

Modulhandbuch

Bachelor (FH)

Tourismusmanagement (BA) - dual -

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 2 von 198

Modul TM01 BWL für Tourismusstudierende

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

883 Int. Tourismus (BA), 1. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	6
ECTS-Punkte:	7

Lehrinhalt:	<p>Das Modul besteht aus den Units:</p> <ul style="list-style-type: none">- Einführung BWL- Organisation- Personal Tourismus <p>In der Unit "Einführung BWL" werden die Studierenden in die betriebswirtschaftlichen Grundlagen eingeführt und lernen die zentralen Begriffe, Methoden und Funktionen der Betriebswirtschaftslehre sowie deren Anwendungen kennen.</p> <p>In der Unit "Organisation" lernen die Studierenden die Basiskonzepte der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre kennen.</p> <p>Die Unit "Personal Tourismus" ordnet die Personalarbeit in die größeren Zusammenhänge der BWL ein und vermittelt die Instrumente der Personalarbeit.</p>
-------------	--

Literaturhinweise:	<p>Schreyögg, G. / Geiger, D. (2015): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Auflage, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Vahs, D. (2015): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel- Thommen, Jean-Paul und Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre- Breisig, T. Personal. Eine Einführung aus arbeitspolitischer Perspektive.</p> <p>Bröckermann, R. Personalwirtschaft. Verlag Schäffer-Poeschel.</p> <p>Hentze, J. Personalwirtschaftslehre.</p> <p>Jung, H. Personalwirtschaft. Oldenbourg Verlag.</p> <p>Oechsler, W. A. Personal und Arbeit.</p> <p>Olfert, K. Personalwirtschaft. Verlag Kiehl.</p>
--------------------	--

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 3 von 198

Schanz, G. Personalwirtschaftslehre.

Scholz, C. Personalmanagement. Verlag Vahlen.

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über die betriebswirtschaftlichen Basiskenntnisse und sind auf die selbstständige und eigenverantwortliche Bearbeitung der im Studium zu lösenden Aufgaben bereit. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und verfügen über ein Grundverständnis über die in der Betriebswirtschaftslehre behandelten Fragestellungen, die Zusammenhänge zwischen den Teilgebieten, die zu lösenden Probleme und die zur Verfügung stehenden Methoden und Instrumente. Sie kennen die gängigen Konzepte der Organisation und Instrumente der Personalarbeit und können diese unter Berücksichtigung unterschiedlicher Maßstäbe bewerten und auswählen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrform werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Fischbach, Prof. Dr. Valle-Thiele, Prof. Dr. Klauk

Prüfungsform:

Einführung BWL: Projektarbeit

Organisation und Personal Tourismus: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 7,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 h
Vor- und Nachbereitung: 51 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 36 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 4 h
Workload gesamt: 175 h

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 4 von 198

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Das Modul steht am Anfang des Studiums und legt die betriebswirtschaftlichen Basiskenntnisse. Daher muss als Kompetenz die allgemeine Studierfähigkeit und -bereitschaft vorhanden sein. Betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse sind nicht notwendig.

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 5 von 198

Unit TM0101 Einführung BWL

zugeordnet zu: Modul TM01

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Geschichte und Grundlagen der BWL
- Überblick über wesentliche Funktionen und Prozesse der BWL
- normatives, strategisches und operatives Management
- einfache strategische Analysemethoden
- Wettbewerbsvorteile und Geschäftsmodelle
- Funktionen, Branchen und Prozesse

Literaturhinweise:

Thommen, Jean-Paul und Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studenten erlernen die Rahmenbedingungen und Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und verstehen die Herausforderungen und Schwierigkeiten betrieblicher Wirtschaftsaktivitäten.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 6 von 198

Unit TM0102 Organisation

zugeordnet zu: Modul TM01

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Einführung und konzeptionelle Grundlagen
- * Das Organisationsproblem: Arbeitsteilung und Koordination
- * Strukturen in Organisationen: Aufbauorganisation
- * Organisationsgestaltung in der Praxis
- * Prozesse in Organisationen: Ablauforganisation
- * Entwicklungslinien der Organisationstheorie
- * Organisationen als Entscheidungssysteme
- * Rationalität und Irrationalität in Entscheidungsprozessen
- * Entscheidungsverhalten von Organisationen
- * Neuere (strukturelle) Entwicklungen der Organisation
- * Netzwerkorganisation und virtuelle Organisation
- * Organisatorischer Wandel und Transformation

Literaturhinweise:

Schreyögg, G. / Geiger, D. (2015): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Auflage, Wiesbaden: Gabler

Vahs, D. (2015): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden:

- die zentralen Fragen der betrieblichen Organisation zu spezifizieren
- die grundlegenden Aspekte der Organisationsgestaltung zu unterscheiden
- die wesentlichen Aspekte der Steuerung organisatorischer Prozesse nachzuvollziehen
- die theoretische Fundierung organisatorischer Gestaltungsmaßnahmen zu erfassen
- die Struktur und den Ablauf organisatorischer Entscheidungsprozesse zu verstehen

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 7 von 198

- die aktuellen Entwicklungen in der Organisationspraxis kritisch zu reflektieren
- die spezifischen Herausforderungen organisationalen Wandels zu erkennen

Prüfungsform:

Klausur 120 Minuten

Die Prüfung zu dieser Unit erfolgt zusammen mit der Unit "Personal im Tourismus".

