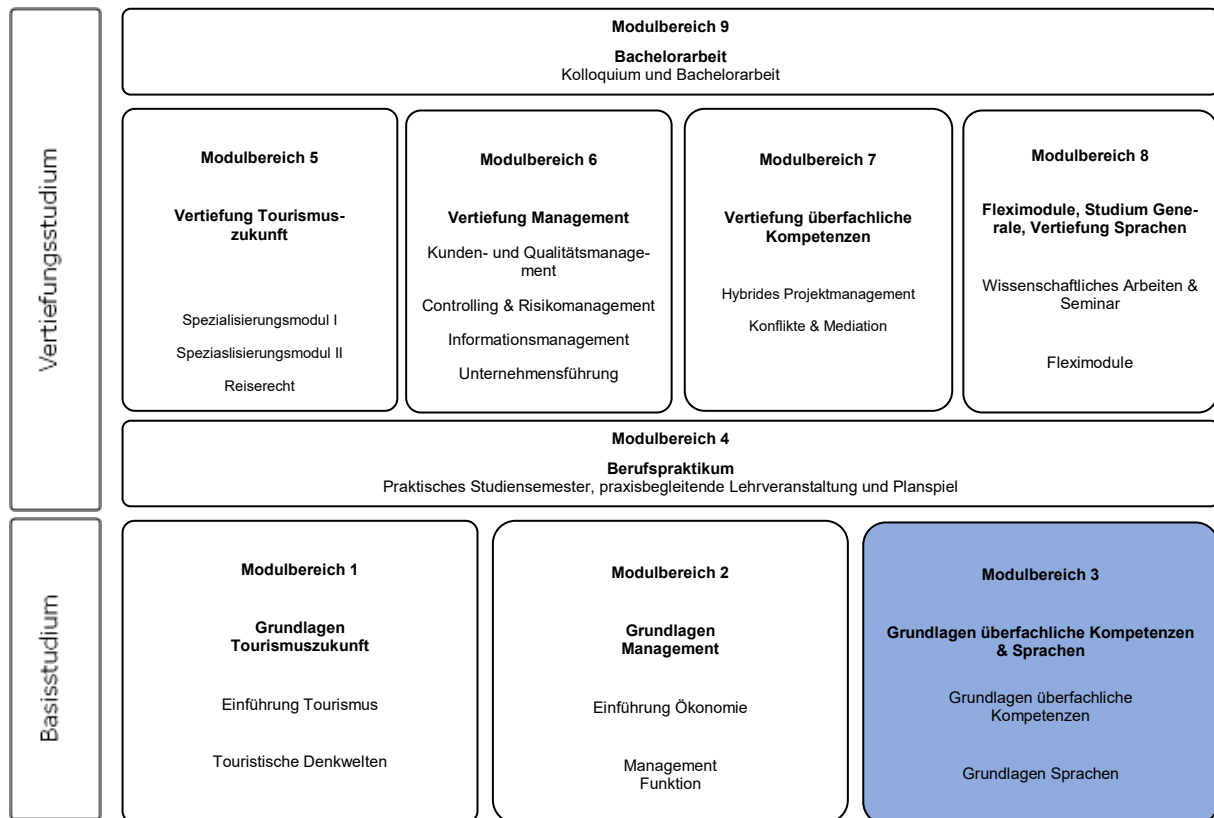
Prüfungsdauer	Gemeinsam mit Teil 1, Personalmanagement in der Regel 120 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Eine gebundene Gesetzessammlung.

2.2.5 Angewandte Statistik & Dataming

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Roland Jeske
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.5 Angewandte Statistik & Dataming
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptive Statistik: Grundbegriffe der Datenerhebung, Datenformate, Auswertungsmethoden für eindimensionales (insbesondere Häufigkeitsverteilungen, Lageparameter, Streuungsparameter, höhere Momente) und mehrdimensionales (insbesondere Korrelations- und Regressionsrechnung) Datenmaterial. • Wahrscheinlichkeitsrechnung: Kombinatorik, Begriff Wahrscheinlichkeit, Zufallsvariablen, Verteilungen von Zufallsvariablen. • Induktive Statistik: Stichproben, Konstruktion und Eigenschaften von Schätzern, Intervallschätzung, Signifikanztests. • Dataming: Besonderheiten und Interpretation im Zusammenhang mit Ausgaben softwaregestützter Auswertungen, insbesondere Hypothesentests.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Methoden und Techniken der deskriptiven und induktiven Statistik in ökonomischen Kontexten und im Rahmen empirischer Abschlussarbeiten anzuwenden. Sie kennen eine Auswahl etablierter deskriptiver Kennzahlen und Testverfahren und können beurteilen, welche Verfahren in welchen Situationen eingesetzt werden.
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • aktive Beteiligung in den Übungen • Bearbeitung der in der Vorlesung gestellten Aufgaben • intensive Vor- und Nachbereitung des Vorlesungsskripts • Bearbeitung der Übungsaufgaben
Empfohlene Voraussetzungen	Finanzmathematik und Entscheidungsrechnung im 1. Semester
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Grundlage für alle weiteren Module. Querschnittsfunktion für alle methodisch orientierten Fächer.</p>

Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Jeske (2017): Kochbuch der Quantitativen Methoden, Band 3: Statistik, 2. Auflage • Jeske (2018): Aufgabenbuch Statistik, 2. Auflage • Bamberg et. al. (2017) Statistik 18. Aufl., Oldenbourg • Fahrnair et. al. (2016): Statistik 8. Aufl., Springer • Hartung et. al. (2013): Statistik 17. Aufl., Oldenbourg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Modulbereich 3: Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen



Ziel des Modulbereichs

Neben dem Modulbereich eins (Tourismus) und dem Bereich zwei (Management) steht der Modulbereich drei mit den sogenannten überfachlichen Kompetenzen.

Das Ziel dieses Modulbereiches ist es vor allem, den Studierenden neben Fachwissen auch Fähigkeiten und Fertigkeiten anzubieten, die ihre kommunikativen, kulturellen und interkulturellen Kompetenzen verbessern. Dazu gehören neben Fremdsprachen mit Berufsbezug und fachsprachlichen Komponenten vor allem die Vorbereitung auf eine internationale Arbeitswelt mit Menschen anderer Herkunft und die Entwicklung kommunikativer Fähigkeiten für Präsentationen und Teamarbeit.

Auch die technischen Aspekte der modernen Arbeitskommunikation sollen in diesem Modulbereich vermittelt werden.

Grundlagen überfachliche Kompetenzen

In diesem Modulbereich werden methodische und kommunikative Kompetenzen der Studierenden gefördert, wie man sie später u.a. in üblichen Managementprozessen benötigt. Die Studierenden können ihre kommunikativen, (eigen) kulturellen und interkulturellen Kompetenzen verbessern, um im internationalen beruflichen Kontext angemessen und erfolgreich zu kommunizieren. Insbesondere wird Wert auf die professionelle Präsentation von Inhalten, Projekten usw. mit allen üblichen Medien gelegt.

Darüber hinaus lernen die Studierenden computergestützte Verfahren zur Bewältigung datengetriebener Entscheidungsprozesse kennen und gewinnen erste Einblicke in die digitale Wirtschaft.

Die Vermittlung, das Erproben und das Einüben von berufsbezogener Wissens- und Anwendungskompetenz in der Vorbereitung, Steuerung und Reflektion interaktiver sozialer und interkultureller Prozesse im Management (eigenständige Aneignung von hinreichenden Wissensbeständen, methodische Planung, professionelle Präsentation, Sprache und Fremdsprachen) einerseits und Grundkenntnisse der modernen, digitalen Wirtschaft andererseits bilden eine Grundlage für spätere berufliche Tätigkeiten. Darüber hinaus sollen die Studierenden in der Lage sein, professionelle Situationen

angemessen einzuschätzen und sich entsprechend zielführend zu verhalten (z.B. in Verhandlungen, in Konfliktsituationen, Präsentationen, im Verkauf etc.).

Grundlagen Sprachen

Englisch

Students develop an English language proficiency that allows them to interact efficiently and successfully in a broad range of job-related situations associated with tourism activities.

The students will be able to make presentations that are necessary when working in the higher management of a business in the industry. This requires fluency in spoken language and an excellent mastery of the specialist language of tourism as well as that of general business English.

The students have learned about cultural differences in professional life, can adapt to the different behaviour of superiors and colleagues in the English-speaking world and can adjust their own behaviour.

Their skills in written English will be at a level at which they are able to answer correspondence within their business as well as customers' queries in a way similar to a native speaker.

The students will be able to take part and contribute to technical discussions that are part of the quotidian professional life in a business in the tourism industry. These e.g. cover new developments in the field and how to react to them but also any discussions on topics that have to do with workplace organisation etc. They will be able to actively take part in all issues relating to human resources in a company in the tourism industry, starting from applications and assessment centres to recruitment.

Französisch/Spanisch

Bei Beendigung der Sprach-Module verfügen die Studierenden über Sprachfertigkeiten, die das Verstehen von wichtigsten Informationen aus Artikeln und Anleitungen aus dem Tourismusbereich sowie das Verfassen von persönlichen und einfachen geschäftlichen Briefen und kurze Berichte ermöglichen.

Sie sind fähig, sich in einfachen, routinemäßigen Situationen zu verständigen, in denen es um einen einfachen, direkten Austausch von vertrauten, insbesondere tourismusbezogenen Informationen geht.

Innerhalb der verschiedenen Gebiete des Tourismus sind sie in der Lage, Kunden in einfachen Angelegenheiten zu beraten, kurze Anfragen an Kunden oder Ansprechpartnern anderer Firmen und Auftragsbestätigungen zu verfassen.

Darüber hinaus sind die Studierenden mit den wichtigsten kulturellen Unterschieden und Besonderheiten des Sprachgebietes vertraut.

Die Studierenden erreichen ein Sprachniveau, wodurch sie in der Lage sind, sich in den meisten Situationen im Alltag, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet sowie in Arbeitssituationen zu verständigen, sodass sie für einen Aufenthalt im Ausland (Praxis oder Studium) sprachlich vorbereitet sind.

Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen

Englisch I - Englisch II

Englisch II - Englisch III

Englisch III - Englisch IV

Spanisch/Französisch I- Spanisch/Französisch II

Spanisch/Französisch II- Spanisch/Französisch III

Spanisch/Französisch III- Spanisch/Französisch IV

Spanisch/Französisch V

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Ulrich Bauer

Frau Ana Fernández-Fernández

3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen

3.1.1 Interkulturelle Kommunikation	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.1 Interkulturelle Kommunikation
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte ECTS-PUNKTE	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Interkulturelle Kompetenzen lassen sich in vier Bereiche gliedern: wissen, können, wollen und reflektieren. Neben grundlegenden Kenntnissen über die eigene Kultur und eine fremde Bezugskultur sind für den erfolgreichen Umgang mit Menschen aus anderen Kulturen auch bestimmte Haltungen, Einstellungen und Werte notwendig, die nicht gelehrt werden können, aber kognitiv werden können.</p> <p>Im Seminar werden der kognitive, der konative, der affektive und der reflexive Aspekt dieser Kompetenzen vorgestellt und die entsprechenden Fachbegriffe und zentralen Konzepte eingeführt.</p> <p>Darüber hinaus werden die persönlichen Einstellungen und Merkmale besprochen, die Voraussetzung für erfolgreiches Kommunizieren in fremden Kulturen sind. Es geht also um das Aneignen von Wissen (kognitiv), das Erwerben von Kompetenzen und die Erweiterung des eigenen Handlungsrepertoires (affektiv), die Bereitschaft zum Handeln (konativ) sowie die kritische Selbstbeobachtung in solchen Situationen (reflexiv).</p> <p>Damit geht dieses Seminar weit über die übliche Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten hinaus, indem es zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen soll. Die Auseinandersetzung mit anderen Kulturen und ihren Werten kann auch die eigene Enkulturation in Frage stellen und so die eigenen Werte verändern.</p> <p>Anhand von Beispielen aus dem Management werden typische Situationen der Zusammenarbeit in internationalen Teams oder mit Kunden/Gästen aus anderen Kulturen vorgestellt und dabei die zentralen Konzepte (mémoire collective, Kritische Interaktionssituation, Szenariomodell, konstruktivistische Modelle, usw.) vorgestellt und diskutiert.</p> <p>Die Studierenden entwickeln in Gruppenarbeit aus eigenen Erfahrungen in und mit anderen Kulturen selbst kritische Interaktionssituationen, die sie strukturiert präsentieren und für die sie Lösungsmöglichkeiten und Erklärungen mit Bezug auf die vermittelte Theorie erarbeiten.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Am Ende des Seminars sollten die Studierenden in der Lage sein, bestimmte Fachkompetenzen und allgemeine Kompetenzen zu beherrschen oder ausgebaut zu haben.</p> <p>Sie sollten nach Möglichkeit auch die eigenen Haltungen gegenüber Fremden reflektiert haben und differenziertere Urteile fällen können.</p>

	<p>Fachkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Kompetenz, theoretische Modelle und Konzepte auf reale, kritische Situationen zu beziehen und zur Lösung zu nutzen; • Methoden wie z.B. Attributionssuspension, Perspektivwechsel u.a. kennen und auch unter Druck einsetzen können. • Den Unterschied zwischen hergestellter Fremdheit (staged authenticity for tourists) und echter Fremdheit erkennen und angemessen einschätzen können; • Den vorsätzlichen Einsatz von Fremdheit als kommodifizierter Kultur und Produkt erkennen und bewerten können; • Den Einfluss von enkulturierten und akkulturierten Werten auf das Verhalten in internationalen Teams erkennen und angemessen einschätzen können; • Eine oder mehrere, selbst gewählte Kulturen differenzierter beschreiben und bewerten können; <p>Fachübergreifende Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methodenkompetenz: Studierende entwickeln die Fähigkeit zur strukturierten Aufarbeitung von Kritischen Interaktionssituationen; • Sozialkompetenz: Studierende erarbeiten im Team Konflikte und lernen sie gemeinsam zu lösen; • Selbstkompetenz: Studierende vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration von Wissen und zum Umgang mit Komplexität in Situationen, in denen ihre eigenen Werte und Selbstverständlichkeiten (Normalitätsannahmen) in Frage gestellt werden. <p>Durch eine enge Verknüpfung der Inhalte mit der eigenen zunehmend internationalen Lebensrealität finden sie Motivation für eine Umsetzung des Gelernten im Privaten wie auch im zukünftigen beruflichen Kontext.</p> <p>Die Infragestellung eigener Werte durch kulturell fremde Gegenüber kann zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen.</p>
Lehrmethoden	<p>Methodenmix:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Gastvorträge • Übungen • Gruppenarbeit • Präsentationen
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Überfachliche Kompetenzen, die zugleich zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen können, haben Verknüpfungen zu allen Modulen.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bauer, Ulrich (2022) Interkulturalität. In: Christian Efing & Zeynep Kalkavan-Aydin (Hg): Berufs- und Fachsprache Deutsch. Ein Handbuch aus DaF- und DaZ-Perspektive. Berlin: deGruyter im Druck • Bauer, Ulrich (2020) Intercultural Competencies and Cultural Standards in International Hospitality In: Marco Gardini (ed) 2020 International Hospitality. London: Routledge S. 93-105 • Bauer, Ulrich (2018) Critical Incidents. Kritische Interaktionssituationen. in: Jörg Roche (Hg.) Kultur- und Literaturwissenschaften. [Kompendium DaF / DaZ, Band 7] Tübingen: Narr S. 90-102 • Bauer, Ulrich (2015) Interkulturell? Pauperkulturell. Fraudekulturell! Ein theoretisches Modell zur Beschreibung des Umgangs mit fremden Kulturen im Tourismus. In: Hartmann, Herle (Hg.) Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus. Berlin: Schmidt, S. 13-26 • Bolten, Jürgen (2004) Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft. Positionen, Modelle, Perspektiven, Projekte. Sternenfels: Wiss. & Praxis

	<ul style="list-style-type: none"> • Meyer, Erin (2018) Die Culture Map. Ihr Kompass für das internationale Business. Weinheim: Wiley • Schroll-Machl, Sylvia (2013) Die Deutschen - wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht • Straub, Jürgen et a.: (Hg.) Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Stuttgart und Weimar: Metzler 2007 • Reisinger, Yvette: International Tourism - Cultures and Behavior, Oxford: Butterworth-Heinemann 2009 • Thomas, Alexander (2003) Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band. 2., Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Mit 14 Tabellen. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht • Thomas, Alexander (2011) Interkulturelle Handlungskompetenz: Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft. Gabler 2011
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftliche Projektarbeit & Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	alle

3.1.2 Präsentationstechniken	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.2 Präsentationstechniken
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte ECTS-PUNKTE	3 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch, englisch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die angemessene und erfolgreiche Präsentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirkungsmittel der Rednerin – verbal, nonverbal, paraverbal, extravertal • Körpersprache, Stimme, Kleidung, Raumnutzung, Empathie, ... • Dramaturgie und Entwicklung eines Themas • Vorbereitung, Aufbau und Durchführung von Präsentationen • Professioneller Einsatz von Visualisierungen – analog & digital • Tafelbild, Folien- und Flipchart-Technik, Pinnwand – und der jeweilig gezielte und professionelle Einsatz; • Digitale Medien als Werkzeug statt als Spielzeug - umlernen • Angemessener und gut gestalteter Einsatz von rechnergestützten Präsentationen; Rechte im Netz, Bildrechte, Musikrechte, usw. • Optional: die Erstellung von eigenen Filmclips (ca. 3 bis 5 Min.) • Wirkungsvolle Präsentationen aufbauen, halten sowie in schwierigen Situationen zielgerichtet argumentieren und erfolgreich abschließen • Einsatz wirkungsvoller Sprechtechniken • Verbesserung des rhetorischen Ausdrucks • Die angemessene Einschätzung des Publikums • Optimale Nutzung des zur Verfügung stehenden Raumes
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Nach dem Seminar sollen die Studierenden in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Team eine Prüfungsleistung zu entwickeln; • Präsentationen sinnvoll aufzubauen, zu gliedern und zu gestalten; sie sollen mögliche Skripte und Dramaturgie kennen; • Formalität als Werkzeug zu erkennen und einzusetzen; • ihre eigene sprachliche und fachliche Ausdrucksfähigkeit angemessen einzuschätzen; • mit individueller, persönlichkeitsgerechter Präsentation zu überzeugen und zu beeindrucken; • durch den hohen Praxisanteil und das direkte Feed-Back aus der Gruppe Lampenfieber und Unsicherheit zu erfahren und zu