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 8 von 198

Unit TM0103 Personal Tourismus

zugeordnet zu: Modul TM01

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Gegenstand, soziale und ökonomische Aspekte
- Historische Entwicklung und Denkansätze
- Akteure der Personalarbeit
- Aufbau- und Ablauforganisation der Personalwirtschaft
- Überblick über die einzelnen Tätigkeitsfelder: P-Planung, P-Beschaffung, P-Einsatz, P-Führung, P-Entlohnung, P-Entwicklung, P-Freistellung, P-Verwaltung

Literaturhinweise:

Breisig, T. Personal. Eine Einführung aus arbeitspolitischer Perspektive.

Bröckermann, R. Personalwirtschaft. Verlag Schäffer-Poeschel.

Hentze, J. Personalwirtschaftslehre.

Jung, H. Personalwirtschaft. Oldenbourg Verlag.

Oechsler, W. A. Personal und Arbeit.

Olfert, K. Personalwirtschaft. Verlag Kiehl.

Schanz, G. Personalwirtschaftslehre.

Scholz, C. Personalmanagement. Verlag Vahlen.

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aller Tätigkeitsfelder der Personalarbeit, vor allem über die besonderen Herausforderungen der Personalarbeit in der Tourismusbranche (hohe Fluktuation, ungewöhnliche Arbeitszeiten, relativ geringe Bezahlung etc.). Sie kennen historische Entwicklungen und Theorieansätze, die bei der Beschreibung, Erklärung und Gestaltung konkreter Personalarbeit in den einzelnen Arbeitsbereichen helfen können. Sie kennen einzelne Arbeitsmittel und Instrumente, die im Rahmen der Tagesarbeit eingesetzt werden können.

Modulbeschreibung - BWL für Tourismusstudierende

TM01 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 9 von 198

Prüfungsform:

Klausur 120 Minuten

Die Prüfung zu dieser Unit erfolgt zusammen mit der Unit "Organisation".

Modulbeschreibung - Buchführung

TM02 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 10 von 198

Modul TM02 Buchführung

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

883 Int. Tourismus (BA), 1. Fachsemester

800 TM (dual), 1. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<ul style="list-style-type: none">- gesetzliche Grundlagen und Organisation der Buchführung, Kontenplan- Inventur, Inventar und Bilanz- Doppelte Buchführung: Grundlagen der Buchungstechnik (Bestandsveränderungen, erfolgswirksame und erfolgsneutrale Geschäftsvorfälle)- Buchen wesentlicher und komplexer Geschäftsvorfälle (Buchen auf drei getrennten Warenkonten, Umsatzsteuerkonten, Privatkonten inkl. umsatzsteuerlicher Auswirkungen, Anschaffungskosten, Industriebuchführung, Personalaufwand)- Technik der Aufstellung des Jahresabschlusses sowie die dazu notwendigen vorbereitenden Arbeiten (Abschreibungen im Anlagevermögen)
-------------	---

Literaturhinweise:	<p>Bornhofen, M./ Bornhofen, M. C: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen 2017, 29. Auflage, Wiesbaden 2017.</p> <p>Coenenberg, A. G./Haller, A./Mattner, G./Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen, Grundzüge der Buchführung und Bilanzierung, akt. Aufl., Stuttgart.</p> <p>Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, akt. Aufl., München.</p> <p>Wöhe, G./Kusssmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, akt. Aufl., München.</p> <p>Wüstemann, J.: Buchführung case by case, akt. Aufl., Frankfurt a.M.</p>
--------------------	---

Lehrziele:	Die Studierenden kennen die wichtigsten gesetzlichen Vorschriften im Zusammenhang mit der Buchführung, sie verstehen den Zusammenhang und Inhalt von Handelsbüchern, Inventar und Jahresabschluss und können diesen darlegen. Darüber hinaus
------------	--

Modulbeschreibung - Buchführung

TM02 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 11 von 198

verfügen sie über spezialisierte Kenntnisse in der Buchungstechnik grundlegender Geschäftsvorfälle. Die Studierenden kennen das Konzept der doppelten Buchführung und können dieses auch bei komplexen Buchungsfällen eigenständig anwenden. Sie sind zudem in der Lage, abschlussvorbereitende Aufgaben durchzuführen, und beherrschen die Technik, den Jahresabschluss aufzustellen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Sonstiges: Tutorium, Praxisbeispiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Inga Dehmel

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 24 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 45 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Grundlagen der Tourismuswirtschaft

TM03 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 12 von 196

Modul TM03 Grundlagen der Tourismuswirtschaft

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

800 TM (dual), 6. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5.5

Lehrinhalt:

Bestandteile des Moduls sind die Units:

- Einführung Tourismusmanagement 1
- Einführung Tourismusmanagement 2

Lehrinhalte:

- Darstellung der aktuellen Marktsituation in der Touristik
- Volkswirtschaftliche Einordnung der Tourismuswirtschaft
- Darstellung der wesentlichen touristischen Kernprozesse (Geschäftsprozesse) der Destinationen, der Hotellerie, der Reiseveranstalter, Reisebüros sowie der Verkehrsträger.
- Nationale sowie Internationale Wirtschaftspolitische Verbände

Literaturhinweise:

Freyer, W.; Pompl, W. (Hrsg.)(1999): Reisebüro-Management, München, Wien

Mundt, J.W. (Hrsg.) (2007): Reiseveranstaltung, 6. Auflage, München, Wien

Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1, Berlin, Heidelberg

Maurer, P. (2002): Luftverkehrsmanagement, 2. Auflage, München, Wien

Henschel, K. (2005), Hotelmanagement, München, Wien

Hänssler, K.H. (2004), Management in der Hotellerie und Gastronomie, 6. Aufl., München, Wien

Bieger, T. (2002) Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, München, Wien

Luft, H. (2001) Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Messkirch

Modulbeschreibung - Grundlagen der Tourismuswirtschaft

TM03 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 13 von 196

Lehrziele:

Die Studierenden lernen die Marktsituation in der Touristik (Destinationen, Hotellerie, Reiseveranstalter, Reisebüros sowie Verkehrsträger) kennen und einschätzen. Die Strukturen und Entwicklungen, aktuellen Trends von Angebot und Nachfrage in diesen Teilmärkten der Tourismuswirtschaft werden transparent. Darüber hinaus erkennen die Studierenden die wirtschaftlichen Determinanten der touristischen Wertschöpfungskette und können wesentliche Geschäftsprozesse darstellen. Sie sind in der Lage, Schlussfolgerungen für das Management von Unternehmen in bestimmten Teilbereichen sowie für das Management von Tourismusdestinationen zu ziehen. Die Studierenden können darüber hinaus die zentrale Bedeutung der Volkswirtschaftslehre innerhalb der Wirtschaftswissenschaften einschätzen. Sie sind in der Lage, mit einfachen verbalen, analytischen und grafischen Modellen volkswirtschaftliche Problemstellungen zu analysieren und wirtschaftspolitische Maßnahmen kritisch einzuschätzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Louisa Klemmer

Prüfungsform:

Die Prüfung dieses Moduls findet auf Modulebene statt, Klausur 120.

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 5,5 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 38 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 43,5 h
Workload gesamt: 137,5 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Grundlagen der Tourismuswirtschaft

TM03 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 14 von 198

Unit TM0301 Einführung Tourismusmanagement 1

zugeordnet zu: Modul TM03

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Darstellung der aktuellen Marktsituation in der Touristik
- * Darstellung der wesentlichen touristischen Kernprozesse (Geschäftsprozesse) der Reiseveranstalter und der Reisebüros
- * Darstellung der aktuellen Marktsituation der Verkehrsträger (insbesondere Fluggesellschaften)
- * Beschäftigung mit den Geschäftsprozessen der Flug-, Bahn- und Busgesellschaften

Literaturhinweise:

Freyer, W.; Pompl, W. (Hrsg.)(1999): Reisebüro-Management, München, Wien

Mundt, J.W. (Hrsg.)(2007): Reiseveranstaltung, 6. Auflage, München, Wien

Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1, Berlin, Heidelberg

Maurer, P. (2002): Luftverkehrsmanagement, 2. Auflage, München, Wien

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden lernen die Marktsituation in der Touristik (Reisebüro sowie Reiseveranstalter) und im Markt der Verkehrsträger (insbesondere Fluggesellschaften) kennen und einschätzen. Die Strukturen und Entwicklungen, aktuellen Trends von Angebot und Nachfrage einschließlich solcher des eTourism in diesen Teilmärkten der Tourismuswirtschaft werden transparent. Darüber hinaus erkennen die Studierenden die wirtschaftlichen Determinanten der touristischen Wertschöpfungskette und können wesentliche Geschäftsprozesse der Reiseveranstalter, Reisemittler und Verkehrsträger darstellen.

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

Die Prüfung zu dieser Unit erfolgt zusammen mit der Unit "Einführung Tourismusmanagement 2".