	<p>überwinden, um auch vor größeren Gruppen angemessen eine Meinung oder einen Inhalt zu vertreten;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentationsmittel wirkungsvoll zu planen, vorzubereiten und professionell einzusetzen • ihre eigene Körpersprache ansatzweise zu reflektieren; • alle üblichen Techniken (Moderationskarten, Tafeln, Weißwandtafeln, Zeigestäbe, Pointer, Pinnwände, Flipcharts, Folien, Beamer, Powerpoint, Filmclips, etc.) zu kennen und sinnvoll einzusetzen; • Grundlagen rhetorischer Techniken beim Vortrag zu beachten • freier, sicherer und selbstbewusster aufzutreten und zu sprechen und so ihre Zuhörer zu gewinnen und diese von ihren Ideen zu überzeugen <p>Fachkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die kommunikative Kompetenz ist wesentlich für den beruflichen Erfolg; sie ist Voraussetzung für die Entwicklung einer Persönlichkeit zur Autorität und steigert die Wirkung auf andere; • Die Kompetenz, die eigene Präsentationspraxis zu beobachten und zu korrigieren. Wer eigene Grenzen überschreiten will, seinen Erfolg gezielt beeinflussen möchte, hat in dieser LV die Möglichkeit an seiner Sprechleistung bei Präsentation, Monolog und Dialog zu arbeiten; • Der Weg zur Souveränität führt über die Fähigkeit, ohne Medieneinsatz überzeugend zu präsentieren und sich entsprechend auszudrücken • Die Möglichkeit zur Erstellung von technischen Präsentationen wie Powerpoint oder Filmclips ermöglicht später, sachkundig mitzureden. • Die Kompetenz, ein Publikum richtig einschätzen und Inhalte auf dieses Publikum zuschneiden können <p>Fachübergreifende Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methodenkompetenz: Studierende entwickeln die Fähigkeit zur methodisch angemessenen Präsentation sachlicher und wissenschaftlicher Inhalte. • Sozialkompetenz: Studierende sind in der Lage, ihre Kommilitonen als Publikum gut einzuschätzen und in einer Arbeitsgruppe mit verteilten Aufgaben ein gemeinsames Kommunikat herzustellen. • Selbstkompetenz: Studierende können individuell besser mit der Präsentationssituation (Lampenfieber, Ticks, Hochdeutsch, usw.) umgehen.
Lehrmethoden	Methodenmix: Vorlesung, Übungen, Gruppenarbeit, Präsentationen
Empfohlene Voraussetzungen	Anwesenheitspflicht, da diese Kompetenzen nur durch praktische Übungen erworben werden und, da für die Übenden auch unbedingt ein Publikum anwesend sein muss
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Ditko, Tatjana (2022) Rhetorik für Dummies. Weinheim: Wiley • Händel, Daniel et al. (2007) Schlüsselkompetenzen. Reden – Argumentieren - Überzeugen • Kruse, Otto (2007) Keine Angst vor dem leeren Blatt. Frankfurt: Campus • Seifert, Josef (2011) Visualisieren, Präsentieren, Moderieren. Offenbach : Gabal • Begleitende Skripte
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen 30% schriftliche Ausarbeitung 70% Präsentation

	zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
--	--

3.1.3 Methoden der digitalen Transformation	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Robert Keller
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.3 Methoden der digitalen Transformation
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an dieser Vorlesung verstehen die Studierenden die Sprache der Digitalisierung und haben sich erste Methoden angeeignet, um fachliche Problemstellungen eigenständig zu lösen.</p> <p>Die Studierenden werden in die Funktionsweise einfacher, computergestützte Verfahren eingeführt und lernen den aktuellen Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zu begegnen.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden erarbeiten sich im Kurs die grundlegenden Anwendungsszenarien digitaler Lösungen im Dienstleistungsbereich. Zudem werden Sie durch einfache Anwendungsbeispiele und IT-gestützter Tools und Programmiersprachen zu deren Lösung befähigt.</p> <p>Die gelernten Konzepte können von den Studierenden auch einfach auf andere Anwendungsbereiche übertragen werden.</p> <p>Darüber hinaus vermittelt der Kurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Konzepte der Entwicklung digitaler Lösungen mit Hilfe IT-gestützter Tools und Programmiersprachen • Lösungsorientiertes, strukturiertes Vorgehen bei fachlichen Fragestellungen
Lehrmethoden	V/SU/BL
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Agrawal, A., Gans, J. & Goldfarb A. (2018) Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence. Harvard Business Press. • Hofmeister, J. & Schneider, H. (2020) Python für Dummies. Wiley.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Schumann, M., Hess, T., Buxmann, P. (2017) Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer. • Pearl, J., MacKenzie, D. (2018) The book of why. Penguin Science.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner

3.2 Grundlagen Sprachen

3.2.1 Englisch I	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.1 Englisch I
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachsprachlicher Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • Introduction to tourism • History of tourism • Organisation and structure of tourism • Travel agents and Tour operators • Accommodation • Quality Management • Business Correspondence • Culture in tourism • Jobs in tourism / producing an international CV
Lernziele / Lernergebnisse	<p>AIM: To build on and improve the existing language knowledge and skills and introduce students to the language of tourism and tourism related current topics</p> <p>At the end of the semester the student will be</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. able to understand the main ideas of specialised texts including being able to participate in discussions and giving a viewpoint on topical issues 2. able to produce basic written business correspondence relating to tourism 3. able to produce the necessary documentation for a job application 4. aware of differences in cross-cultural communication
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	Intermediate English knowledge (CEFR level B1) Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.

	English II und III und englischsprachigen Lehrveranstaltungen u.a. Marketing, Dienstleistungsmanagement, Destination Marketing, CRM, International Tourism Studies
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Strutt, P. (2013) English for International Tourism. Harlow: Pearson • Walker, R: (2009) Tourism 3. Oxford: OUP • Wyatt, R. (2005) Check your Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism • Vocabulary Workbook. London:A&C Black
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	keine

3.2.2 Englisch II	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.2 Englisch II
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Fachsprachlicher Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Air travel • Cruises and ferries • Itineraries • Travel by road and rail • Describing statistical information • Business travel <p>Allgemeinsprachlicher Inhalt Schwerpunkt auf schriftlicher Sprachbeherrschung</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p>AIM: To further improve existing language knowledge and skills and extend the student's language of tourism so that (s)he can interact without difficulty with native speakers and other speakers of fluent English.</p> <p>At the end of the semester the student will be</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. able to understand the main ideas of more complex specialised texts and interpret the subject matter without difficulty.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. able to describe and interpret data and produce a detailed report on a specific tourism related topic. 3. able to keep up a conversation on tourism related topics and general topics currently in the news. 4. able to listen to complex reports and fully understand the content.
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	Upper Intermediate English knowledge (CEFR level B2) Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. English I und III und englischsprachigen Lehrveranstaltungen u.a. Marketing, Dienstleistungsmanagement, Destination Marketing, CRM, International Tourism Studies
Literatur	Sekundärliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Serious newspapers and journals (e.g. The Economist) • Business Grammar Builder
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

3.2.3 Englisch III

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.3 Englisch III
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachsprachlicher Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • Definition of mass and niche tourism

	<ul style="list-style-type: none"> • Health and Medical tourism • Dark tourism • Sustainability <p>Allgemeinsprachlicher Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunkt auf eigenständiger Textproduktion (essay writing) und mündlicher Sprachbeherrschung im Form eine Präsentation
Lernziele / Lernergebnisse	<p>AIM: To extend the student's specialised vocabulary so that (s)he can put forward an argument (in essay form) on topical issues connected with tourism. Improve speaking skills so that the students can give a presentation on marketing destinations and / or tourism and the environment.</p> <p>At the end of the semester the student will be</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. able to understand complex opinions / arguments as expressed in serious newspapers 2. able to write an essay on the pros and cons of any subject connected with tourism 3. able to give a presentation on a relevant topic
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	<p>Upper Intermediate English knowledge (CEFR level B2)</p> <p>Bei Beendigung des Modules erreichen die Studierenden das Niveau B2+ nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Englisch IV und V</p>
Literatur	<p>Sekundärliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serious newspapers and journals (e.g. The Economist) • Business Grammar Builder
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	<p>In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen</p> <p>Written exam (70%) and an oral presentation (30%)</p> <p>zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.</p>
Prüfungsdauer	<p>60 Minuten schriftlicher Teil</p> <p>30 Minuten mündlicher Teil</p>
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Zweite Fremdsprache

3.2.4 Französisch I / Spanisch I

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.4, Fremdsprache I
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	Französisch / spanisch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Grundsatz der Grammatik (Nomen, Adjektive, Gegenwart)</p> <p>Grundwortschatz allgemeiner Art (Person, Stadt, Kleidung, Verwandtschaften, Alltag, Freizeit, Interessen)</p> <p>Fachbezogene Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel- und Gastronomieberufe • Gastronomie: National- und Regionalküche (Speisen beschreiben und bewerten). • Restauration (Bestellungen, Bewertung von Restaurants und deren Service, Lage und Angebot). • Hotellerie: Bewertung von Hotels und deren Service, Lage und Angebot. • Stadtreisen: Lage, Kultur- und Freizeitsangebote einer Stadt. • Landeskundliche Texte. • Erstellung kurzer, einfacher E-mails, Berichte und Blogseinträge. • Ausfüllen einfacher Formulare: Anmeldungen, Kundeninformationen.
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Der/ die Studierende erreicht ein Sprachniveau, wodurch er/sie in der Lage ist, vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, fachspezifische Ausdrücke und Situationen im Tourismus zu bewältigen, sich und andere vorzustellen, anderen Leuten Fragen zu ihrer Person zu stellen und auf Fragen dieser Art Antwort zu geben. Darüber hinaus kann sich der Studierende auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen</p>
Lehrmethoden	seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit, blended learning und inverted classroom
Empfohlene Voraussetzungen	Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Französisch II und III / Spanisch II und III
Literatur	Pflichtliteratur Französisch Voyages 1 neu A1, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 Pflichtliteratur Spanisch <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes. ELE A1 Spanisch für Studierende / Kurs- und Übungsbuch, ISBN 978-3-12-515074-4 Sekundärliteratur Spanisch <ul style="list-style-type: none"> Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

3.2.5 Französisch II / Spanisch II

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.5, Fremdsprache II
Semester	2
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	französisch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Grundsätze der Grammatik (Reflexive Verben, Vergangenheit, Komparativ, die Verlaufsform, die nahe Zukunft, Objektpronomen, lokale Präpositionen) Grundwortschatz allgemeiner Art (Reise, Stadtviertel, Beschreibungen) Fachspezifische Themen und Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> Hotelzimmer und Hotelbereiche Reisen reservieren Transportmitteln (Am Flughafen) Eine Stadttour organisieren und präsentieren.

	<ul style="list-style-type: none"> Landeskundliche Texte Erstellung kurzer einfacher persönlicher E-Mails und Anfragen. Verfassung einfacher Berichte, Blogseinträge und Beschreibungen
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Der/ die Studierende erreicht ein Sprachniveau, wodurch er/sie in der Lage ist, Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Reisen, Arbeit, nähere Umgebung), sich in einfachen, routinemäßigen Situationen zu verständigen und mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen zu beschreiben.</p> <p>Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe A2.1 der Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.</p>
Lehrmethoden	seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit, blended learning und inverted classroom
Empfohlene Voraussetzungen	<p>Französisch I / Spanisch I</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Französisch III / Spanisch III</p>
Literatur	<p>Pflichtliteratur Französisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Voyages 1 neu A1, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 <p>Pflichtliteratur Spanisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes. ELE A1 Spanisch für Studierende / Kurs- und Übungsbuch, ISBN 978-3-12- 515074-4 <p>Sekundärliteratur Spanisch</p> <ul style="list-style-type: none"> Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

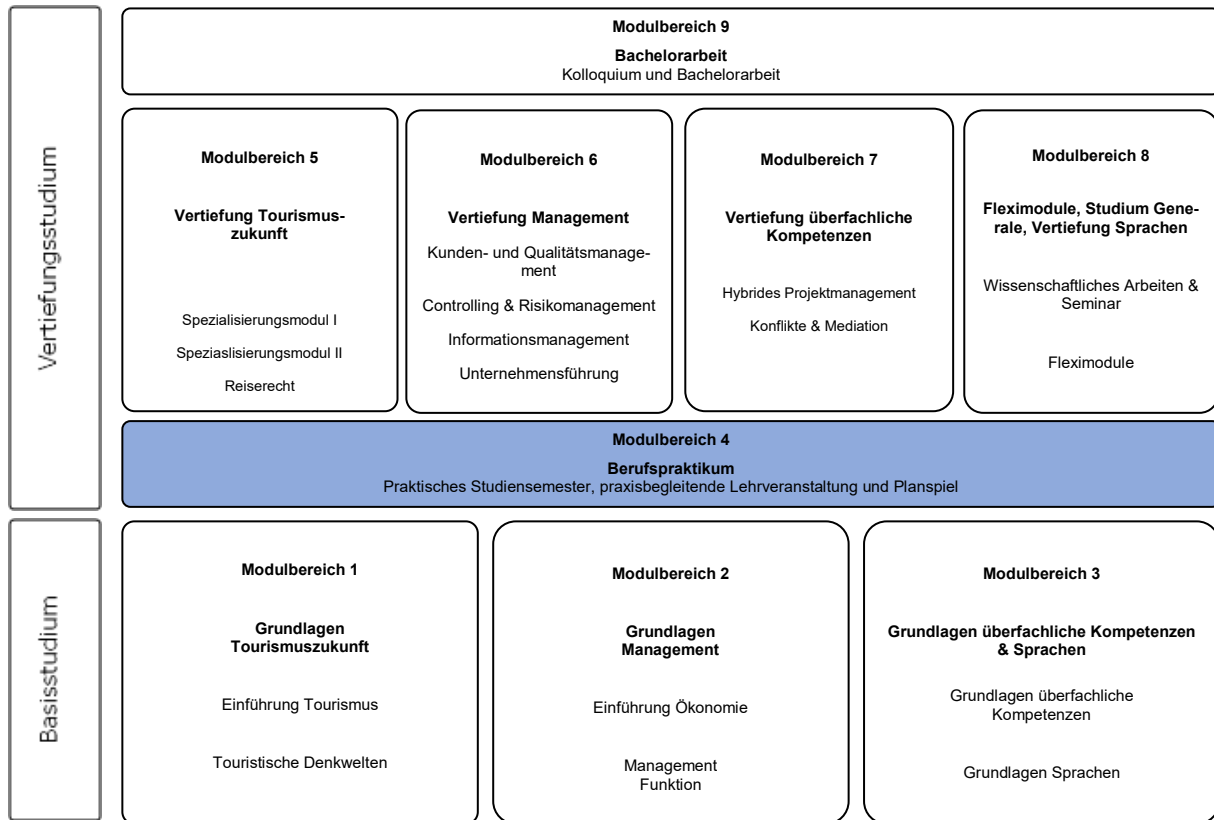
3.2.6 Französisch III Spanisch III

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.6, Fremdsprache III
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Semester	3
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	französisch

Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Grundsätze der Grammatik (Verben der Vergangenheit, Futur, Superlativ, Imperativ, Objektpronomen)</p> <p>Grundwortschatz allgemeiner Art (Wohnungen, Möbel, die Gesundheit, Ernährungsgewohnheiten, das Wetter, Pläne)</p> <p>Fachspezifische Themen und Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterkunftsformen • Hotelzimmer und Einrichtungen • Reiseutensilien • Arten von Reisenden • Reisearten • Geschichte des Tourismus in Frankreich/Spanien. • Reisen früher und heute. • Einen Eintrag für einen Reiseblog verfassen. • Kulturtourismus
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind in der Lage über ihre Erfahrungen, Eindrücke und Routinen in einem vertrauten Umfeld in der Vergangenheit, zu berichten. Sie können ihre Meinungen über bekannte Themen und ihre Wünsche äußern. Sie sind für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen sensibilisiert und erwerben grundlegender Kenntnisse der berufsbezogenen Sprachen und landeskundlicher Kenntnisse.</p> <p>Nach Beendigung dieser Veranstaltung sind die Studierenden für einen Auslandsaufenthalt vorbereitet.</p> <p>Das zu erreichenden Niveau entspricht in etwa der Stufe A2.2 der Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.</p>
Lehrmethoden	<p>Seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit und Rollenspiele</p> <p>Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden</p> <p>Diskussionen</p> <p>Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation.</p> <p>Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, blended learning und inverted classroom</p>
Empfohlene Voraussetzungen	<p>Französisch II / Spanisch II</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Französisch IV</p>
Literatur	<p>Pflichtliteratur Französisch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voyages 2 neu A2, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 <p>Pflichtliteratur Spanisch</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • ESTUDIANTES ELE A2 Klett Verlag ISBN-10: 3125150795 <p>Sekundärliteratur Französisch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 • Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4 <p>Sekundärliteratur Spanisch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. • Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

4 Modulbereich 4: Praktisches Studiensemester



Ziel des Modulbereichs

Die Studierenden erhalten durch die Absolvierung des Praktikums sowie die Vor- und Nachbereitung im Praxisblock Einblick in das betriebliche Geschehen touristischer Betriebe und sind danach in der Lage, im darauf folgenden Vertiefungsstudium theoretische Grundlagen besser zu verstehen und diese später im Berufsleben schneller und effektiver umsetzen zu können.

Zudem befähigt sie die Vermittlung der Methodik wissenschaftlichen Arbeitens zu eigenständigen Seminar- und Bachelor- Arbeiten sowie Veröffentlichungen im späteren Berufsleben.

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Reißner

4.1 Pflichtpraktikum

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Peter Reißner
Modul-Nr., Modultitel	4.1, Pflichtpraktikum
Semester	4
Moduldauer	ein Semester
Leistungspunkte / Credits	25 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	0
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	Mind. 18 Wochen Praktikum
Selbststudium	
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	-/-
Lernziele / Lernergebnisse	Ziel des Praktischen Studiensemesters ist die Kenntnis der betrieblichen Praxis touristischer Unternehmen sowie die Umsetzung der im bisherigen Studium vermittelten Kenntnisse vor Ort. Dadurch erlangen Studierende praxisnahe Kompetenzen und die Fähigkeit, sich nach Abschluss des Studiums schneller im Berufsleben zu orientieren und einzufinden.
Lehrmethoden	Praktikum
Empfohlene Voraussetzungen	Mind. 60 ECTS
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	4.2 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung
Literatur	-/-
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Schriftlicher Praxisbericht

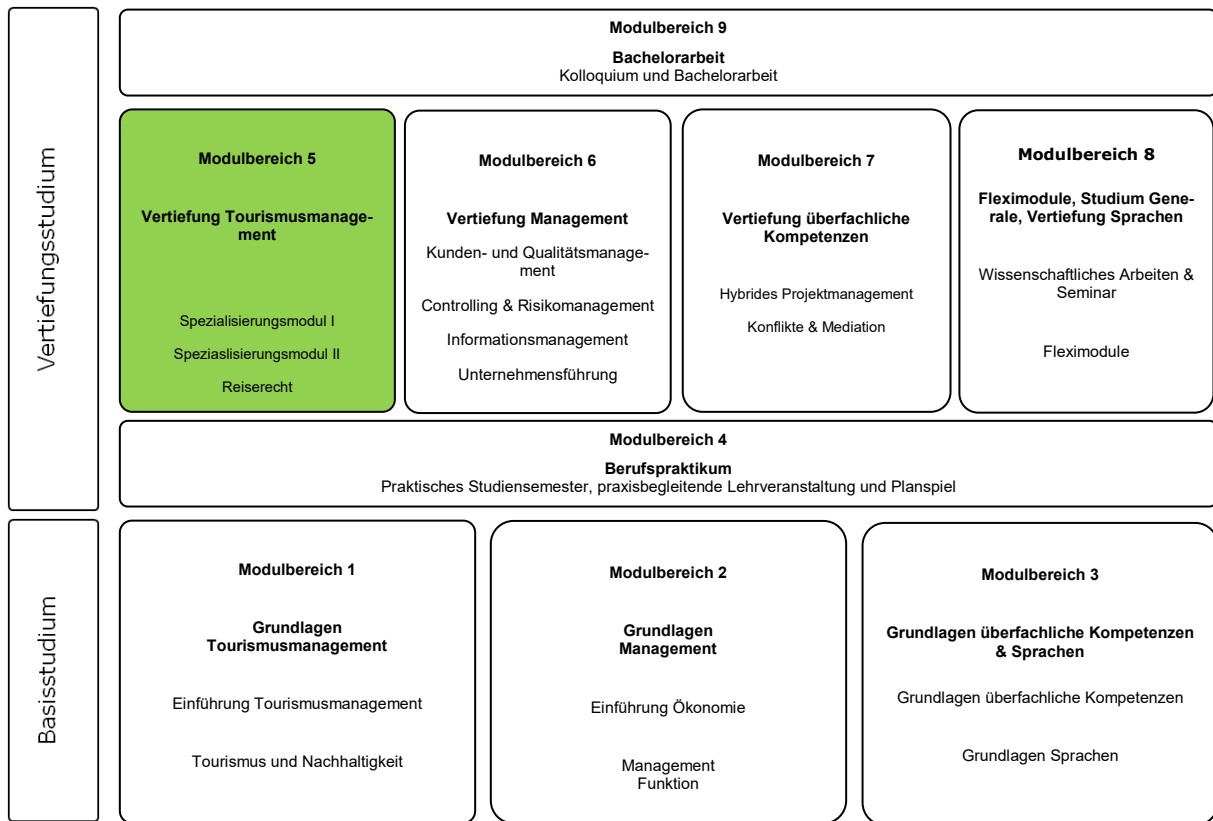
4.2 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Peter Reißner
Modul-Nr., Modultitel	4.2, Praxisbegleitende Lehrveranstaltung
Semester	4
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Erfahrungsaustausch mit ehemaligen Praktikanten. Kompetenzvermittlung in Office Anwendungen, Webseitenbearbeitung, Hotelsoftware. Bewerbungstraining.
Lernziele / Lernergebnisse	Intensivierung der für das Praktikum notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten als Vorbereitung für den späteren Berufseinstieg sowie Erwerb der Kompetenz für wissenschaftliches Arbeiten.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Präsentation, Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Mind. 20 ECTS-PUNKTE
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. 6.1 Praktisches Studiensemester
Literatur	-/-
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert. Anwesenheitspflichtig.

4.3 Planspiel

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	4.3, Planspiel
Semester	4
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Projektarbeit
Leistungspunkte / Credits	1 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	1
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	11,25 Zeitstunden
Selbststudium	18,75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Teilnehmer werden in Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe trägt die wirtschaftliche Verantwortung für einen Freizeitpark. Von hoher Relevanz sind die Optimierung von Kommunikation und Prozessmanagement und die Auswahl zielorientierter und effizienter Maßnahmen. Die Studierenden übernehmen bestimmte Rollen, z.B. Parkmanager oder Technical Support. Es werden mehrere Jahre simuliert und die Ergebnisse der Gruppen gemeinsam besprochen und reflektiert.
Lernziele / Lernergebnisse	Planspiele gehören in der betriebswirtschaftlichen Ausbildung zu den wichtigsten Methoden zur Vermittlung von Handlungswissen. Sie haben als Simulationsspiele Modellcharakter und eignen sich daher besonders gut, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge einfach und transparent darzustellen. Zudem können im vorherigen Studienverlauf erworbene Kompetenzen zur Anwendung gebracht werden. Darüber hinaus werden folgende Ergebnisse erzielt: <ul style="list-style-type: none"> • Praxisbezug; bereits erworbenen Wissens wird angewendet • komplexe Zusammenhänge werden aufgezeigt und verstanden • es erfolgt eine "gefährlose" Erprobung von Wissen und Fähigkeiten • sachbezogene Interessen werden geweckt oder weiter verstärkt • die Notwendigkeit von Transparenz in Entscheidungsprozessen wird aufgezeigt • Entwicklung von Handlungsstrategien wird ermöglicht und die Fähigkeit zum Taktieren und Kooperieren ausgebaut • Erhöhung der Fähigkeit zur Kommunikation und Teamarbeit
Lehrmethoden	Planspielsimulation mit gemeinsamer Reflektion
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzung für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. u.a. 6.4. Unternehmensführung, 6.2 Controlling & Risikomanagement
Literatur	keine
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform aktive Teilnahme zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert. Anwesenheitspflichtig.

Modulbereich 5: Vertiefung Tourismusmanagement



Ziel des Modulbereichs

Der Modulbereich bietet die Klammer für alle Schwerpunkt- und Spezialisierungsfächer, die den Studierenden im Vertiefungsstudium angeboten werden.

Aus den derzeit vier **Spezialisierungsmodulen (Schwerpunkten)** sucht sich der Studierende zwei aus, die seinen beruflichen Vorstellungen und seiner Interessenslage entsprechen. Alternativ kann maximal einer von zwei Schwerpunkten aus dem Bereich aller an der Fakultät Tourismus-Management angebotenen Spezialisierungsmodule gewählt werden.

Die Studierenden erwerben durch den Besuch eines jeden Spezialisierungsmoduls vertieftes Fachwissen, welches sie im späteren beruflichen Umfeld anwenden und ausbauen können. Sie sind in der Lage, auch schwierigere Aufgabenstellungen selbstständig zu lösen und ihre Lösungsansätze gegenüber Kollegen, Mitarbeitern und Vorgesetzten fundiert zu vertreten. Diese Fähigkeit wird insbesondere durch das angebotene Seminar und die Fallbeispiele in den Vorlesungen gefördert. Sie können Lösungsansätze kritisch hinterfragen und Problemlösungen auch bei unvollständiger Informationslage vorantreiben.

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Alfred Bauer

Prof. Dr. Stengel

Prof. Dr. Marco Gardini

Prof. Dr. Axel Schulz

5.1 / 5.2 Schwerpunkte

Destinationsmanagement, regionale Tourismuswirtschaft

Strategische Entwicklung und Management von Destinationen inkl. Planspiel

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Alfred Bauer
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmanagement, Regionale Tourismuswirtschaft
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminaris. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	8 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	6
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	67,5 Zeitstunden
Selbststudium	172,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Fallstudie Tourismuskonzept: In der Vorlesung erstellen die Studierenden anhand einer realen Aufgabenstellung aus dem Destinationsbereich ein Projekt eigenständig. Dazu recherchieren und analysieren sie im Team. Sie befragen Experten, erarbeiten Lösungen und erstellen Präsentationen. Je nach Projekt kann es notwendig sein, dass die Fallstudie durch einen mehrtägigen Aufenthalt vor Ort ergänzt wird. Berücksichtigt werden die Themenbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung • Strategische Entwicklung / Vision / Positionierung / Strategien • Zielgruppen / Marktareale • Strategische Geschäftsfelder / Produktlinien • Projekte und Maßnahmen <p>Planspiel Destination: Zudem beinhaltet das Modul ein Destinations-Management Planspiel. Ziel des Planspiels ist das Erkennen der Komplexität des touristischen Produkts Destination und der Probleme beim Zusammenwirken der unterschiedlichen Interessensgruppen. Das Planspiel behandelt das Thema einer Destination, die über verschiedene wirtschaftliche und soziale Werkzeuge zum Erfolg geführt werden soll. Ein computergestütztes Simulationsprogramm verarbeitet die getroffenen Entscheidungen und simuliert so den Wettbewerb. Die Studierenden erfahren durch Auswertungen nach jeder Entscheidungsrunde, ob und inwieweit Ihre Maßnahmen erfolgreich waren. Das Planspiel verläuft computergestützt und findet als Blockveranstaltung im Laufe des Semesters statt.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sollten in der Lage sein eigenständig und im Team ein Tourismuskonzept zu entwickeln. • Sie sollten wirtschaftliche Zusammenhänge und Abhängigkeiten innerhalb einer Destination erkennen • Sie können Kennzahlen evaluieren und beurteilen • Erarbeitung von Wissen aus den Themenkreisen Destinationsmanagement, Mensch und Umwelt, Kommunikation und Marketing

Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudiums: 1.1, 1.2, und 1.3 muss im Erstversuch angetreten worden sein
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit, Gruppenarbeit, Präsentationen, Planspiel
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Thomas Bieger und Pietro Beritelli (2013): Management von Destinationen • Tirol Werbung (2005): Leitfaden zur Destinationsentwicklung • Touristische Marktforschungsstudien • Homepages verschiedener Tourismusorganisationen • Internetrecherche zu verschiedenen Themen • TOPSIM – Destinations Management: Handbuch • Zur optimalen Vorbereitung des Destinations-Management Planspiels ist es empfehlenswert, alle Kapitel des Handbuchs intensiv zu studieren.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftliche Prüfung und eigenständigen studentischen Erarbeitung eines Projektberichts zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung ist die Teilnahme am Planspiel Destinations Management.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Destination Marketing

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmanagement, Regionale Tourismuswirtschaft
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	The syllabus covers marketing theory as applicable to marketing of tourism destinations. It discusses challenges facing destinations in their attempts to promote the destination offering and differentiate it from that of competitors. The concepts of destination promotion and market facilitation will be studied and their use as a destination marketing tool will be analyzed and exercised. Case studies are used to highlight different approaches to marketing. ^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10][11][12][13][14][15][16][17][18][19][20][21][22][23][24][25][26][27][28][29][30][31][32][33][34][35][36][37][38][39][40][41][42][43][44][45][46][47][48][49][50][51][52][53][54][55][56][57][58][59][60][61][62][63][64][65][66][67][68][69][70][71][72][73][74][75][76][77][78][79][80][81][82][83][84][85][86][87][88][89][90][91][92][93][94][95][96][97][98][99][100]} The module assessment involves a coursework, which students are expected to research and write independently in groups. A successful report will require market research and analysis of secondary data sources, as well as a capability to apply the techniques introduced during the course to a marketing campaign of a tourism destination.
Lernziele / Lernergebnisse	<p>This module studies and exercises the application of marketing techniques to destination marketing, which is increasingly vital for destinations in a competitive marketplace. Students are introduced to marketing theory as applicable to destinations. The module then explores approaches to marketing from different perspectives.</p> <p>This module is designed to provide students a competence in destination marketing so that they are able to make marketing strategy recommendations for the promotion of tourism in different types of destinations as well as plan and carry out a marketing campaign plan for a destination.</p> <p>On successful completion of this module, the students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the concepts and characteristics of NTOs/DMOs and some key dimensions to destination marketing • Understand the marketing roles of DMOs and the complexity of their marketing processes, including stakeholder involvement and the strategy of marketing facilitation • Recognize the importance of cooperation with various stakeholders as well as the need for refinancing marketing activities • Evaluate the appropriateness of various promotional tools • Apply appropriate marketing techniques and tactics, especially inbound and digital marketing, to destination marketing.
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudiums: TOUM I, TOUM II und TOUM III
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Dieses Modul ist ein Teil des Spezialisierungsmoduls „Destinationsmanagement“
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Pike, S. (2016): Destination Marketing – Essentials, Taylor & Francis Ltd. • Morrison, A. (2013): Marketing and Managing Tourism Destinations, Routledge • Kozak, M & Baloglu, S (2011): Managing and Marketing Tourist Destinations, Routledge, New York, NY • Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M., Ashok, R. (2009): Marketing in Travel and Tourism, Taylor & Francis Ltd. • Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Vacation Marketing, Tourism Management
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftl. Projektarbeit inkl. Präsentation (100%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Aktuelle Probleme von Destinationen

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmanagement, Regionale Tourismuswirtschaft
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminar
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Mit zunehmender Tourismusattraktivität – gemessen an der Zahl der Übernachtungen und der Tagesausflugsbesucher – entstehen Probleme und Herausforderungen hinsichtlich der Tourismusakzeptanz der Einheimischen einerseits und dem Erhalt der Attraktivität der Destinationen für die Nachfrage andererseits.</p> <p>In der Veranstaltung werden die aktuellen Problembereiche aufgezeigt und Lösungsmöglichkeiten diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balance von Lebens- und Destinationsraum • Nachhaltige touristische Entwicklung gelingt nur im Einklang mit der Bevölkerung. • Wie kann die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung, als zentraler Teil einer Tourismusentwicklungs-strategie frühzeitig thematisiert werden? • Wie nimmt die Bevölkerung die Auswirkungen des Tourismus auf verschiedene Lebensbereiche (z. B. Wohnraum, Infrastruktur etc.) wahr? • Beim Aufbau neuer Attraktionspunkte sind unter anderem folgende Überlegungen vorzunehmen: <ul style="list-style-type: none"> * die Gestaltung der Destination als Ganzes * der Schutz des ökologischen Systems * die psychologische Tragfähigkeit –das gefühlte Zuviel * die Entzerrung und Verteilung von Besucherströmen (Besuchermanagement) <p>Wie gelingt dies auf der Grundlage von politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zielen</p>
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollten Zusammenhänge und Abhängigkeiten innerhalb einer Destination erkennen. Darüber hinaus befähigt die Veranstaltung die Studierenden, ihre Diskussions- und Problemlösungsfähigkeit zu verbessern und unterstützt damit einen wesentlichen Bestandteil der beruflichen Qualifikation von Akademikern auf der Ebene verantwortlicher Entscheidungsträger, nämlich Fachwissen vor Publikum überzeugend vorzutragen und Erkenntnisse zu verteidigen.
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudium: 1.1, 1.2 und 1.3

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourismus und Nachhaltigkeit (Modul-Nr. 1.2) • Ausgewählte Facetten des Nachhaltigkeitsmanagements (Modul-Nr. 5.1.1/5.2.1 (a)) • Marktorientierte Tourismusstrategien & -leistungen im Angesicht des Klimawandels (Modul-Nr. 5.1.1/5.2.1 (b))
Literatur	Je nach aktuellen Themen
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Projektarbeit zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Internationales Hospitality Management

Internationales Hospitality Management

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	5.1.2, 5.2.2 Hospitality Management
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung vermittelt ein Grundverständnis für die Besonderheiten, Möglichkeiten und Grenzen internationaler Unternehmenstätigkeit im globalen Wettbewerbsumfeld der Hotellerie und Gastronomie. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientierungsrahmen des internationalen Hospitality Management • Strategie und Internationales Hospitality Management • Ausgewählte Gestaltungsbereiche internationaler Unternehmenstätigkeit in der Hospitality Industrie
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Veranstaltung befähigt die Studierenden die grundlegenden Besonderheiten und Strukturen der internationalen Hotellerie einordnen zu können und die Kernprobleme und Anforderungen des internationalen Managements von Hotelunternehmen zu verstehen. Diese Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, mit den im internationalen Umfeld verbundenen interkulturellen Adaptionsleistungen, auf der Ebene der Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz im hotelspezifischen Berufskontext besser umgehen zu können. Im Anschluss an die Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... den globalen Orientierungsrahmen und das globale Marktumfeld international operierender Hotelunternehmen zu verstehen • ... die strategischen Chancen und Risiken des „Going und Being International“ von Hotelunternehmen zu analysieren und zu verstehen • ... die wesentlichen Determinanten und Einflussfaktoren der Organisationsgestaltung internationaler Hotelunternehmen zu verstehen • ... die wesentlichen Herausforderungen des Managements ausgewählter Wertschöpfungsfunktionen internationaler Hotelunternehmen zu verstehen
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	<p><u>Pflichtliteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gardini, M.A., Ottenbacher, M., Schuckert, M.: The Routledge Companion to International Hospitality Management: Routledge, London/New York 2021. • Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D.: Management Internationaler Dienstleistungen, Wiesbaden 2004. <p>• <u>Sekundärliteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Frehse, J.: Strategische Globalisierungspfade von Hotelketten: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt 2009, S.235-252. • Gardini, M.A.: Zur Kontextualisierung der Unternehmenskultur als Führungsgröße international operierender Hotelunternehmen: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, Vol.10, H.2, 2018, S.185-210. • Hill, C.W.L., Hult, G.T.M.: International Business: Competing in the Global Marketplace, 11th ed., New York 2016. • Katz, J.H., Withiam, G.: The International Hospitality Industry: Overcoming the Barriers to Growth, in: Cornell Hospitality Proceedings Vol. 4 No.3, May 2012. • Holtbrügge, D., Welge, M.: Internationales Management, 6. Aufl. München 2015. • Silz, M.: Multiplikation von Dienstleistungskonzepten: Internationalisierung am Beispiel des Restaurantunternehmens Vapiano AG, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2009, S.253-266.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftliche Prüfung und Gruppenarbeit (20%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 120 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Marketing Leadership in der Hotellerie und Gastronomie