Modulbeschreibung - Grundlagen der Tourismuswirtschaft

TM03 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 15 von 198

Unit TM0302 Einführung Tourismusmanagement 2

zugeordnet zu: Modul TM03

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Einführung in das Hotelmanagement:

1. Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft
2. Strukturmerkmale der Hotellerie
3. Der Hotelbetrieb und seine Leistungen
4. Nachfrage- und angebotsseitige Entwicklungen auf dem Hotelmarkt

Einführung in das Destinationsmanagement:

1. Einordnung des Destinationsmanagement in die Tourismuswirtschaft
2. Grundlagen, Definitionen, Begriffe, Systeme
3. Qualitätsoffensiven im Tourismus
4. Dachorganisationen für das Destinationsmanagement

Literaturhinweise:

Henschel, K. (2005), Hotelmanagement, München, Wien

Hänssler, K.H. (2004), Management in der Hotellerie und Gastronomie, 6. Aufl., München, Wien

Bieger, T. (2002) Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, München, Wien

Luft, H. (2001) Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Messkirch

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen Strukturen und Entwicklungen im touristischen Teilmarkt Hotellerie sowie in touristischen Destinationen. Sie sind in der Lage, Schlussfolgerungen für das Management von Hotelunternehmungen in

Modulbeschreibung - Grundlagen der Tourismuswirtschaft

TM03 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 16 von 198

bestimmten Teilbereichen sowie für das Management von
Tourismusdestinationen zu ziehen.

Prüfungsform:

Klausur 120 Minuten

Die Prüfung zu dieser Unit erfolgt zusammen mit der Unit
"Einführung Tourismusmanagement 1".

Modulbeschreibung - Statistik/EDV

TM04 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 17 von 198

Modul TM04 Statistik/EDV

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

800 TM (dual), 1. Fachsemester

800 TM (dual), 2. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	6
ECTS-Punkte:	7.5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units:

1. EDV 1: Tabellenkalkulation
2. Statistik

Excel:

- Einführung in Excel, Eingabe und Formatierung,
- Formeln mit absoluten und relativen Bezügen
- Statistische Funktionen(Summe, Mittelwert, Min, Max, Anzahl)
- Funktionen zur bedingten Berechnung (Wenn, Und, Oder, Nicht)
- Matrixfunktionen(Sverweis, Index, Vergleich)
- ineinander verschachtelte Funktionen
- Diagramme erstellen und gestalten
- Erstellen von Formularen mit Formularsteuerelementen
- Pivot Tabellen, Arbeiten mit Makros

Statistik

- Skalenniveau von Variablen
- Beschreibende Statistik
- Lage-, Streuungs- und Formmaße
- Bivariate Häufigkeitsverteilungen
- Zusammenhangsanalysen von Variablen
- Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Zufallsvariablen und ihre Verteilungen
- Statistische Prüfverfahren
- Testen von Unterschiedshypothesen

Literaturhinweise:

Peter Wies, Excel 2013 Grundlagen, Herdt-Verlag
Peter Wies, Excel 2013 Fortgeschrittenen Techniken, Herdt-Verlag
Peter Wies, Excel 2013 Formeln und Funktionen clever nutzen,
Herdt-Verlag

Elementare Einführung in Die Wahrscheinlichkeitsrechnung - B.W.
Gnedenko/A.J.Chintschin
Statistische Methodenlehre - Dieter Hochstädter

Modulbeschreibung - Statistik/EDV

TM04 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 18 von 198

Wahrscheinlichkeitsrechnung Mathematische Statistik Statistische
Qualitätskontrolle - Storm
Aufgabensammlung Zur Statistik - Schwarze
Grundlagen der Statistik I und II -Schwarze
Statistik Das Lehrbuch zur Vorlesung Version 1.1 Jahr 2016 -
Michael Neumann

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, mit Tabellenkalkulationsprogrammen umfangreiche Berechnungen umzusetzen und zu automatisieren sowie die Ergebnisse graphisch darzustellen. Anhand intensiver Übungen mit EXCEL verfügen sie über berufsqualifizierende Kenntnisse in EDV-Anwendungen.

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Statistik, sowie elementare mathematisch-statistische Methoden. Vor dem Hintergrund einer komplexen Problemstellung aus den Bereichen BWL und VWL sind Sie in der Lage selbständig die geeignete Methode auszuwählen, eine Lösung zu erarbeiten, sowie die Resultate sachgerecht interpretieren.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher:

Michael Neumann, Margitta Bönsch

Prüfungsform:

EDV 1: Tabellenkalkulation: Klausur 90 Minuten

Statistik: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 7,5 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 h
Vor- und Nachbereitung: 57 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 46,5 h
Workload gesamt: 187,5 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Statistik/EDV