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	5.1.2, 5.2.2 Hospitality Management
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden die grundlegenden strategischen und operativen Gestaltungskomplexe des Marketing-Managements in Hotellerie, mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen der Branche zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing heute: Marketing als Managementaufgabe im touristischen Umfeld • Was Kunden wollen: Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Marketing in der Hotellerie und Gastronomie • Strategie statt Taktik: Die Suche nach Wettbewerbsvorteilen • Spezialthemen des Marketing Management in der Hotellerie und Gastronomie
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Veranstaltung erweitert das Marketingverständnis der Studierenden in Bezug auf die zur Schaffung und Sicherung von Wettbewerbsvorteilen in der Hotellerie notwendigen Grundlagen, Instrumente und Themenfelder der Marketingstrategie und der notwendigen operativen Umsetzung. Diese Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, sich mit spezifischen Aufgabenstellungen aus dem Marketing- und Vertriebsmanagement von Individual- oder Kettenhotellerie im Unternehmensalltag von Hotelunternehmen in zielführender Weise auseinandersetzen zu können. Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden auch in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...das Primat des Marketings für eine erfolgreiche Führung von Tourismusunternehmen zu erkennen • ...Markt- und Kundenkenntnisse als zentralen Erfolgsfaktor eines professionellen Marketingansatzes zu begreifen • ...die strategische Dimension und die damit verbundenen Entscheidungs-komplexe des strategischen Marketing-Management in der Hotellerie und Gastronomie zu verstehen • ...Spezial- bzw. Querschnittsthemen des Hotel- und Gastronomiemarketing in Ihrer Bedeutung für den Erfolg eines Hotelbzw. Gastronomieunternehmens verstehen und einordnen zu können.
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudien-seminar
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	<p><u>Pflichtliteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie, 4. Aufl., München 2022 • Gardini, M.A.: Leadership im Marketing, Berlin 2021. • Gardini, M.A.: Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte – Fallstudien - Best Practices, ESV-Verlag, Berlin 2017. <p><u>Sekundärliteratur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Freyberg, B./Gruner, A./Lang, M.: Erfolgreich in der Privathotellerie, Matthaes Verlag 2012 • Gardini, M.A.: Mit der Marke zum Erfolg: Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes Verlag 2011. • Gardini, M.A.: Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2009 • Kotler, P., et al.: Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice Hall, 7th ed. Cambridge 2017.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftlich Prüfung und Projektarbeit (30%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbuch (Gardini) Marketing-Management in der Hotellerie

Hospitality Projekt

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	5.1.2, 5.2.2 Hospitality Management
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Im Vordergrund steht die praxisbezogene Anwendung von Marketingkompetenzen und -techniken und Hospitality-Wissen in Zusammenarbeit mit einem hochschulexternen Partner, d.h. einem Unternehmen/einer Organisation. Je nach Aufgabenstellung sind unterschiedliche Verfahren und Methoden anzuwenden, wie bspw. Marketing-/Wettbewerbs-/Standortanalysen, Benchmarking, Machbarkeitsstudien u.a. Aufgabenstellungen müssen im Team bewältigt werden, was Teamverständnis und –motivation verlangt. Zwischenziele sind zu präsentieren, evtl. sind auch je nach Projekt, Status- bzw.

	Fortschrittsberichte abzugeben. Final sind dem Projektpartner die Ergebnisse zu präsentieren.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Veranstaltung soll die Fähigkeit vermitteln, ein Praxisprojekt planerisch und inhaltlich zu strukturieren und die Entwicklung eines Projektes im Team effizient zu koordinieren. Neben der Erfahrung grundlegender Dynamiken von Projekt- und Teamentwicklungsprozessen, gehört insbesondere die kreative Entwicklung von Produkt- bzw. Lösungskonzepten für die Hotellerie und Gastronomie zu den Zielsetzungen des Hospitality Projekts. Die Studierenden sollen die Kompetenz erlangen, auf eine konkrete Problemstellung in einer Branche geeignete Ideen zu entwickeln, Lösungstechniken selbstständig anzuwenden und ökonomisch begründete Auswahlentscheidungen zu treffen.
Lehrmethoden	Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten, Diskussion von Problemlösungsansätzen, Workshops, Experteninterviews
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	Literaturempfehlungen erfolgen im Zusammenhang mit dem konkreten zu bearbeitenden Projekt.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Studentische Ausarbeitung und Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Verkehrsmanagement

Management von Verkehrsträgern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Axel Schulz
Modul-Nr., Modultitel	5.1.3 / 5.2.3 Verkehrsträger
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar/ Übung/ Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	10 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	6
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	67,5 Zeitstunden
Selbststudium	232,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die wichtigsten Verkehrsträger zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:</p> <p>Vermittlung von weitergehenden Kenntnissen der im Rahmen der Unternehmensführung anfallenden Aufgaben bei Verkehrsträgern (Fluggesellschaften, Busunternehmen, Bahnen, Reedereien, Flughäfen u.w.) auf der Basis eines modernen Marketings. Überblick über alle Management-Aufgaben, die ein international tätiger Verkehrsträger zu lösen hat. Schulung des Urteilsvermögens für die Auswirkungen touristischer Planungen auf die ökologische, soziale und politische Umwelt.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten anhand von Fallbeispielen, Übungsaufgaben und eigener Recherche selbstständig vorgegebene Themenstellungen aus dem Bereich Verkehrsträgermanagement.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Diese Veranstaltung vermittelt die methodischen Grundlagen der einzel- und gesamtwirtschaftlichen Aspekte für die unterschiedlichen Verkehrsbetriebe im Tourismus. Dabei wird vor allem eine Übersicht über die Verkehrsträger sowie eine Erläuterung in die verschiedenen Teilgebiete gegeben.</p> <p>Des Weiteren werden die Besonderheiten einer spezifischen tourismuswirtschaftlichen Betrachtung von Verkehrsbetrieben herausgearbeitet.</p> <p>Zudem werden Kenntnisse der Bedeutung der Verkehrsträger im Tourismus vermittelt, wobei ein Überblick des Managements, der Ausrichtung und der wesentlichen Instrumente der Verkehrsträger im Tourismus gegeben werden.</p>
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar, Seminaristischer Unterricht, Vorträgen und Blended Learning
Empfohlene Voraussetzungen	allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen LV	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Teil des Spezialisierungsmoduls
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schulz A., u.a., Grundlagen des Tourismus, 3. Aufl. Berlin 2019 ▪ Schulz A., Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 ▪ Schulz A., Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 ▪ Schulz A., Flughafen Management, München 2010

	<ul style="list-style-type: none">▪ Conrady, R., Fichert F., Sterzenbach, R., Luftverkehr, 6. Aufl., München 2019
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftliche Prüfung und Gruppenarbeit zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbuch "Verkehrsträger im Tourismus" und eigene Aufzeichnungen

Strategien & Konzepte ausgewählter Verkehrsträger

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Axel Schulz
Modul-Nr., Modultitel	5.1.3 / 5.2.3 Verkehrsträger
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht und Übungen
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Selbständige, schriftliche Bearbeitung ausgewählter Strategien & Konzepte einzelner Verkehrsträger aus allen Bereichen des Verkehrsträger-Managements.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollen nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, den Bereich der Verkehrsträger zu analysieren, beurteilen und zielgerichtet eigene Konzepte entwickeln zu können. Insbesondere sollen die Studierenden eine vertiefte Kenntnis der aktuellen starken Veränderungen im Bereich Verkehr & Mobilität erwerben und dabei sich den Veränderungen offensiv stellen können. Die Studierenden sollen die Geschäftsmodelle der verschiedenen Verkehrsträger (Flug, Schiff, Bahn und Strasse) in die Zukunft führen können.
Lehrmethoden	Selbständige, schriftliche Bearbeitung aktueller Themen aus gewählten Bereichen im Bereich des Verkehrsträgers (Flug, Schiff, Bahn und Strasse) durch die Teilnehmer. Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar und Blendend Learning.
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen LV	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Teil des Spezialisierungsmoduls
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schulz A., u.a., Grundlagen des Tourismus, 3. Aufl. Berlin 2019 ▪ Schulz A., Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 ▪ Schulz A., Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 ▪ Schulz A., Flughafen Management, München 2010 ▪ Conrady, R., Fichert F., Sterzenbach, R., Luftverkehr, 6. Aufl., München 2019
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Reiseveranstaltung und Reisevertrieb

Management und Marketing von Reiseveranstaltern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung setzt sich vertieft mit Fragen des strategischen und operativen Managements von Reiseveranstaltern sowie dem Management spezieller Aspekte bzw. Erscheinungsformen von Reiseveranstaltern auseinander. Weiterer Schwerpunkt ist das Marketing der Reiseveranstalter in der strategischen Analyse und der operativen Umsetzung.</p> <p>Strategisches Management beim Reiseveranstalter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Managements bei Reiseveranstaltern • Umfeldanalyse, Rahmenbedingungen, Marktsituation und Marktdynamik bei Reiseveranstaltern • Geschäftsmodelle • Arbeitsweise der Spezialreiseveranstalter • Strategisches Marketing von Reiseveranstaltern (Analyse, Marktforschung Konzeption, taktisches Marketing, Realisierung und Kontrolle) • Marktsegmentierung und Produktentwicklung • Management der Pauschalreise • Trends im Veranstaltermarkt <p>Spezielle Aspekte bei Reiseveranstaltern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten kleiner und mittelgroßer Reiseveranstalter sowie Großveranstalter und integrierter Reiseveranstalter • Preisbildung • Ertragsmanagement • Cash-Management und Währungsmanagement • Krisenmanagement <p>Operatives Management beim Reiseveranstalter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten von Studienreisen, Gruppen- und Rundreisen • Produktionsfaktoren des Reisens im Zielgebiet • Produktentwicklung, Kapazitätsplanung, Kalkulation, Angebotsdarstellung • Reiseleitung, Gästeführung und Reisedurchführung
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden dazu, die Reiseveranstalterbranche sowie deren spezialisierte Unternehmen und Geschäftskonzepte zu kennen, um durch die Aneignung strategischen Denkens später selbst dort agieren oder ein eigenes Reiseveranstalterunternehmen aufbauen zu können. Neben diesen eher strategischen Ansätzen sind die Studierenden zudem mit operativen Aspekten der Planung und Durchführung von Veranstalterreisen vertraut.</p>

Lehrmethoden	Seminaristische Vorlesung
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bastian, H.; Born, K. (Hg.): Der integrierte Touristikonzern, Oldenbourg 2004 • Dörnberg, A.; Freyer, W.; Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, DeGruyter/Oldenbourg 2018 • Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, UTB 2018, 2. Aufl. • Mundt, J.W. (Hg.): Reiseveranstaltung, Oldenbourg 2011, 7. Aufl. • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyter/Oldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 • Voigt, P.: Internationales Reiseveranstaltungsmanagement, Oldenbourg 2012 • Zeitschrift: "Fremdenverkehrswirtschaft" (FVW), Hamburg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Management von Reisemittlern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht und Übungen
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung gibt einen breiten Überblick über den Reisevertrieb und seine Strukturen sowie die Reisemittler im Tourismus. Dabei werden stationäre und Online-Reisemittler genauso thematisiert, wie bspw. TV-Reisender, mobile Verkäufer und Reisezentren. Das Seminar vermittelt weiterhin theoretische Grundlagen und vertieftes Wissen zum Management der Reisemittler und stellt diese vertieft für die stationären Reisebüros und die Online-Reisebüros (OTA) dar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Reisevertriebsmanagement

	<ul style="list-style-type: none"> • Management der online, stationären und mobilen Vertriebskanäle • Vertriebssteuerung und Incentivierung • Spezifisches Management von Reisebüros • Management der Online-Reisebüros (OTA) • Digitalisierung, Vertriebstechnologien und Ansätze der Künstlichen Intelligenz (AI) im Reisevertrieb • Marktstrukturen und Veränderungen im Reisevertrieb • Aktuelle Herausforderungen wie Fachkräftmangel, Konvergenz der Vertriebskanäle, Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sollen nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, die Vertriebskanäle der Touristik beschreiben, beurteilen und zielgerichtet einsetzen zu können.</p> <p>Insbesondere sollen die Studierenden eine vertiefte Kenntnis der aktuellen starken Veränderungen im Bereich Reisevertrieb erwerben und dabei sich den Veränderungen offensiv stellen können. Die Studierenden sollen die Geschäftsmodelle der verschiedenen Reisemittler – online, stationär und mobil – in die Zukunft führen können.</p>
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen und Fallbeispielen
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.</p> <p>Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Dörnberg, A.; Freyer, W.; Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, DeGruyter/Oldenbourg 2018 • Freyer, W.; Pompl, W.: Reisebüro-Management, Oldenbourg, 2008, 2. Aufl. • Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, UTB 2018 • Mundt, J.W. (Hg.): Reiseveranstaltung, Oldenbourg 2011, 7. Aufl. • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyter/Oldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 • Zeitschrift: "Fremdenverkehrswirtschaft" (FVW), Hamburg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine Einschränkung

Spezielle Reiseveranstaltung

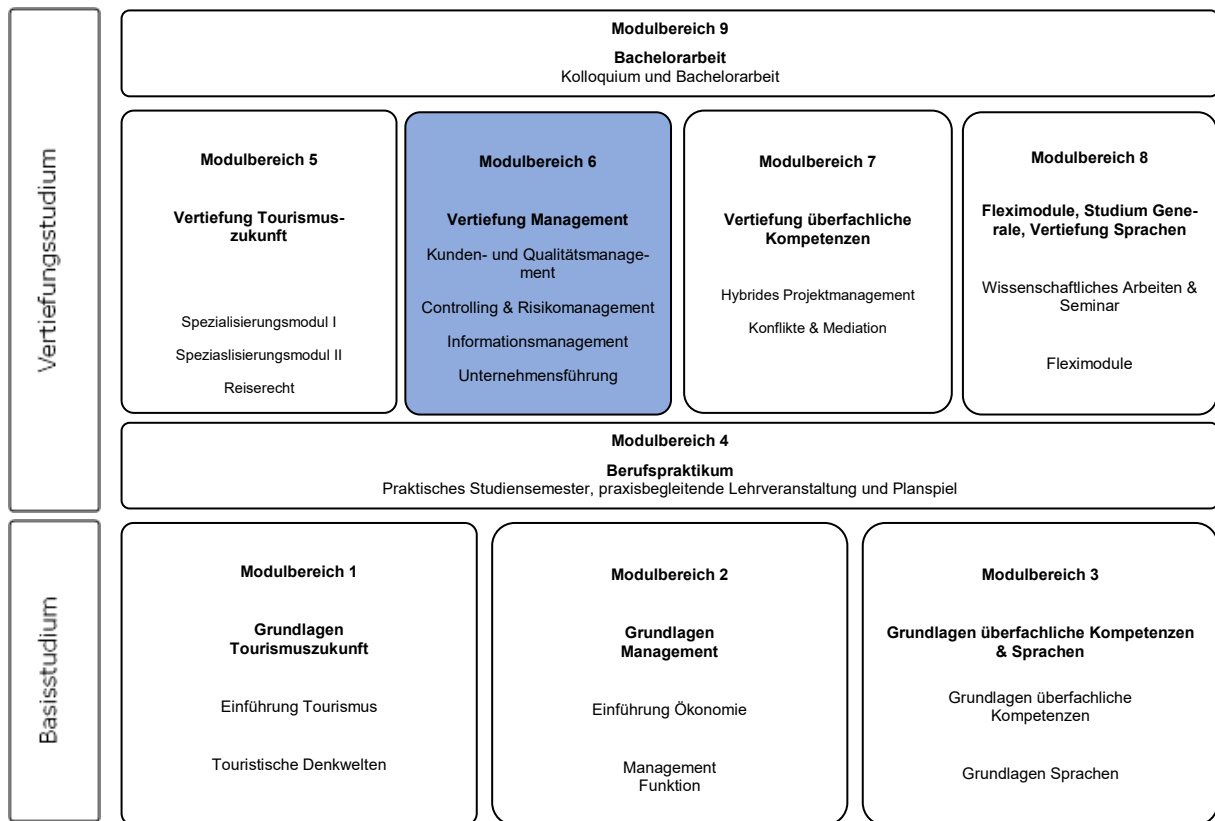
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung setzt sich mit spezifischen Aspekten der Reiseveranstaltung und des Reisevertriebs auseinander.</p> <p>Mögliche Themen können hierbei sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung der Reiseveranstalter • Nischenmärkte und Long Tail im Tourismus • Quellmarkt- und Zielgebietsanalysen • Besondere Formen der organisierten Reise • Aspekte des strategischen und operativen Marketings • Herausforderungen des Reisevertriebs <p>Dabei wird in der Regel ein Schwerpunktthema für ein Semester ausgewählt.</p> <p>Ziel ist die vertiefte, kritische Auseinandersetzung mit einem Schwerpunktthema nach wissenschaftlichen Maßstäben und die Erarbeitung einer eigenständigen Lösung für eine Problemstellung des jeweiligen Themas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Auseinandersetzung trägt dabei Projektcharakter und besteht als Gruppenarbeit aus einer thematischen Einführung, Zwischenberichten und einer Abschlusspräsentation mit Projektbericht.
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Im Fokus steht die Auseinandersetzung mit angewandten Problemen aus dem Bereich Reiseveranstaltung und Reisevertrieb.</p> <p>Die Studierenden lernen, sich in ein Thema einzuarbeiten, sich als Arbeitsgruppe zu organisieren und gemeinsam eine Projektarbeit durchzuführen und eine themenbezogene Lösung erarbeiten, zu präsentieren und schriftlich zusammenzufassen.</p>
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektarbeit, Blended Learning
Empfohlene Voraussetzungen	Seminaristischer Unterricht, Vortrag und Übungen
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.</p> <p>Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.</p>
Literatur	unterschiedlich je nach Thema
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

5.3 Reiserecht

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	5.3, Reiserecht
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	3 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Individualreiserecht, insbesondere Grundzüge der Fluggastrechteverordnung, des Beherbergungs- und Beförderungsrechts; Pauschalreisevertragsrecht und Reisevermittlungsrecht sowie Prüfung der korrekten Rechtsordnung und Gerichtsstand.
Lernziele / Lernergebnisse	Vermittlung des Pauschal- und Individualreiserechts mit den wesentlichen Rechtsproblemen und der aktuellen Rechtsprechung. Die Studierenden lernen, Fälle im Reiserecht selbständig zu lösen.
Lehrmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismusukunft angeboten. Wirtschaftsprivatrecht und Steuern sowie Arbeitsrecht
Literatur	Gesetze im Tourismus, 7. Auflage, TESSA 2021 Führich, Basiswissen Reiserecht, Vahlen, 5. Aufl., 2022
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Gebundene Gesetzessammlung

Modulbereich 6: Vertiefung Management



Ziel des Modulbereichs

Kunden- & Qualitätsmanagement

Der weltweite Wettbewerb in vielen Dienstleistungsbereichen im Spannungsverhältnis zwischen Qualitäts- und Preisorientierung beeinflusst sowohl das Nachfrageverhalten der Kunden als auch die Angebote der Unternehmen. Der Selektions- bzw. Innovationsdruck auf einheimische Produkte und Dienstleistungen wächst stetig. Zudem stellen gestiegene Kundenansprüche, digitale Kundenbewertungen (Reviews) oder Vergleichsplattformen Unternehmen vor große Herausforderungen. Ein modernes Kunden- und Qualitätsmanagement - eingebettet in die Unternehmensstrategie - wird damit zu einem zentralen Differenzierungs- und Wettbewerbsfaktor.