TM04 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 19 von 198

Unit TM0401 EDV 1: Tabellenkalkulationen

zugeordnet zu: Modul TM04

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Einführung in Excel, Eingabe und Formatierung,
- Formeln mit absoluten und relativen Bezügen
- Statistische Funktionen(Summe, Mittelwert, Min, Max, Anzahl)
- Funktionen zur bedingten Berechnung (Wenn, Und, Oder, Nicht)
- Matrixfunktionen(Sverweis, Index, Vergleich)
- ineinander verschachtelte Funktionen
- Diagramme erstellen und gestalten
- Erstellen von Formularen mit Formularsteuerelementen

Literaturhinweise:

Peter Wies, Excel 2013 Grundlagen, Herdt-Verlag
Peter Wies, Excel 2013 Fortgeschrittenen Techniken, Herdt-Verlag
Peter Wies, Excel 2013 Formeln und Funktionen clever nutzen, Herdt-Verlag

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

- Übertragbares Grundwissen über die Funktionsweise einer Tabellenkalkulation;
- Erkennen der typischen Programmstrukturen und Ableitung der Befehlsstruktur;
- Dateneingabe, Tabellengestaltung, Automatisierungsmöglichkeiten bei der Dateneingabe;
- Ausführen von Berechnungen: Formeln und Funktionen;
- Darstellungen der Daten und Ergebnisse u.a. in Form von Diagrammen

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Statistik/EDV

TM04 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 20 von 198

Unit TM0402 Statistik

zugeordnet zu: Modul TM04

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 4

Lehrinhalte:

- Skalenniveau von Variablen
- Beschreibende Statistik
- Lage-, Streuungs- und Formmaße
- Bivariate Häufigkeitsverteilungen
- Zusammenhangsanalysen von Variablen
- Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Zufallsvariablen und ihre Verteilungen
- Statistische Prüfverfahren
- Testen von Unterschiedshypothesen

Literaturhinweise:

Elementare Einführung in Die Wahrscheinlichkeitsrechnung - B.W. Gnedenko/A.J.Chintschin
Statistische Methodenlehre - Dieter Hochstädter
Wahrscheinlichkeitsrechnung Mathematische Statistik Statistische Qualitätskontrolle - Storm
Aufgabensammlung Zur Statistik - Schwarze
Grundlagen der Statistik I und II -Schwarze
Statistik, Das Lehrbuch zur Vorlesung Version 1.1 Jahr 2016 - Michael Neumann

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Statistik, sowie elementare mathematisch-statistische Methoden. Vor dem Hintergrund einer komplexen Problemstellung aus den Bereichen BWL und VWL sind Sie in der Lage selbständig die geeignete Methode auszuwählen, eine Lösung zu erarbeiten, sowie die Resultate sachgerecht interpretieren.

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 21 von 198

Modul TM05 Internationale Kompetenzen

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

800 TM (dual), 2. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den beiden Units:

- Englisch für Tourismus 1 und
- Interkulturelle Kompetenz.

Definitionen von wichtigen Begriffen im Tourismusmanagement, internationale Touristenströmungen, historische Trends im nationalen und internationalen Tourismus, Vertriebswege (Verhandlungen zwischen Akteuren, Reisebüros, (Verkaufsstrategien und Kundenbetreuung)

Literaturhinweise:

Buhalis, D. (2001). Tourism distribution channels: practices, and processes. In D. Buhalis & E. Laws (Eds.), Tourism distribution channels: practices, issues and transformations (pp. 7-32). London & New York: South-Western Cengage Learning.

Buhalis, D., & Laws, E. (Eds.) (2001). Tourism distribution channels: practices, issues and transformations. London & New York: South-Western Cengage Learning.

Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In R. W. Butler (Ed.), Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle (pp. 3-12). Clevedon: Channel View Publ.

Butler, R. W. (Ed.) (2006). Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle. Clevedon: Channel View Publ.

Conrady, R., & Buck, M. (Eds.) (2010). Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010. Berlin: Springer.

Holloway, J. C. w. T. N. (2006). The business of tourism (7th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 22 von 198

Mason, P. (2006). Tourism impacts, planning and management ([Nachdr.]). Tourism. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Minkov ,Michael: Cross-Cultural Analysis: The Science and Art of Comparing the World's Modern Societies and Their Cultures

Mol, H. (2008). English for Tourism and Hospitality in Higher Education. English for Specific Academic Purposes. Reading: Garnet.

Pearce, D. G. (1992). Tourist Organizations. Essex: Longman Scientific & Technical.

Pearce, P. L. (2011). Tourist behaviour and the contemporary world. Aspects of tourism: Vol. 51. Bristol: Channel View Publ.

Pyka, D., & Freitag, R. (2010). Overview of World Tourism 2009. In R. Conrady & M. Buck (Eds.), Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010 (pp. 3-10). Berlin: Springer.

Starr, N. (2003). Viewpoint: an introduction to travel, tourism and hospitality (4th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Syratt, G., & Archer, J. (2007). Manual of travel agency practice (3.ed., [Reprint]). Travel Weekly. Amsterdam: Elsevier.