Anbieter mit Qualitätsanspruch versuchen Konsumenten über eine klare Kundenorientierung, besondere Kundenerlebnisse und qualitativ anspruchsvolle Produkte und Services zu gewinnen und zu binden. Neben der erwarteten Basisqualität sind insbesondere bei Dienstleistungen Begeisterungselemente zu schaffen, die ein konsequentes Kunden- und Qualitätsmanagement voraussetzen. Zudem bieten Service Excellence Konzepte neue Chancen, um Dienstleistungen weiterzuentwickeln und u.a. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu steigern.

Controlling & Risikomanagement

Als Teilbereich des unternehmerischen Führungssystems übernimmt das Controlling die Koordination für Planungs- und Steuerungsprozesse im Unternehmen. Es wirkt darauf hin, dass Entscheidungen durch die Verantwortlichen im Unternehmen auf Basis einer guten Informationsgrundlage rational getroffen werden können. Im Risikomanagement werden Risiken für den individuellen Geschäftsbetrieb systematisch erfasst und bewertet. Studierende kennen nach Belegung des Moduls die wichtigsten Problemstellungen im Controlling und Risikomanagement. Durch die Vermittlung moderner wie etablierter Instrumente sind sie in der Lage, den unternehmensindividuellen Herausforderungen methodisch sicher zu begegnen.

Informationsmanagement

Das Ziel des Moduls ist es, die Studierenden allgemein mit der Digitalisierung der Wirtschaft und speziell mit grundlegenden Konzepten des Informationsmanagements vertraut zu machen. Dazu werden aktuelle Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation bei Dienstleistungsunternehmen bzw. touristischen Unternehmen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden aktuelle digitale Technologien für das Management und digitale Geschäftsprozesse im Tourismusmanagement diskutiert.

Unternehmensführung

Die Studierenden sollen die Bedeutung von Strategie und strategischem Management verstehen lernen. Am Ende der Veranstaltung sind sie in der Lage, Umwelt und Unternehmen vor dem Hintergrund des Strategieprozesses zu analysieren. Zudem wird ihnen der Stellenwert von Personal und Organisation bei Gestaltung und Umsetzung von Strategien gezeigt.

Modulverantwortlich

Prof. Brysch

Prof. Dr. Mayer

Prof. Dr. Keller

Prof. Dr. Reißner

6.1 Kunden- & Qualitätsmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Armin Brysch
Modul-Nr., Modultitel	6.1, Kunden- & Qualitätsmanagement
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	Deutsch (SoSe), englisch (WiSe)
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Der weltweite Wettbewerb in vielen Dienstleistungsbereichen im Spannungsverhältnis zwischen Qualitäts- und Preisorientierung beeinflusst sowohl das Nachfrageverhalten der Kunden, als auch die Angebote der Unternehmen. Der Selektions- bzw. Innovationsdruck auf einheimische Produkte und Dienstleistungen wächst stetig. Zudem stellen gestiegene Kundenansprüche, digitale Kundenbewertungen (Reviews) oder Vergleichsplattformen Unternehmen vor große Herausforderungen. Ein modernes Kunden- und Qualitätsmanagement - eingebettet in die Unternehmensstrategie - wird damit zu einem zentralen Differenzierungs- und Wettbewerbsfaktor.</p> <p>Anbieter mit Qualitätsanspruch versuchen Konsumenten über eine klare Kundenorientierung, besondere Kundenerlebnisse und qualitativ anspruchsvolle Produkte und Services zu gewinnen und zu binden. Neben der erwarteten Basisqualität sind insbesondere bei Dienstleistungen Begeisterungselemente zu schaffen, die ein konsequentes Kunden- und Qualitätsmanagement voraussetzen. Zudem bieten Service Excellence Konzepte neue Chancen, um Dienstleistungen weiterzuentwickeln und u.a. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu steigern. In diesem Kontext hat die Differenzierung auf der Grundlage von Erfahrungen und Erlebnissen an Bedeutung gewonnen. Es werden Methoden für ein erfolgreiches Management von Kundenbeziehungen und -erlebnissen vorgestellt.</p> <p>Zu den Kursinhalten gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Customer Experience Management • Kundenzufriedenheit, -loyalität, -bindung • Touchpoint Management • Management von Kundendaten • Grundlagen der Qualitätstheorie • Qualitätsmanagement (QM) und QM-Systeme, • Messung der Dienstleistungsqualität, • Grundlagen von Service Excellence, • Planung und Umsetzung des QM, • QM in der Tourismus- und Freizeitbranche.

Lernziele / Lernergebnisse	<p>Im Fokus stehen die Auseinandersetzung mit dem komplexen Kunden- und Qualitätsbegriff im Dienstleistungssektor und die Vermittlung von kunden- und qualitätstheoretischen Grundlagen, Modellen und Instrumenten. Ferner werden für den Servicesektor relevante Qualitätsmanagementansätze vorgestellt und aktuelle Praxisbeispiele erörtert.</p> <p>Am Ende dieser Lehrveranstaltung sollen die Studierenden im Sinne eines kompetenzorientierten Ansatzes in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung von Kundenerlebnissen als Differenzierungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil für moderne Unternehmen zu verstehen, • das Konzept und Methoden des Kundenerlebnismagements (CEM) zu erläutern, • die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und Kundentreue für den Unternehmenserfolg zu erkennen, • fachübergreifend die Bedeutung von Qualität und eines Qualitätsmanagements für Dienstleistungsunternehmen zu verstehen sowie die Dimensionen und Merkmale von Dienstleistungsqualität zu erkennen und analysieren zu können, • methodisch die zentralen Modelle zur Analyse von Dienstleistungsqualität kontextspezifisch auszuwählen und bestimmte Qualitätsmessverfahren bzw. Instrumente in ihren Grundzügen anzuwenden, • fachbezogen für die Tourismus- und Freizeitbranche die Bedeutung und Einsatzmöglichkeiten des Qualitätsmanagements für Unternehmen und Destinationen zu verstehen sowie wichtige Initiativen und Wettbewerbe zu Weiterentwicklung der Leistungsträger einzuordnen.
Lehrmethoden	Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallbeispiele (Best Practice Tag), Gastvortrag
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium und Zulassung zum Schwerpunkt
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M. (2023). Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles–Concepts–Methods. Springer Nature. • Bruhn, Manfred (2020): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Berlin/Heidelberg • Kilian, K., Kreutzer, R.T. (2022). Customer-Experience-Management. In: Digitale Markenführung. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34351-4_4 • Pennington, A. (2016): The Customer Experience Book: How to Design, Measure and Improve Customer Experience in Your Business, Pearson Education • Klaus, P. (2015): Measuring Customer Experience: How to Develop and Execute the Most Profitable Customer Experience Strategies, Palgrave Macmillan • Brysch, A., Winz, G. (2013): Wenn Kundenbegeisterung entscheiden soll – Neuer Leitfaden zur Einführung von Service Excellence, QZ, 58 J., 4, München, S. 22-25
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation Fallbeispiel (50%) und Schriftliche Prüfung (50%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten für die schriftliche Prüfung
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

6.2 Controlling & Risikomanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	6.2, Controlling & Risikomanagement
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Controlling-Grundlagen (z.B. Entwicklung und Aufgaben, Rollenverständnis, Anforderungen, Organisation) • Ergebnisrechnung (z.B. DB-Rechnung, Abweichungsanalyse) • Operative, taktische und strategische Planung und Kontrolle (z.B. Budgetierungsprozess) • Kennzahlen u. Kennzahlensysteme (z.B. Basiskennzahlen, SV-Konzept, BSC) • Reporting (z.B. Richtlinien, prakt. Beispiele) • Riskikomanagement Grundlagen • Risikokultur und Risikomanagementprozess • Risikoidentifikation und –bewertung • Risikostrategien
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten Einblick in das Aufgabenspektrum des Controllings und Risikomanagements und entwickeln anhand von Theorie und praktischen Beispielen ein Verständnis für sowohl Grundlagen als auch moderne und auf die Tourismusbranche abgestimmte Ansätze. Die Studierenden werden befähigt, die ermittelten Ergebnisse kritisch zu betrachten, zu bewerten und weiterzuentwickeln.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzung für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Baut inhaltlich anteilig auf den Modulen 2.2.2.1 und 2.2.2.2 auf.
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag • Preißner, A.: Praxiswissen Controlling: Grundlagen – Werkzeuge – Anwendung, Verlag Carl Hanser • Peemöller, V.: Controlling – Grundlagen und Einsatzgebiete, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe • Küpper, H.U.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Schäffer-Poeschel Verlag

	<ul style="list-style-type: none">• Vanini U., Rieg, R.: Risikomanagement: Grundlagen – Instrumente – Unternehmenspraxis, Schäffer-Poeschel-Verlag• Wolke, T.: Risikomanagement, DeGruyter Oldenbourg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	In der Regel nicht programmierbarer Taschenrechner

6.3 Informationsmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Robert Keller
Modul-Nr., Modultitel	6.3, Informationsmanagement
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	V/SU/BL
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Digitalisierung hat einen großen Einfluss auf die Dienstleistungswirtschaft und den Tourismus. Dabei eröffnet sie große Chancen für Unternehmen, birgt aber auch Risiken.</p> <p>Die Veranstaltung „Informationsmanagement“ greift aktuelle Themen rund um digitale Technologien auf und beleuchtet deren Relevanz und Konsequenzen. Dazu zählen u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Disruption und digitale Transformation • Neue Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung • Prozessmanagement • Besucherlenkung und Mobilität • Rolle und Einfluss digitaler Plattformen
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Der Kurs vermittelt ein vertiefendes Wissen im Bereich Informationsmanagement und der darauf aufbauenden digitalen Wirtschaft.</p> <p>Auf Basis des Kurses können Studierende entsprechende Phänomene in der Dienstleistungsbranche verstehen, erklären und bewerten.</p>
Lehrmethoden	V/SU/BL
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Gimpel, H. and Röglinger, M., 2015. Digital Transformation: Changes and Chances – Insights based on an Empirical Study, Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT. • Krömer, H. (2015): Informationsmanagement, Springer, Berlin. • Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Schumann, M., Hess, T., Buxmann, P. (2017) Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer. Berlin.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

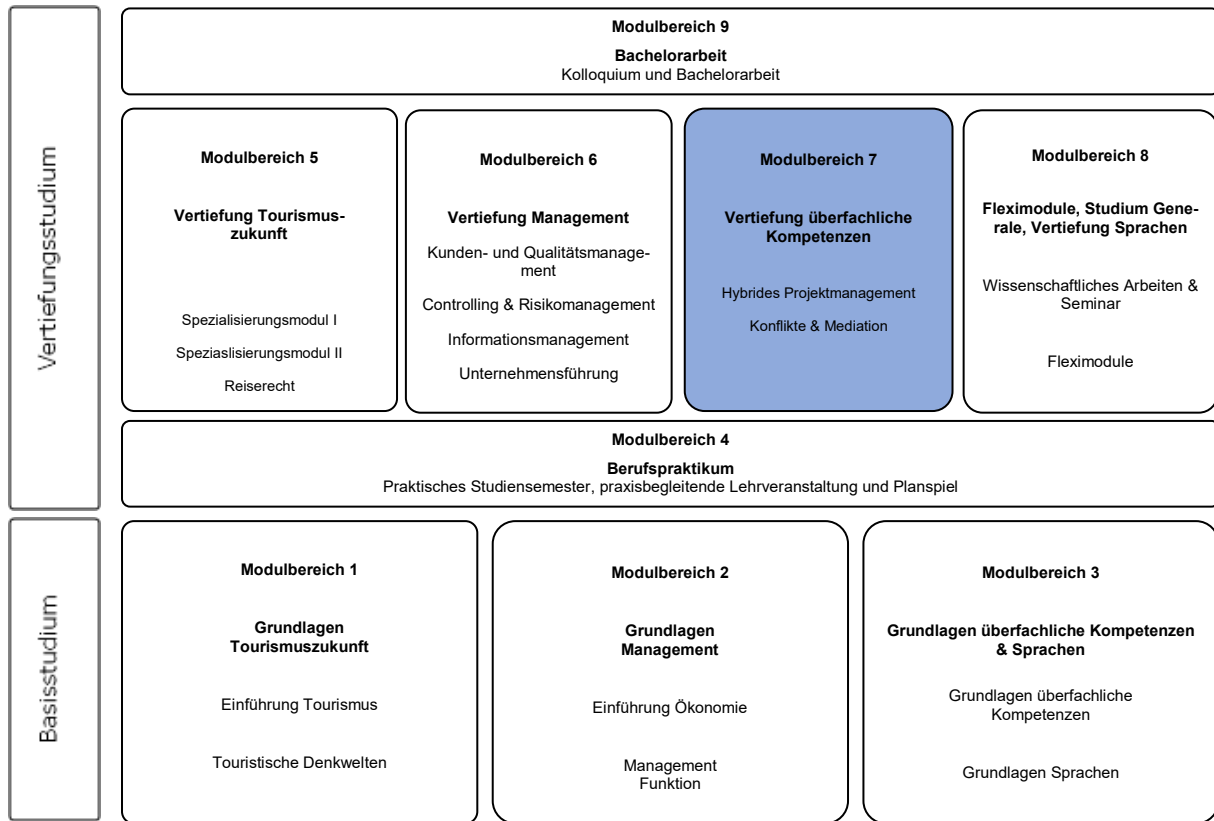
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner
-------------------------	---------------------------------------

6.4 Unternehmensführung

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Peter Reißner
Modul-Nr., Modultitel	6.4, Unternehmensführung
Semester	7
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung – Überblick Unternehmung und Unternehmensführung • Grundlagen des strategischen Managements • Analyse der strategischen Ausgangslage • Umweltanalyse • Unternehmensanalyse • Organisation und Organisationsgestaltung • Personal und Führung • Strategische Analyse • Vision, Leitbild, Unternehmenskultur, Zielsysteme • Strategieentwicklung • Strategieumsetzung und –kontrolle • Change Management
Lernziele / Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung von Strategie und strategischem Management verstehen können • Umwelt und Unternehmen vor dem Hintergrund des Strategieprozesses analysieren können • Den Stellenwert von Personal und Organisation bei Gestaltung und Umsetzung von Strategien erkennen können • Handlungsoptionen aus der strategischen Analyse ableiten können • Prozesse zur Strategie-Entwicklung, -Umsetzung und –Kontrolle aufzeigen können
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Vorträge, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Unternehmensführer/innen müssen gut kommunizieren können. Dieses Modul ist deshalb stark interaktiv ausgelegt. Beteiligen Sie sich an spannenden tagesaktuellen Diskussionen, präsentieren Sie Ihre Argumente überzeugend und bearbeiten Sie selbständig anspruchsvolle Fallstudien in der Kleingruppe! Zulassungsvoraussetzung: keine

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Ergänzung zu den Spezialisierungsmodulen und 8.2.2. Planspiel
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Hungenberg, Wulf: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer, Berlin • Schreyögg, Koch: Grundlagen des Managements, Springer Gabler, Berlin
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation (30%) und schriftliche Prüfung (70%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Modulbereich 7: Vertiefung überfachliche Kompetenzen



Ziele des Modulbereichs

Zur Vertiefung der überfachlichen Kompetenzen werden den Studierenden im Vertiefungsstudium einschlägige Kenntnisse in den Bereichen „Hybrides Projektmanagement“ und „Konflikte und Mediation“ vermittelt.

Hybrides Projektmanagement

Unabhängig von der Branche, ob es sich um staatliche Institutionen, private Unternehmen oder NGOs handelt, die Projektarbeit ist heutzutage sowohl aus dem operativen Tagesgeschäft als auch in der strategischen Entwicklung von Organisationen nicht mehr wegzudenken. Den Studierenden werden im Modul „Hybrides Projektmanagement“ wichtigen Methodiken und Techniken aus klassischen und agilen Projektmanagementansätzen vermittelt. Die Studierenden lernen, unter welchen Voraussetzungen eine Kombination aus beiden Verfahrensweisen am effizientesten eingesetzt werden kann.

Konflikte und Mediation

Während in den Grundlagen der überfachlichen Kompetenzen die sprachlichen und kulturellen bzw. interkulturellen Themen bearbeitet werden, soll dies in der Vertiefung anwendungsorientiert erweitert werden. Dazu werden im Fach Konflikte und Mediation systematisch Werkzeuge und Methoden erarbeitet, um mit Konflikten in Teams und in Projekten umgehen zu können. Die Studierenden lernen das Werkzeug der Mediation in seinen Grundlagen kennen, beschäftigen sich systematisch mit Konfliktgestaltung, -entwicklung und -bewältigung und lernen erste Aspekte des Verhandels kennen. Sie können über ethische Positionen in Konflikten reflektieren und rechtliche Aspekte kennenlernen. Im Vordergrund stehen dabei allgemein Konflikte im beruflichen Umfeld sowie spezifische Konflikte und Konfliktlösungen im Tourismus.