Theobald, W. F. (Ed.) (2005). Global tourism (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Tribe, J. (2011). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism (4. Aufl.). s.l.: Elsevier professional.

Lehrziele:

Das Ziel ist die Förderung von kommunikativen Kompetenzen in berufsrelevanten und kulturübergreifenden Kontexten. Nach Absolvieren des Moduls sollen Studierende in einem kulturell vielfältigen Umfeld auf Englisch (mindestens Niveau B1) agieren können.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 23 von 198

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Fischbach, Prof. Dr. Cowan

Prüfungsform: - Englisch für Tourismus 1: Klausur 90 Minuten
- Interkulturelle Kompetenz: Referat

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 26 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 22 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 21 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 24 von 198

Unit TM0501 Englisch für Tourismus 1

zugeordnet zu: Modul TM05

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Schlüsselbegriffe des internationalen Tourismus
2. Trends und Entwicklungen im Tourismus
3. Das touristische Vertriebssystem
4. Reisebüros.

Literaturhinweise:

Buhalis, D. (2001). Tourism distribution channels: practices, and processes. In D. Buhalis & E. Laws (Eds.), *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations* (pp. 7-32). London & New York: South-Western Cengage Learning.

Buhalis, D., & Laws, E. (Eds.) (2001). *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations*. London & New York: South-Western Cengage Learning.

Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In R. W. Butler (Ed.), *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle* (pp. 3-12). Clevedon: Channel View Publ.

Butler, R. W. (Ed.) (2006). *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle*. Clevedon: Channel View Publ.

Conrady, R., & Buck, M. (Eds.) (2010). *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010*. Berlin: Springer.

Holloway, J. C. w. T. N. (2006). *The business of tourism* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.

Mason, P. (2006). *Tourism impacts, planning and management* ([Nachdr.]). *Tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Mol, H. (2008). *English for Tourism and Hospitality in Higher Education. English for Specific Academic Purposes*. Reading: Garnet.

Pearce, D. G. (1992). *Tourist Organizations*. Essex: Longman Scientific & Technical.

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 25 von 198

Pearce, P. L. (2011). *Tourist behaviour and the contemporary world. Aspects of tourism: Vol. 51.* Bristol: Channel View Publ.

Pyka, D., & Freitag, R. (2010). Overview of World Tourism 2009. In R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010* (pp. 3-10). Berlin: Springer.

Starr, N. (2003). *Viewpoint: an introduction to travel, tourism and hospitality* (4th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Syratt, G., & Archer, J. (2007). *Manual of travel agency practice* (3.ed., [Reprint]). *Travel Weekly.* Amsterdam: Elsevier.

Theobald, W. F. (Ed.) (2005). *Global tourism* (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (4. Aufl.). s.l.: Elsevier professional.

Lehrvoraussetzungen: Das Niveau B1 (Mitte der Skala)

Lehrziele: In berufsbezogenen bzw. akademischen Situationen sollen Studierende das Niveau B1 (oberes Ende der Skala) in allen vier Sprachfertigkeiten erreicht haben.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Internationale Kompetenzen

TM05 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 26 von 198

Unit TM0502 Interkulturelle Kompetenz

zugeordnet zu: Modul TM05

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Studenten lernen wichtige Kulturmodelle (z.B. Hofstede, Minkov, GLOBE und Schwartz) kennen, ebenso typische Quellen und Folgen kultureller Prägungen und können deren Auswirkungen auf das interkulturelle Management und das eigene Handeln bewerten.

Literaturhinweise: Minkov ,Michael: Cross-Cultural Analysis: The Science and Art of Comparing the World's Modern Societies and Their Cultures

Lehrvoraussetzungen:

- gute Englischkenntnisse, da die Veranstaltung auf Englisch stattfindet, um auch durch das Verlassen der eigenen "Komfortzone" interkulturelle Lerneffekte auszulösen
- möglichst vielfältige interkulturelle Vorerfahrungen der Teilnehmer

Lehrziele: Die Studenten erkennen Kultur als komplexes soziales Konstrukt, das Identität, Verhalten und Ansichten prägt. Sie werden für interkulturelle Unterschiede sensibilisiert und können diese kontextbezogen bewerten.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Investition und Finanzierung

TM06 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 27 von 198

Modul TM06 Investition und Finanzierung

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 1. Fachsemester

800 TM (dual), 3. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

Fachsemester:	2
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<ul style="list-style-type: none">- Instrumente der externen und internen Eigen- und Fremdfinanzierung, Eigenkapitalbeschaffung in AG. Kursfestsetzung von Aktien, - Probleme im Zusammenhang mit der Grundkapitalerhöhung in AG. Traditionelle und moderne Finanzierungsregeln.- Effektivverzinsung von kurz- und langfristigen Fremdfinanzierungsmöglichkeiten.- Möglichkeiten und Arten der Finanzierung aus Umsatzerlösen und sonstigen Geldfreisetzungen. Kapazitätserweiterungs- und Kapitalfreisetzungseffekt.- Kapitalwertmethode, Annuitätenmethode, Interne Zinssatzmethode, Realer Zinssatz, Vermögensendwert- und Sollzinssatzmethode, Investitionsprogrammentscheidungen
-------------	--