Modulverantwortlich

Prof. Dr. U. Bauer, Prof. Dr. Mayer

7.1 Hybrides Projektmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	7.1, Hybrides Projektmanagement
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Klassisches Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen (z.B. Relevanz, Begriffsdefinitionen/ Abgrenzungen, Selbsteinschätzung der Studierenden) • Projektorganisation • Projekthierarchie und Rollen • Projektleitdokumentation • Risikomanagement im Projekt • Stakeholdermanagement/Kommunikationskonzept des Projekts • Wirtschaftlichkeitsrechnung • Tools (z.B. Milestoneplanung/Zeitpläne, Offene-Punkte-Listen, Abnahmeprotokolle) <p>Agiles Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen (Agilitätsbegriff, Arten von Projekttypen, etc.) • Scrum (Theorie und Anwendung) • Agile Organisationsgestaltung • Technologische und organisatorische Schulden. <p>Hybrides Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von Techniken und Verfahren um – je nach konkreter Projektkonstellation – aus klassischen und agilen Ansätzen zu wählen, um das Projekt am effektivsten und effizientesten steuern zu können. • Projektarbeit, Präsentation und Reflektion
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, Projekte systematisch unter Berücksichtigung der individuellen Unternehmens- und Projektanforderungen sowie unter Einbezug klassischer wie agiler Methoden zu führen bzw. mitzugestalten. Es werden die Grundlagen und relevantesten Techniken aus der klassischen und agilen Herangehensweise vermittelt. Dies geschieht neben der theoretischen Wissensvermittlung vor allem auch anhand von konkreten praktischen Fallbeispielen.</p> <p>Parallel zur Vorlesung erlernen die Studierenden durch eine Projektarbeit und deren Präsentation weitere wichtige Schlüsselkompetenzen im Rahmen eines Projektes (u.a. Priorisierung und Koordination).</p>
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, je nach Semesterprojekt zu Beginn in Blöcken

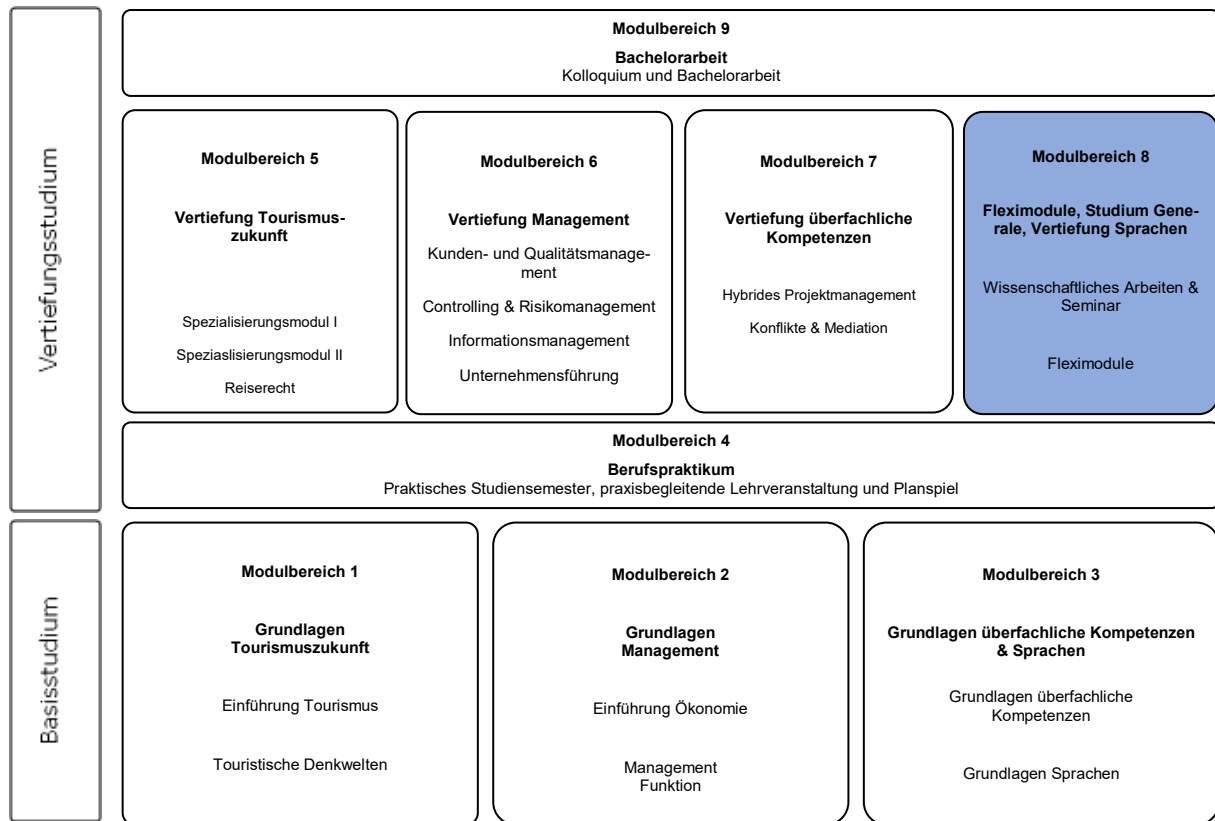
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzung für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Alle Lehrveranstaltungen mit Durchführung einer Projektarbeit.
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Jenny, B., Projektmanagement, VDF-Verlag • Timinger, H., Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybriden Vorgehen zum Erfolg, Wiley Verlag • Kuster, J., Handbuch Projektmanagement: Agil, Klassisch, Hybrid, Springer Gabler Verlag • Bürger, O., Fridgen, G., Kleindienst, D., Manderscheid, J., Zare Garizy, T., An IT project as a plaything of its organizational environment: long-term challenges in financial services, Journal of Information Technology Teaching Cases • www.agilemanifesto.org, www.scrumalliance.org
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

7.2 Konflikte & Mediation

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	7.2, Konflikte & Mediation
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Seminare über Konflikte und Mediation gibt es viele, aber die meisten betrachten entweder nur die juristische Mediation oder die innerbetriebliche Konfliktlösung. In dieser Lehrveranstaltung soll der Bogen weiter gespannt werden: Konflikte im beruflichen wie im privaten Kontext können oft mit mediativen Elementen ausgeräumt oder zumindest handhabbar gemacht werden.</p> <p>Das Mediationsgesetz schreibt inzwischen für viele Konflikte sogar die Mediation als erste Lösung vor. Das gilt auch im Tourismus.</p> <p>Je dichter die Zahl der Akteure, umso größer das Konfliktpotential. Daher ist Mediation z.B. im Destinationsmanagement für den dauerhaften Erfolg von großer Bedeutung. Auch für viele Aspekte des Projektmanagements und überhaupt jede Führungsposition sind Grundkenntnisse der Mediation, von Techniken wie Perspektivwechsel, „Interessen hinter Positionen“ usw. sehr wertvoll.</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung werden nicht-juristische Ansätze der Mediation mit Bezug zum Coaching präsentiert.</p> <p>Nach Möglichkeit werden professionelle Mediatoren und Coaches als Gastdozenten eingeladen.</p>
Lernziele / Lernergebnisse	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konflikte beschreiben und bewerten können • Positionen, Argumente und Motive in Konflikten unterscheiden • mit geeigneten Methoden Ursachen von Konflikten vermuten können (Szenario-Technik) • mit geeigneten Methoden Konflikte vorwärts entwickeln können (Critical Incident Methode) • Konflikte gezielt verschärfen oder abmildern können • Konflikte in Teams und am Arbeitsplatz einordnen können • Grundlagen der Mediation kennen, und diese von juristischem Vorgehen unterscheiden können; • Den grundsätzlichen Ablauf von Mediationsprozessen kennen; • Die Voraussetzung für Mediationen kennen • Die Bedeutung der Mediation im deutschen Recht kennen (Mediationsgesetz); die Rolle zertifizierter Mediatoren kennen; • Konflikte zwischen Juristen und Mediatoren in der Herangehensweise verstehen; • Coaching, Mediation, Schlichtung, Beratung und Training voneinander unterscheiden können und jeweils geeignete Interventionsformen unterscheiden und begründen können;

	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrere praktische Mediationsübungen durchgeführt haben; • Mediationsformen mit Tourismusbezug (z.B. im Destinationsmanagement) kennen • Mediationsformen und -pflichten im Tourismus kennen;
Lehrmethoden	Mixed Method Fachliteratur, Übungen, Rollenspiele, Präsentationen, Fallbeispiele
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Vor allem zu Tourismusrecht; ebenso zu allen Schwerpunkten.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Diez, Hannelore (2005) Werkstattbuch Mediation. Köln: Cfm • Disselkamp, Marcus et al. (2004) Wirtschaftsmediation. Verhandeln in Konflikten. Frankfurt a.M. Bund • Fisher, Roger & Daniel Shapiro (2005) Erfolgreich verhandeln mit Gefühl und Verstand. Frankfurt a.M.: Campus • Klappenbach, Doris (2011) Mediative Kommunikation. Konfliktfähig für den Alltag. Paderborn: Junfermann • Mühlen, Alexander von zur (2005) Internationales Verhandeln. Konfrontation, Wettbewerb, Zusammenarbeit. Münster: LIT • Schranner, Matthias (2009) Teure Fehler. Die sieben größten Irrtümer in schwierigen Verhandlungen. München: Econ • Schranner, Matthias (2016) Verhandeln mit Erfolg Ziele, Strategien, Taktiken. • Schweizer, Adrian (Hg.) (2021) Konfliktlösung ohne Gericht - Wirtschaftsmediation, Coaching, Nachhaltigkeit. 3 Bände. Berlin: BWV • Sterbenz, Kathrin (2013) Mediation im Destinationsmanagement. Akademikerverlag • Weckert, Al & Monika Oboth (2014) Mediation für Dummies. Wiley.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Modulbereich 8: Fleximodule, Studium Generale und Vertiefung Sprachen



Ziel des Modulbereichs

Fleximodule

Aus dem Angebot an Fleximodulen der Fakultät Tourismus-Management können Studierende in ihrem Studium Module frei wählen, die den beruflichen Vorstellungen und Interessenslagen am besten entsprechen. Die Studierenden erwerben durch den Besuch eines jeden Fleximoduls eine Erweiterung ihres Fachwissens, welches sie im späteren beruflichen Umfeld anwenden und ausbauen können. Sie sind in der Lage entsprechend den gewählten Modulen spezifische Aufgabenstellungen selbstständig zu lösen. Sie können Lösungsansätze kritisch hinterfragen und Problemlösungen vorantreiben.

Es sind mindestens zwei Fleximodule zu belegen sowie Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer und die Vertiefungen der 2. Fremdsprache IV und V.

Alternativ kann ein drittes Fleximodul absolviert werden anstelle Allgemeinwissenschaftlicher Wahlpflichtfächer. Darüber hinaus kann ein viertes Fleximodul absolviert werden anstelle der Vertiefung der 2. Fremdsprache IV und V.

Wissenschaftliches Arbeiten & Studium Generale

Wissenschaftliches Arbeiten

Das Modul soll die Studierenden mit den Gepflogenheiten des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut machen und sie damit auf das Verfassen einer Bachelorarbeit vorbereiten. Es zielt darauf ab, die Forschungskompetenzen der Studierenden zu entwickeln. Sie werden ermutigt und befähigt, ihre analytischen und technischen Forschungsfähigkeiten zu entwickeln, um wissenschaftliche Arbeiten durchführen zu können. Ferner befähigt das Seminar die Studierenden, ihre Erkenntnisse überzeugend vorzutragen und zu verteidigen.

Allgemeinwissenschaftliche Wahlfächer

Die Allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtfächer vermitteln Einsicht in Zusammenhänge, die über das Fachstudium im engeren Sinne hinausgehen. Die Fächer gewähren Einblicke in die Denk- und Arbeitsweisen fachfremder Gebiete und schaffen damit die Voraussetzungen für die später vielfach notwendige Teamarbeit.

Vertiefung Sprachen

Nach Beendigung des Modulbereichs 9 sind die Studierenden in der Lage, an im Geschäftsleben vorkommenden Kommunikationssituationen in der Fremdsprache aktiv teilzunehmen. Sie sind mit Unternehmen, Verhalten, Sitten und Gebräuche der jeweiligen Länder sensibilisiert und sind fähig, die erworbenen Kompetenzen in ihrem Alltags- und Berufsumfelds richtig einzusetzen.

Fremdsprache Englisch:

Die Studierenden können

- erfolgreich zu wirtschaftsbezogenen Themen und Besprechungen beitragen,
- den herkömmlichen Schriftverkehr im Geschäftsleben entwerfen sowie entsprechende Berichte verfassen,
- komplexe Fachartikel aus der Wirtschaft verstehen und diskutieren.

Fremdsprache Spanisch / Französisch:

Die Studierenden sind fähig

- an Diskussionen zu Themen aus dem Bereich des Tourismus und tätliches Leben teilzunehmen,
- private und berufliche Mitteilungen zu entwerfen und von Erfahrungen und Eindrücken zu berichten,
- Fachartikel aus dem Tourismus zu verstehen und diese relevanten Informationen zu entnehmen und ihre Meinung zu erläutern,
- zu vertrauten Themen tourismusbezogener Fachgebiete einfach kommunizieren.

Modulverantwortlich

Ana Fernández-Fernández

8.1 Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser
Modul-Nr., Modultitel	8.1, Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	3 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Online-Selbststudium): Wissenschaftstheorie, Basiskompetenzen, Themenfindung und Erstellung der Forschungsfrage, Literaturrecherche und Zeitmanagement, Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung, Qualitätskriterien der Forschung, verfassen einer schriftlichen Arbeit, mündliche Präsentationstechniken • Selbständige, schriftliche Bearbeitung aktueller Themen aus ausgewählten Bereichen des Tourismus durch die Seminarteilnehmer unter Berücksichtigung der Vorgaben für wissenschaftliches Arbeiten. • Präsentation der Ergebnisse der Seminararbeit.
Lernziele / Lernergebnisse	Das Modul soll die Studierenden mit den Gepflogenheiten des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut machen und damit sie auf das Verfassen einer Bachelorarbeit vorbereiten. Es zielt darauf ab, die Forschungskompetenzen der Studierenden zu entwickeln. Sie werden ermutigt und befähigt, ihre analytischen und technischen Forschungsfähigkeiten zu entwickeln, um wissenschaftliche Arbeiten durchführen zu können. Ferner befähigt das Seminar die Studierenden, ihre Erkenntnisse überzeugend vorzutragen und zu verteidigen.
Lehrmethoden	Online-Lehre, Seminaristischer Unterricht, selbständige Recherche und Verfassen einer Seminararbeit, Präsentation
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Methodische Verknüpfung vor allem zu den Vertiefungsfächern, Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelorarbeit.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Berger-Grabner, Doris (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Wiesbaden • Disterer, Georg (2014): Studienarbeiten schreiben - Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, 7. Aufl., Berlin Heidelberg

	<ul style="list-style-type: none"> • Lück, Wolfgang / Henke, Michael (2014): Technik des wissenschaftlichen Arbeitens - Seminararbeit, Diplomarbeit, Dissertation, 10. Aufl., München • Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Weinheim, Beltz. (als eBook in der Bibliothek verfügbar) • Oehrlich, Marcus (2015): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin: Springer (als eBook in der Bibliothek verfügbar) • Schöneck, Nadine & Voß, Werner (2013): Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung, Auswertung. Wiesbaden: Springer • Theisen, Manuel Renè (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit 16. Aufl., München, Vahlen
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	<p>In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme an einer Einführungsveranstaltung und an Einzelcoachings der Betreuerin/des Betreuers • Nachweis der Teilnahme am Online-Kurs zum wiss. Arbeiten • Seminararbeit (80 %), Präsentation der Ergebnisse (20 %) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Fleximodule I-IV

Die folgenden Fleximodule wurden in den vergangenen Semestern mindestens einmal angeboten. Das Angebot der Fleximodule setzt sich semesterweise zusammen. Folgende Module sind exemplarisch für die Angebote in den letzten drei Semestern.

Spa-, Wellness- und Gesundheitstourismus	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Jüster
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Zunächst erhalten die Studierenden einen Einblick in die Gesundheitswirtschaft in Deutschland, lernen deren volkswirtschaftliche Bedeutung kennen und befassen sich mit den wesentlichen Akteuren im Feld.</p> <p>Darauf aufbauend erhalten die Studierenden einen Einblick in unterschiedliche Facetten des Spa-, Wellness- und Gesundheitstourismus. Anhand ausgewählter wie aktueller Beispiele wird Gesundheitstourismus als Teil einer Destinationsentwicklung erläutert sowie deren Akteure vorgestellt. Weiterhin werden Aspekte komplementärmedizinischer wie naturheilkundlicher</p>

	<p>Verfahren in Bezug auf den Gesundheitstourismus vorgestellt. Diese werden in Bezug zu wesentlichen Indikationsbereichen erläutert.</p> <p>Aspekte des Klimawandels - sowie des nachhaltigen Tourismus - werden ebenso einbezogen und der alpine Raum in seiner Bedeutung für den Gesundheitstourismus vorgestellt.</p>
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, Aufgaben und Entwicklungen im Bereich des Gesundheitstourismus erfolgreich zu gestalten. Sie werden dazu befähigt entsprechende Marktanalysen und Benchmark-Studien zu entwickeln, Angebote zu schaffen, Anbieternetzwerke zu gestalten und ein Special-Interest-Marketing vorzubereiten.</p>
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Blended Learning
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Spezialisierungsmodul Destinationsmanagement</p>
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • BERG, Waldemar: „Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus“, Oldenburg 2008 • BUSSE, Reinhard, RIESBERG, Annette: „Gesundheitssysteme im Wandel“, Berlin, 2005 • DOSTALL, Adrain: „Potentiale im zweiten Gesundheitsmarkt: Wellness, Gesundheitsvorsorge und Gesundheitsreisen“, 2011 • ILLING, Kai-Torsten, 2009: „Gesundheitstourismus und Spa-Management“, 2009, München • KRCZAL, Albin,: „Wellness und Produktentwicklung,“ Berlin, 2006 • NAGEL, Eckhard: „Das Gesundheitswesen in Deutschland“, Köln, 2007 • RULLE, HOFFMANN, KRAFT: „Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus“, Berlin 2010 • SCHWIGER, Jürgen: „Megatrend Gesundheitstourismus: Abgrenzung und Entwicklung“, Hamburg, 2007 • SMITH, Melanie, PUCZKO, Lázló,: „Health and Wellness Tourism“, Amsterdam ...2009
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftl. Ausarbeitung und Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	keine

„Tourismusrecht“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III Tourismusrecht
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester

Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Vertragsaufbau, Vertragsprüfung und AGB sowie Konditionenempfehlungen</p> <p>Das Recht der Luftbeförderung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luftbeförderungsvertrag, IATA • Montrealer Übereinkommen • Fluggastrechteverordnung VO(EG) 261/2004 • Haftung des Luftfrachtführers • Schlichtung <p>Das Recht der Bahnbeförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtsgrundlagen • Bahnbeförderungsvertrag • Haftung für Verspätung, Reisegepäck, Unfallhaftung • Schlichtung bei söp <p>Das Recht der Busbeförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Busbeförderungsvertrag • Haftung des Busunternehmers • Fahrgastrechte für Passagiere von Fernbussen <p>Das Recht der Schiffsbeförderung</p> <p>Markenrecht im Tourismus</p> <p>Urheberrecht und Medienrecht im Tourismus (Persönlichkeitsrechte - Fotografie), Lizenzen, Verwertungsgesellschaften</p> <p>Rechtsprobleme in der Hotellerie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beherbergungsvertrag • PAngV • AGB • Stornierung • Besondere Haftung des Gastwirts • Datenschutz
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Erkennen von rechtlichen Problemen und Risiken in Rechtsgebieten, die im Tourismus eine erhebliche Relevanz einnehmen.</p> <p>Anhand aktueller Probleme / Urteile / Gesetzesvorhaben werden die jeweiligen Rechtsgebiete herausgearbeitet, dargestellt und Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt;</p> <p>Diskussion und Argumentation in der Gruppe.</p> <p>Der Student lernt, Fälle in den jeweiligen Rechtsgebieten selbständig zu lösen.</p>
Lehr-/Lernmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Wirtschaftsprivatrecht und Steuern</p> <p>Reiserecht</p>
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetze im Tourismus, TESSA 2017 • Führich, Basiswissen Reiserecht, Vahlen, 3. Aufl., 2015

Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftl. Ausarbeitung und Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Eine unkommentierte, gebundene Gesetzessammlung

„Design-Thinking und Innovationsmodelle in der touristischen Produktentwicklung“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Jüster
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III Design-Thinking und Innovationsmodelle in der touristischen Produktentwicklung
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar
Leistungspunkte/Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Das Modul befasst sich mit unterschiedlichen Formen, Methoden und Techniken der Innovation und bespricht folgende Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design Thinking • Business-Modell Canvas • Value Proposition Design • Arbeiten mit Avataren • SWOT-Analyse • Pest-Analyse • VUCA • Scrum • Impact-Modelle • Entwicklungsprozesse • Business-Modelle • Blue-Ocean-Strategie • Engpassorientierte Strategie (EKS) <p>Diese werden konkret auf touristische Entwicklungsszenarien angewendet und bearbeitet. Ziel ist es, Innovation und Produkt- bzw. Destinationsentwicklung mit Hilfe von Design-Thinking-Tools zu gestalten.</p>
Kompetenzen / Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, Aufgaben und Entwicklungen im Bereich der Design-Thinking orientierten Innovation zu gestalten.
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht/Blendet Learning
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Spezialisierungsmodul Destinationsmanagement
Literaturempfehlungen	<p>ANDRESEN, Judith, 2018: Agiles Coaching. Die neue Art Teams zum Erfolg zu führen, Hanser, München</p> <p>BRANDES, Ulf/ GEMMER, Pascal/ KOSCHEK, Holger/ SCHÜLTEKEN, Lydia, 2014: Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, Campus, Frankfurt</p> <p>BRENNER, Walter/UEBERNICKEL, Falk, (Hrsg.), 2016: Design Thinking for Innovation. Research and Practice, Springer, Heidelberg</p> <p>DOWNES, Larry, 2009: The Laws of Disruption, Basic Books, New York</p> <p>FRIEDRICH, Kerstin/ MALIK, Fredmund/ SEIWERT, Lothar (2009): Das große 1x1 der Erfolgsstrategie. EKS – Erfolg durch Spezialisierung, Gabal</p> <p>FUEGLISTALLER, Urs/ MÜLLER, Christoph/ MÜLLER, Susan/ VOLERY, Thierry: Entrepreneurship. Modelle-Umsetzung-Perspektiven, Springer, Heidelberg</p> <p>GERSTBACH, Ingrid, 2017: Design Thinking im Unternehmen. Ein Workbook für die Einführung von Design Thinking, Gabal, 2017</p> <p>GLOGER, Boris, 2013: SCRUM. Produkte zuverlässig und schnell entwickeln. Hanser, München</p> <p>GLOGER, Boris/ MARGENTICH, Jürgen, 2018: Das Scrum-Prinzip. Agile Organisationen aufbauen und gestalten, Schäffer/Poeschl, Stuttgart</p> <p>HOFFMEISTER, Christian, 2015: Digital Business Modelling, Hanser, München</p> <p>HUBER, Luki/ VELDMAN, Gerrit Jan, 2016: Manual Thinking, Gabal, München</p> <p>KIM, Chan/MAUBORGNE, Renée, et. al., 2016: Der Blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt, Hanser, München</p> <p>KURZ, Bettina/ KUBEK, Doreen, 2017: Kursbuch Wirkung, PHINEO, Bertelsmann Stiftung, Berlin</p> <p>LALOUX, Frederic, 2015: Reinventing Organizations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. Vahlen, München</p> <p>OSTERWALDER, Alexander/ PIGNEUR, Alexander, 2011: Das Business Model Generation, Campus, Frankfurt</p> <p>OSTERWALDER, Alexander/ PIGNEUR, Alexander, 2012: Business Model You, Campus, Frankfurt</p> <p>OSTERWALDER, Alexander/ PIGNEUR, Alexander/ u.a., 2015: Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen. Die Fortsetzung des Bestsellers Business Model Generation!, Campus, Frankfurt</p> <p>PLATTNER, Hasso/MEINEL, Christoph/ LEIFER, Larry, (Hrsg.), 2015: Design Thinking Research. Building Innovators, Springer, Heidelberg</p> <p>SCHALLMO, Daniel, 2013: Geschäftsmodell Innovation, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>UEBERNICKEL, Falk/ BRENNER, Walter/ PUKALL, Britta/ NAEF, Theres/ SCHINDHOLZER, Bernhard, 2015: Design Thinking. Das Handbuch, FAZ-Buch, Frankfurt</p>
Prüfungsmodalitäten	

Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Studienarbeit inkl. Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel Präsentation: 30 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	keine

„Medien Design“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Alfred Bauer
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Mittels theoretischer Gestaltungsgrundlagen und deren Umsetzung in professionellen Softwareprogrammen (Photoshop, Indesign) lernen die Studierenden die Gestaltung von unterschiedlichen Werbemaßnahmen im Print- und Internetbereich sowie deren Bewertung hinsichtlich Design und Benutzerfreundlichkeit.</p> <p>Praktische Übungen in der visuellen Umsetzung von Kommunikationsinhalten für Print- und Online-Medien werden am Computer durchgeführt.</p>
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Erlernen der im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Studiums notwendigen praktischen Kommunikationskenntnisse, insbesondere Werbemaßnahmen im Print- und Internetbereich.</p> <p>Die Studierenden werden nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, einfache grafische Entwürfe hinsichtlich Textgestaltung, Fotoauswahl und Layoutgestaltung zu erstellen und zu beurteilen und diese mittels professioneller Design-Software wie Indesign und Photoshop für Printmedien, Internetseiten und soziale Medien umzusetzen.</p> <p>Theoretische Inhalte aus Marketing - Vorlesungen werden somit greif- sowie umsetzbar. Handwerkliche sowie kreativ-gestalterische Begabungen werden gefördert und den Studierenden für die spätere Praxis hoch geschätzte Fertigkeit zum Erstellen und Beurteilen einfacher Werbemittel in Print, Internet und in den sozialen Medien fürs Berufsleben vermittelt. Dadurch können in Betrieben Werbekosten eingespart und zielführende Besprechungen mit externen Dienstleistern oder Fachabteilungen geführt werden.</p>
Lehr-/Lernmethoden	Der überwiegend am PC durchgeführte Unterricht erfolgt in der Form eines Workshops, bei dem die Teilnehmer unter Anleitung eigene Ideen kreativ in Form von Werbemittelgestaltung umsetzen und dabei von einer Dipl. Kommunikatpnsdesignerin beraten und begleitet werden.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen 40% praktische Arbeit (1 Hausarbeit) + Präsentation / 60 % schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	keine

Kreativität und Zukunftsmanagement	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Peter Reißner
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Seminar
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung	
Ziel / Kompetenzen	<p>Kreativität:</p> <p>Nach Besuch der Veranstaltung haben die Studierenden ein tieferes Verständnis über die Strukturierung und Anwendung von systematischer Kreativität und der Rolle im systematischen Innovationsmanagement. Sie werden in der Lage sein, ein kreatives Umfeld initiativ zu gestalten.</p> <p>Kreativität ist ein Hauptfaktor in jedem Entscheidungsprozess und sichert die Innovationskraft. Studierende werden die Notwendigkeit und Konsequenzen von angewandten geleiteten Kreativitätstechniken erkennen und eigenständig anwenden können. Barrieren und Hindernisse werden erkannt, Kreativitätsworkshops können organisiert und durchgeführt und in den Innovationsprozess integriert werden. Entwickelte Ideen sollen bewertet und ausgewählt werden können, um final eine Entscheidungsgrundlage ausarbeiten zu können.</p> <p>Kreative neue Produkte und Dienstleistungen zerstören das Gleichgewicht des Marktes. Studierende werden lernen Innovationen erfolgreich an den Markt zu</p>

	<p>bringen und mit Widerstand innerhalb des Unternehmens umzugehen. Anhand von Fallbeispielen wird Theorie praxisrelevant vermittelt.</p> <p>Zukunftsmanagement:</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist es, zu verstehen und anzuwenden, wie ein Unternehmen die Zukunft besser erkennen und sie aktiv gestalten kann. Das Erkennen von Trends ist elementar für die strategischen Entscheidungen eines Unternehmens. Flexibilität und Agilität haben in Unternehmen eine immer größere Bedeutung und werden im Gesamtzusammenhang des strategischen Managements deutlich. Studierende werden verstehen, wie Unternehmen besser mit Unsicherheiten und Risiken zurechtkommen. Komplexität und unerwartete Ereignisse werden oft intern nicht objektiv genug bewertet und ernst genommen. Studierende werden Szenarioplanung als eine Methodik verstehen und anwenden können, die vor allem die objektive Sicht in die Zukunft ermöglicht. Businessplanung als eine aktive strategische Gestaltung der Zukunft führt zu einer deutlich robusteren Ausrichtung und Positionierung im Wettbewerb. Marktchancen und Risiken werden schneller erkannt und der Erhalt des Unternehmens sichergestellt.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Lehrinhalte 	<p>Kreativität</p> <ul style="list-style-type: none"> Kreativität in Theorie Kreativität fördern und Barrieren überwinden Ideen- und Wissensmanagement Neurowissenschaftliche Erkenntnisse Kreativitätsworkshops Kreativität im Innovationsprozess Umsetzung der Kreativität in Entscheidungsprozessen <p>Zukunftsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> Erkennen von Trends and zukünftigen Szenarios. Future Management Strategischer Planungsprozess Szenario Management Tool nach Roland Berger
<p>Lehr-/Lernmethoden</p>	<p>Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallbeispiele, Präsentationen</p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	<p>Zulassung zum Vertiefungsstudium</p>
<p>Verknüpfung zu anderen LV</p>	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismus Zukunft angeboten.</p>
<p>Literaturempfehlungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hauschildt, J.; Salomo, S.: Innovationsmanagement, München Govindarajan, V.; Trimble, C.: The other Side of Innovation: solving the execution challenge, Boston Walder, B.: Tourismus – Management von Innovationen Marburg Csikszentmihalyi, M.: Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention; HarperCollins 2009 De Bono, E.: Lateral Thinking: A Textbook of Creativity; Penguin Luther, M.: Das große Handbuch der Kreativitätsmethoden, managerSeminare 2013 Malorny, C.; Schwarz, W.; Backerra, H.: Die sieben Kreativitätswerkzeuge, Karl Hanser, 1997 Sartorius, Verena: Die besten Kreativitätstechniken, München De Ruijter, P.: Scenario based Strategy, Ashgate 2014 Fink: Handbuch Zukunftsmanagement, 2011

	<ul style="list-style-type: none"> Schwenker, B.; Wulf, T.: „Scenario-based Strategic Planning“, Springer, 2013 (Online Kempten Library)
--	---

Campingtourismus	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche	Prof. Dr. Christian Mayer/ Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-Punkte)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung (LV) setzt sich mit dem touristischen Teilmarkt "Camping" und seinen Akteuren auseinander.</p> <p>Dabei sollen Eigenschaften dieses Marktes, Besonderheiten bei Nachfragern und Anbietern sowie Rahmenbedingungen erörtert werden.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Vernetzung des Teilmarktes in die gesamte Tourismuswirtschaft sowie die Vernetzung in die Destinationen durch die Auseinandersetzung mit Camping- und Stellplatzbetreibern.</p> <p>Vertiefend erfolgt die Auseinandersetzung mit allgemeinen und speziellen Trends im Campingsegment sowie der Wirtschaftlichkeit und der Wertschöpfung der Campingbetriebe und der gesamten Campingwirtschaft.</p> <p>Die LV setzt sich angewandt mit dem Campingtourismus auseinander und wird durch Exkursionen und/oder Praxisvorträge ergänzt.</p>
Kompetenzen/Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, die Komplexität dieser Tourismusbranche zu erkennen, Trends im Segment Camping unternehmerisch zu verarbeiten und die Entwicklungen im Bereich des Campingtourismus erfolgreich zu gestalten. Sie werden in die Lage versetzt, entsprechende Trend- und Marktanalysen für Camping- und Stellplatzbetreiber, Fahrzeughersteller und Destinationen zu erstellen und spezifisches Marketing vorzubereiten.
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallbeispiele, Kurzpräsentationen, Exkursionen, Inverted Classroom
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium und Zulassung zum Fleximodul
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> Groß (2017) : Handbuch Tourismus und Verkehr, 2. Aufl.

	<ul style="list-style-type: none"> Harrer/Sporer (2018) : Der Campingplatz- und Reisemobiltourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland 2016/17 BMW (2010) : Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010 Widmann (2006) : Wohnmobiltourismus in Deutschland Sommer (2022) : Grundwissen Campingtourismus, UVK Verlag Weitere Veröffentlichungen des DRV, DTV, BMW, CIVD, Statistisches Bundesamt
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen PrA, Präsentation und Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Ergänzungsmodul „Europe today: Politics, Conflicts, Climate, Future“	
Allgemeine Angaben	
Specialist responsible	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Module number, module title (according to SPO)	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Supplementary modules I – III
To be studied in semester:	4 th to 7 th term
Type of event/form of teaching	Lecture/seminar
Credit points/credits (ECTS POINTS)	4 ECTS credit-points
Length of time (SWS)	4 hours per week
teaching language	English
Frequency of offer	occasionally
Obligation	Elective subject - attendance is expected
Arbeitsaufwand/Workload	
Face-to-face study (in class)	45 full hours
Self-study (at home)	75 full hours (for reading, research, coursework, presentation preparation, etc.)
Description of the course	
Teaching content	<p>In the first sessions, students receive an overview of Europe from a historical, economic, military, geostrategic and sociological perspective. Students should have previous knowledge that they can repeat and deepen. The most important players and key figures are updated.</p> <p>In further steps, the European Union will be viewed as a central factor. It's creation, it's decision-making mechanisms and it's finances, interests and scope for decision-making represent the framework of the individual countries' options for action. Free riders such as Switzerland and Great Britain, Norway, Serbia and others are particularly discussed, as are populist profiteers such as Hungary or Poland.</p> <p>Europe is contrasted with other major geostrategic areas such as NAFTA, ASEAN, India and China.</p> <p>Of particular importance are the emergence of the Ukrainian nation and the slow decline of Russia. For this purpose, online lectures by important historians are integrated.</p> <p>Current megatrends are examined as far as they affect Europe. These include, among other things, climate change, migration, data security, nutrition and security of prosperity in general.</p>

	<p>From the middle of the semester onwards, students are expected to get involved with extensive presentations on topics of their interests.</p> <p>From the middle of the semester onwards, students are expected to get involved with extensive presentations on topics of their interests.</p>
Competencies aspired learning outcomes	The aim of the course is to give students a solid basis on the topic of Europe. They should know the importance of Europe and its options for action, have realistic ideas about opportunities and threats and be able to take and justify their own position on the most important European issues.
Teaching / learning methods	Lectures, seminaristic teaching, work in groups
Requirements for participation	Admission to advanced studies
Link to other courses	Any module that requires general knowledge about politics and economy
Recommended readings	<p>Ash, Timothy Garton (2010) Free World: America, Europe and the surprising future of the West.</p> <p>Gidens, Anthony (2010) Turbulent and Mighty Continent: What Future for Europe?</p> <p>Kaeding, Michael (2015) The Future of Europe</p> <p>Mak, Geert (1999) In Europe: Travels Through the Twentieth Century</p> <p>Piris, Jean-Claude (2010) Towards a two-speed EU?</p> <p>Rifkin, Jeremy (2010) The Green new Deal</p> <p>Stiglitz, Joseph E. () The Euro: How a Common Currency Threatens the Future of Europe</p>
	<p>Clark, Christopher: online lectures on European History: https://www.youtube.com/watch?v=782P0Yc000Q&list=PLkvrsmQeHsWWD8-bmNxJb0QC3pqSkKVp</p> <p>Snyder, Timothy online lectures on Ukraine: https://www.youtube.com/watch?v=bJczLlwp-d8&list=PLh9mgdi4rNew-fxO7LhBoz_1Mx1MaO6sw</p>
Examination modalities	
Type of test (according to SPO)	Usually the examination forms written study work and its presentation in the course are used in this module. The specific examination form for the respective semester will be communicated at the beginning of the semester.
duration and type of examination (according to SPO)	Usually Presentation: 90 minutes
Approved aids	All, except films longer than 100 seconds.