Literaturhinweise:	<p>Blohm, Lüder: Investition, München</p> <p>Kruschwitz: Investitionsrechnung, Berlin</p> <p>Däumler: Grundlagen von Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen, Herne/ Berlin</p> <p>Olfert: Investition, Ludwigshafen</p> <p>Perridon, Steiner: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München</p> <p>Wöhe, Bielstein: Unternehmensfinanzierung, München</p> <p>Däumler: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne/ Berlin</p> <p>Jahrmann: Finanzierung, Herne/ Berlin</p>
--------------------	---

Lehrziele:	Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Instrumente den Kapitalbedarf von Unternehmen über Eigen- und Fremdfinanzierungsmaßnahmen zu decken. Sie kennen die Unterschiede zwischen Eigen- und Fremdfinanzierung,
------------	---

Modulbeschreibung - Investition und Finanzierung

TM06 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 28 von 198

sowie Außen- und Innenfinanzierung. Sie lernen heterogene Instrumentarien der Unternehmensfinanzierung kennen und sind in der Lage, diese zu bewerten, auszuwählen und eigenständig anzuwenden.

Sie können Investitionen mit unterschiedlicher Nutzungsdauer und unterschiedlichen Investitionskosten anhand von Barwert- und Endwertverfahren miteinander vergleichen, hinsichtlich ihres Aussagewertes einschätzen und eine adäquate Investitionsalternative auswählen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Sonstiges: Praxisbeispiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Burkhardt-Holicki

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 45 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 24 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Wirtschaftsrecht

TM07 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 29 von 198

Modul TM07 Wirtschaftsrecht

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 1. Fachsemester

999 Gaststudent, 1. Fachsemester

999 Gaststudent, 1. Fachsemester

800 TM (dual), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

- Überblick über die Rechtsordnung
- Subsumtionstechnik
- Privatautonomie und Vertragsfreiheit
- Allgemeiner Teil des BGB (Vertragsschluss, Geschäftsfähigkeit, Stellvertretung, Verjährung)
- Schuldrecht (Leistungsstörungen, Vertragsarten, Allgemeine Geschäftsbedingungen, gesetzliche Schuldverhältnisse)
- Verbraucherschutzregeln im BGB (Haustürgeschäfte, Fernabsatz)
- Grundzüge des Handelsrechts (Kaufmannsbegriff, Handelsregister, Firma)
- Überblick Sachenrecht

Literaturhinweise:

Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 12. Auflage 2014
Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 18. Auflage 2015

Lehrziele:

Die Studierenden erhalten einen problemorientierten Zugang zu den Grundfragen des bürgerlichen Rechts und des Handelsrechts. Sie beherrschen die Subsumtionstechnik, können diese anwenden und sind in der Lage einfache zivilrechtliche Fälle selbständig zu lösen. Sie sind in der Lage, die erlernten Kenntnisse auf fremde Sachverhalte und fremde gesetzliche Bestimmungen zu übertragen. Bei komplexeren Fällen können die Studierenden das juristische Kernproblem des Falles herausarbeiten. Zudem kennen sie die Besonderheiten im Zusammenhang von Rechtsgeschäften mit Kaufleuten und mit Verbrauchern.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung

Modulbeschreibung - Wirtschaftsrecht

TM07 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 30 von 198

- Übungen
- Fallstudien
- Sonstiges: Praxisbeispiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lammich

Prüfungsform: Klausur 120

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 37 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 32 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 31 von 198

Modul TM08 Grundlagen des Tourismus

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

Fachsemester:	2
Semesterwochenstunden:	6
ECTS-Punkte:	7.5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Natur-/Kulturgeografie
- Internationaler Tourismus
- Einführung Tourismusmarketing

Lehrinhalte:

- Geografie und ihre Teilgebiete, Kultur- und Wirtschaftsräume der Erde
- Klima- und Landschaftszonen, Siedlungs- und Oberflächenformen
- Ausgewählte Tourismusräume: z.B. Alpen, Mittelmeer, Kanarische Inseln, Nordamerika, Südafrika, Asien (China, Japan), Australien und Neuseeland
- Zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen im Tourismus; z.B. Sicherheit, Klima- und Demografischer Wandel
- Internationaler Tourismus als Erscheinungsform
- Historische Entwicklung, Wirkungen, Strukturen und Entwicklungen im Weltmaßstab und nach Regionen
- Verschiedene Theorien zum Reiseverhalten und der Tourismusentwicklung
- Strukturen und Entwicklungen im europäischen Tourismus und Rolle der EU
- Stellung Deutschlands im internationalen Tourismus
- Arbeitsweise und Aufgaben internationaler Tourismusorganisationen
- Erläuterung von Verbraucheransprüchen und Besonderheiten der Touristik
- Darstellung des Marketing-Management und des Marketing-Mix
- Bedeutung des Marketing für die moderne Unternehmensführung
- Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
- Markenpolitik und Marktsegmentierung