8.4 Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer

Das jeweils aktuelle Angebot wird zu Semesterbeginn im Rahmen der Einschreibung zu den Wahlpflichtfächern bekannt gegeben. Die zu den einzelnen Fächern gehörenden Lernziele/Kompetenzen, Lehrinhalte und Lehr-/Lernmethoden sind im separaten Modulhandbuch zu den Allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtfächern dargelegt <https://www.hs-kempten.de/zas/aw-module>

Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Frau Ana Fernández-Fernández und Steuerungs-gruppe Allgemeinwissenschaften und Sprachen <ul style="list-style-type: none"> • Leitung Sprachenzentrum • Lehrpersonen: Professorinnen, Professoren und Lehrbeauftragte
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.4 Allgemeinwissenschaftliches Wahlfach
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	je Modul
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 oder 4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 oder 4 SWS
Lehrsprache	Je nach gewähltem Kurs (je nach Fachsprache)
Häufigkeit des Angebots	Laufend
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 oder 45 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 oder 75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Ja nach belegtem Fach
Kompetenzen / Lernergebnisse	Ja nach belegtem Fach Mit dem Ziel, die interdisziplinäre Ausbildung zu fördern, werden in den Allgemeinwissenschaftlichen Modulen Lehrveranstaltungen aus verschiedenen Fachgebieten fakultätsübergreifend angeboten: <ul style="list-style-type: none"> • Arbeits- und Kreativitätstechniken • Ethik und Philosophie • Geschichte und Politik • Gesundheit und Medizin • Kommunikation und Rhetorik • Kunst und Kultur • Naturwissenschaften und Technik • Pädagogik, Psychologie, Soziologie • Rechts- und Wirtschaftswissenschaften • (Fremd-)Sprachen
Lehr-/Lernmethoden	Je nach gewähltem Kurs
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.
Literaturempfehlungen	In Absprache mit dem Betreuungsprofessor

Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Je nach gewähltem Kurs

8.5 Vertiefung Fremdsprache

Englisch IV	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminar und Übung
Leistungspunkte/Credits (ECTS- PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Mündliche Kommunikation im Berufsleben • Vorbereitung/Recherche auf verschiedene Kommunikationssituationen • Verhalten in unterschiedlichen Kommunikationssituationen, insbesondere Vorstellungsgespräche und Verhandlungen • Kenntnis volkswirtschaftlicher Grundzusammenhänge und deren Fachterminologie • Kenntnis grundlegender betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge und deren Fachterminologie
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Auf den bisher erlangten Kenntnissen aufzubauen und sie auszubauen, damit die Studierenden in der Lage sind, sich im Berufsleben sinnvoll auf Englisch zu verständigen.</p> <p>Der Kurs Englisch IV vermittelt einerseits die Kompetenz, allgemeine sprachliche und kommunikative Herausforderungen des internationalen beruflichen Umfeldes zu meistern. Außerdem werden volks- und betriebswirtschaftliche Inhalte in der Fremdsprache behandelt, sodass die Studierenden die Kompetenz besitzen, derartige Themen souverän auf Englisch in beruflichen Situationen zu behandeln.</p> <p>Folglich sollen die Studierenden in diesem Kurs die folgenden Kompetenzen entwickeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis fachspezifischer, berufsbezogener Texte. - Diskussion und Präsentation fachspezifischer Themen - Anwendung der fachspezifischen Kenntnisse auf reale Herausforderungen im Beruf

Lehr-/Lernmethoden	Vorträge, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Fallstudien
Erreichtes Sprachniveau nach Beendigung des Kurses	C 1
Voraussetzungen für die Teilnahme	Englisch III Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Englisch I – III (Sprachniveau B2)
Literaturempfehlungen	englischsprachige Nachrichtenmagazine mit Wirtschaftsbezug: z. B. "The Economist", "Fortune" etc; englischsprachige Lehrbücher zur Makro- und Mikroökonomie (z.B. Gregory Mankiw)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Spanisch IV	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	6
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Spanisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Fachspezifische Inhalte und Wortschatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourismusformen • Gesundheit und Tourismus • Eine Destination präsentieren und eine SWOT-Analyse erstellen • Über Reisen berichten, Content für Reiseblogs erstellen • Bilderbeschreibung <p>Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imperfecto / Indefinido • Indirekte Rede • Verbale Periphrasen • Imperativ

	<ul style="list-style-type: none"> • Reale Konditionalsätze
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Nach dem Kurs sind die Studierenden in der Lage über Ereignisse und persönliche Erfahrungen zu sprechen und diese zu beschreiben.</p> <p>Darüber hinaus können sie ihre Meinungen äußern und begründen, Bilder genau beschreiben, über ihre Interessen (wie. Z.B. Musik) sprechen und Vor- und Nachteile richtig explizieren.</p> <p>Sie sind fähig ein fachliches Thema im Bereich Tourismus in der Fremdsprache zu präsentieren.</p> <p>Sie beherrschen Techniken zum Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit.</p> <p>Außerdem erwerben die Studierenden weitergehende Kenntnisse der berufsbezogenen Sprachen des Tourismus sowie landeskundliche Kenntnisse spanischsprachiger Länder.</p>
Lehr-/Lernmethoden	<p>Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele</p> <p>Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden</p> <p>Diskussionen</p> <p>Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation</p> <p>Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, learning by doing, Projektunterricht</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Spanisch III</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Ergänzungsmodul Spanisch V</p> <p>Achtung! Es kann kein AW-Modul in Spanisch belegt werden, wenn Spanisch an der Fakultät belegt wurde.</p> <p>Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe B1.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen</p>
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes.ELE A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-515079-9 • Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Brotschier), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071 • Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien • Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Französisch IV	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Französisch

Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Kommunikation und Wortschatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewerbungstraining • Arbeitsbedingungen und berufliche Qualifikationen im Tourismussektor • Umwelt und ökologisches Verhalten • Massentourismus vs Ökotourismus • Tourismusziele in der Frankophonie • Neue Medien und Telefongespräche • Feste und Traditionen in Frankreich • Hilfsorganisationen und ehrenamtliches Engagement • Eine Destination präsentieren und eine SWOT-Analyse erstellen <p>Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imparfait / Passé composé • Adverbien • Indirekte Rede • Verbale Periphrase • Plusquamperfekt • Gerundium • Passiv • Subjonctif
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Nach dem Kurs sind die Studierenden in der Lage über Ereignisse und persönliche Erfahrungen zu sprechen und Wünsche, Hoffnungen, Gefühle und Ziele zu beschreiben.</p> <p>Darüber hinaus können sie ihre Meinungen und Pläne äußern und begründen. Sie beherrschen Techniken zum Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit.</p> <p>Außerdem erwerben die Studierenden weitergehende Kenntnisse der berufsbezogenen Sprachen des Tourismus sowie landeskundliche Kenntnisse französischsprachiger Länder.</p> <p>Sie sind für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden sensibilisiert.</p>
Lehr-/Lernmethoden	<p>Nutzung von multimedialen Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen</p> <p>Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation</p> <p>Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Französisch III</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Ergänzungsmodul Französisch V</p> <p>Achtung! Es kann kein AW-Modul in Französisch belegt werden, wenn Französisch an der Fakultät belegt wurde.</p>

	Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe B1.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien • Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer • Voyages neu A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-529422-6 • Pour parler affaires A2/B1 Klett Verlag ISBN 978-3-12-52946-0 • Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 • Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Englisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	6
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS- PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten im Team • Auseinandersetzung mit den betriebswirtschaftlichen Themen Unternehmensführung, Motivation, Teamarbeit, Kommunikation • Auseinandersetzung mit den Inhalten des Marketings, Kennenlernen realer Beispiele • Bewertung dieser Beispiele in Präsentationen • Entwicklung und Ausarbeitung eigener Marketingideen sowie eines Marketingplans • freie Präsentation eigener Inhalte
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die in Englisch IV erworbenen allgemeinen sprachlichen und kommunikativen Kenntnisse werden ausgebaut. Außerdem werden spezifische Probleme des Berufslebens betrachtet, vor allem aus dem Bereich Marketing, damit die Studierenden in der Lage sind, diese zu verstehen, ihre eigene Sicht der Dinge auch bei komplexen Themen darzustellen, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und die Vor- und Nachteile verschiedener Lösungsansätze darzustellen.</p> <p>Die Studierenden erlangen die Kompetenz: Auch komplexe berufsbezogene Texte und Inhalte schnell zu verstehen Themen der Wirtschaft/des Berufslebens in Wort und Schrift zu diskutieren Themen der Wirtschaft/des Berufslebens zu präsentieren und dabei eigene</p>

	Lösungen zu erarbeiten. Inhaltlich wird dabei vorrangig der Bereich Marketing behandelt. Außerdem werden das freie Präsentieren und das Darlegen von Inhalten in der Fremdsprache trainiert. Am Ende wird in einem Prüfungsgespräch auf sämtliche Inhalte von Englisch IV und Englisch V Bezug genommen.
Lehr-/Lernmethoden	Blended Learning
Erreichtes Sprachniveau nach Beendigung des Kurses	C 1
Voraussetzungen für die Teilnahme	Englisch IV Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismusukunft angeboten. Englisch I bis IV (Sprachniveau C 1), Marketing
Literaturempfehlungen	Englischsprachige Marketing-Lehrbücher Marketing (z.B. Philip Kotler/Kevin Lane Keller) englischsprachige Nachrichtenmagazine mit Wirtschaftsbezug: z. B. "The Economist", "Fortune" etc; englischsprachige Lehrbücher zur Makro- und Mikroökonomie (z.B. Gregory Mankiw)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Spanisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	6
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Spanisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden (für Lektüre, Recherche, Gruppenarbeit, Prüfungsvorbereitung, etc.)
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachspezifische Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Umwelt und ökologisches Verhalten • Nachhaltigkeit und Tourismus • Neue Technologien und Tourismus • Smart cities • Tourismusmesse und Geschäftstourismus • Presentation eines Themas aus den Tourismusgebieten:

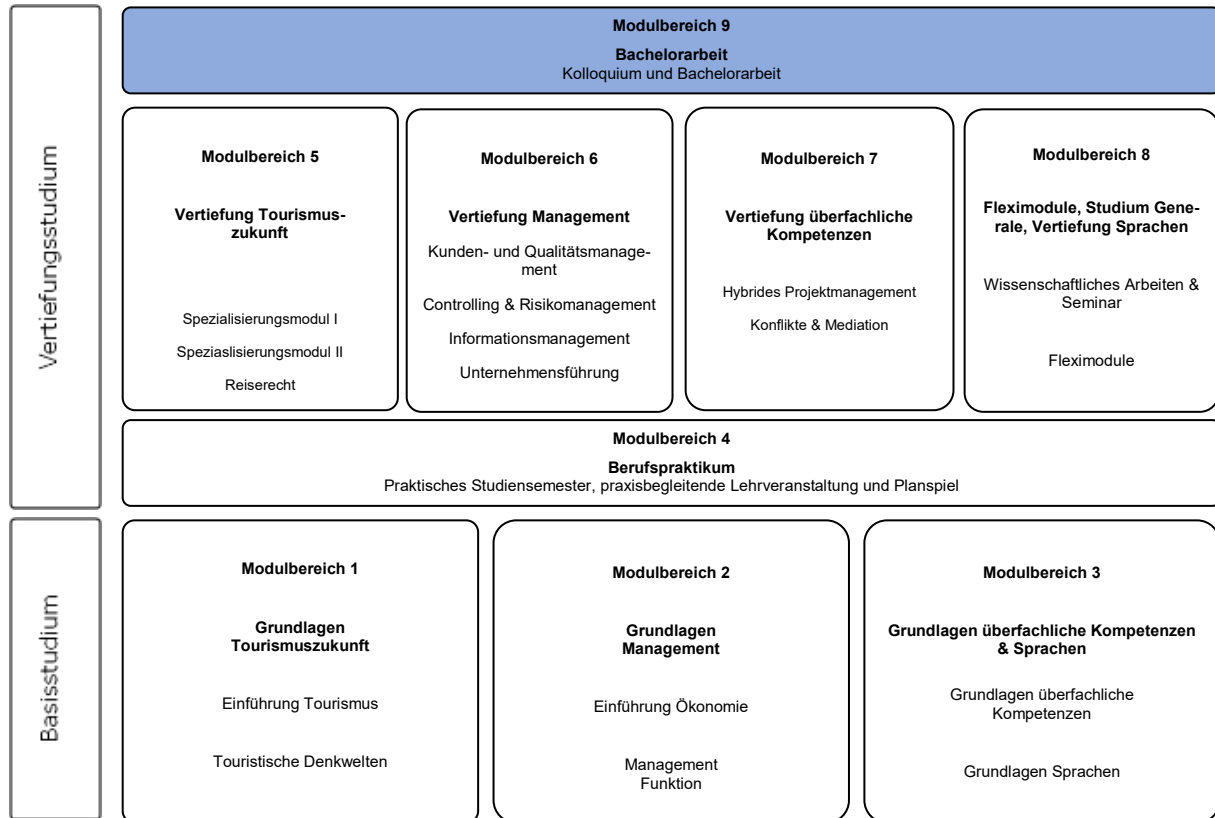
	<p>Verkehrsträger, Reiseveranstalter, Tourismus und Nachhaltigkeit, Hospitality, MICE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewerbungstraining • Berufliche Qualifikationen im Tourismussektor <p>Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subjuntivo Präsens • Subjuntivo vs Indikativ • Das Futur • Zustandspassiv • Redewendungen für die Argumentation (mit Subjuntivo): widersprechen, zustimmen, argumentieren.
Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Nach Beendigung des Kurses sind die Studierenden fähig Stellungnahmen über komplexere Themen des Tourismus zu äußern. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse des fachbezogenen touristischen Vokabulars und können komplexe Diskussionen führen sowie fachbezogene Themen des Tourismus präsentieren.</p> <p>Sie sind in der Lage eine Bewerbung zu verfassen und ein Vorstellungsgespräch zu führen.</p>
Lehr-/Lernmethoden	<p>Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen</p> <p>Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation.</p> <p>Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, flipped classroom, learning by doing, Projektunterricht</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Spanisch IV</p> <p>Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.</p> <p>Achtung! Es kann kein AW-Modul in Spanisch belegt werden, wenn Spanisch an der Fakultät belegt wurde</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p>
Literaturempfehlungen	<p>Estudiantes.ELE A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-515079-9</p> <p>Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Brotschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071</p>
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	<p>In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.</p>
Prüfungsdauer	<p>In der Regel 90 Minuten</p>

Französisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	6
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte

Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Französisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	<p>Kommunikation und Wortschatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourismusmesse und Geschäftstourismus • Presentation eines Themas aus den Tourismusgebieten: Verkehrsträger, Reiseveranstalter, Tourismus und Nachhaltigkeit, Hospitality, MICE. • Die Francophonie entdecken • Studieren in Frankreich • Globalisierung und partizipatives Handel • Geld und Bankwesen <p>Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Subjonctif • Konditionalsatz • Opposition- und Konzessivsatz • Vertiefung Passiv • Kausal- und Konsekutivsatz
Kompetenzen / Lernergebnisse (learning outcomes)	<p>Befähigung zu Stellungnahmen Befähigung zur Führung komplexer Diskussionen Erwerb eines funktionalen Diskussionsvokabulars Erwerb vertiefter Kenntnisse des fachbezogenen und touristischen Vokabulars Befähigung zur Diskussion von interkulturellen Besonderheiten der französischsprachigen Ländern Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden</p>
Lehr-/Lernmethoden	<p>Nutzung von multimedialen Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Französisch IV Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen. Achtung! Es kann kein AW-Modul in Französisch belegt werden, wenn Französisch an der Fakultät belegt wurde</p>
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	<p>Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.</p> <p>Das zu erreichende Niveau entspricht in etwa der Stufe B1.2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen</p>
Literaturempfehlungen	<p>Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer</p>

	Saison 2 Didier Verlag ISBN 978-2-278-07753-3 Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Modulbereich 9: Bachelorarbeit



Ziel des Modulbereichs

Der Modulbereich 9 stellt das Abschlussmodul des Bachelorstudiums dar. Eine erfolgreiche Bearbeitung der Inhalte soll zeigen, dass die Studierenden einerseits in der Lage sind, eigenständig Projekte abzuwickeln und sich andererseits mit einem anspruchsvollen Thema in einem vorgegebenen Zeitraum wissenschaftlich auseinanderzusetzen. Gleichzeitig bereitet das Abschlussmodul auf den Übertritt ins Berufsleben vor.

Durch die Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie die Fertigkeiten besitzen, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und in schriftlicher Form zu präsentieren. Das Qualifikationsziel wird durch eine anwendungsorientierte oder durch eine theoretische Themenstellung erfüllt.

Im Fall einer anwendungsbezogenen Themenstellung besteht die Aufgabe in der Umsetzung von im Studium erlernten Modellen oder Methoden auf betriebliche Fragestellungen. Im Fall einer theoretischen Themenstellung besteht die Aufgabe typischerweise in der Übertragung einer Partialtheorie oder eines Modells auf ein anderes theoretisches Konstrukt oder aber in der Weiterentwicklung einer Partialtheorie oder eines Modells anhand anderer wissenschaftlicher Erkenntnisse.

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Guido Sommer

9.1 Bachelorkolloquium

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	zust. Betreuungsprofessor
Modul-Nr., Modultitel	9.1, Bachelorkolloquium
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Kolloquium
Leistungspunkte / Credits	1 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	0
Häufigkeit des Angebots	Laufend
Verpflichtung	Pflichtfach
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Präsentation und Diskussion
Lernziele / Lernergebnisse	Der Studierende soll im Rahmen des Kolloquiums seine Bachelorarbeit und in einer Präsentation darlegen. Er beweist, dass er in der Lage ist, eine komplexe Themenstellung verständlich aufzuarbeiten, vorzutragen und zu verteidigen.
Lehrmethoden	Kolloquium
Literatur	In Absprache mit dem Betreuungsprofessor
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

9.2 Bachelorarbeit

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	zust. Betreuungsprofessor
Modul-Nr., Modultitel	9.2, Bachelorarbeit
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Bachelorarbeit
Leistungspunkte / Credits	12 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	0
Häufigkeit des Angebots	Laufend
Lehrsprache	In Absprache mit Betreuungsprofessor
Verpflichtung	Pflichtfach
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Bachelorarbeit muss zu einer zum Studiengang passenden fachlichen Aufgabenstellung angefertigt werden und wird von einer Professorin/ einem Professor, die/ der an dem Studiengang direkt beteiligt ist, ausgegeben und betreut. Den Studierenden ist Gelegenheit zu geben, für das Thema Vorschläge zu machen.
Lernziele / Lernergebnisse	Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden beweisen, dass sie in der Lage sind, eine Problemstellung – praktischer oder theoretischer Natur – innerhalb eines begrenzten und definierten Zeitraums nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
Lehrmethoden	Abschlussarbeit, Wissenschaftliches Coaching
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Weitere Zulassungsvoraussetzungen: <ul style="list-style-type: none"> • Bestehen aller Prüfungsleistungen des Basisstudiums und <ul style="list-style-type: none"> • Nachweis von mind. 70% (147) ECTS-PUNKTE-Punkten aus dem bisherigen Studienverlauf • Beständenes Modul 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten • Erfolgreich abgeleistetes praktisches Studiensemester
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Je nach Thema der Bachelorarbeit
Literatur	In Absprache mit dem Betreuungsprofessor
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Bachelorarbeit