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 32 von 198

Literaturhinweise:

Ritter, W./Frowein, M. (1997): Reiseverkehrsgeografie, Bad Homburg v.d. Höhe

Ortlepp, R. (2002): Geographie für Touristiker, Frankfurt am Main

Becker, C./Hopfinger, H./Steinecke, A. (2007): Geographie der Freizeit und des Tourismus, 3. Auflage, München

Schmude, J./Namberger, P. (2015): Tourismusgeographie, Darmstadt- Goeldner, C & Ritchie, B. (2009) Tourism, Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ

Henschel, K. (2002) Internationaler Tourismus, München, Wien

Landgrebe, S. (Hrsg.) (2000) Internationaler Tourismus, München, vWien

Bastian/Born/Dreyer: Kundenorientierung im Touristikmanagement

Scharf/Schubert: Marketing

Becker: Marketing-Konzeptionen

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen in diesem Modul den Tourismus als komplexe, gesellschaftliche und wirtschaftliche Erscheinung. Sie können den Begriff Tourismus volkswirtschaftlich einordnen und die Tragweite von Unterscheidungen in Tourismusunternehmen einschätzen. Darüber hinaus lernen die Studierenden neben ökonomischen auch sozio-kulturelle und ökologische Aspekte kennen. Sie verfügen über geographisches und kulturelles Grundwissen und wurden anhand ausgewählter Beispiele für ein komplexes und touristisches Raumverständnis sensibilisiert. Des Weiteren werden die Studierenden mit der Erscheinungsform des internationalen Tourismus vertraut gemacht. Sie verstehen touristische Entwicklungen sowie die Bedeutung des Tourismus als Wirtschafts- und Arbeitsfaktor im Weltmaßstab und nach Regionen. Schwerpunkte, wie die Entstehung des Außenhandels, Wechselkursentwicklungen und Unternehmensverflechtungen werden den Studierenden mit Hilfe praxisorientierter Fallbeispiele verdeutlicht. Die Studierenden erkennen die Besonderheiten des Tourismusproduktes und die Auswirkungen auf die Vermarktung dieses Produktes. Unter Anwendung der Instrumente des Marketings können Studierende selbständig eine Marketing-Konzeption erstellen und diese in operative Schritte umsetzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 33 von 198

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Schreiber, Prof. Dr. Klemmer

Prüfungsform: Natur-/Kulturgeografie und Internationaler Tourismus: Klausur 120 Minuten

Einführung Tourismusmarketing: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 7,5 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 h
Vor- und Nachbereitung: 63 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 36,5 h
sonstige studienrelevante Aktivitäten: 4 h
Workload gesamt: 187,5 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 34 von 198

Unit TM0801 Natur-/Kulturgeografie

zugeordnet zu: Modul TM08

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Geografie und ihre Teilgebiete
2. Kultur- und Wirtschaftsräume der Erde
3. Klima- und Landschaftszonen
4. Siedlungs- und Oberflächenformen
5. Ausgewählte Tourismusräume: z.B. Alpen, Mittelmeer, Kanarische Inseln, Nordamerika, Südafrika, Asien (China, Japan), Australien und Neuseeland
6. Zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen im Tourismus; z.B. Sicherheit, Klima- und Demografischer Wandel

Literaturhinweise:

Ritter, W./Frowein, M. (1997): Reiseverkehrsgeografie, Bad Homburg v.d. Höhe

Ortlepp, R. (2002): Geographie für Touristiker, Frankfurt am Main

Becker, C./Hopfinger, H./Steinecke, A. (2007): Geographie der Freizeit und des Tourismus, 3. Auflage, München

Schmude, J./Namberger, P. (2015): Tourismusgeographie, Darmstadt

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Studierende erkennen den Tourismus als komplexe gesellschaftliche und wirtschaftliche Erscheinung; die Studierenden verfügen über ein geografisches Grundwissen, sind für ein komplexes Raumverständnis sensibilisiert und kennen neben ökonomischen auch sozio-kulturelle und ökologische Aspekte, die das System Tourismus bestimmen.

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten.

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 35 von 198

Die Prüfung findet zusammen mit der Unit "Internationaler
Tourismus" statt.

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 36 von 198

Unit TM0802 Internationaler Tourismus

zugeordnet zu: Modul TM08

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Internationaler Tourismus als Erscheinungsform
2. Historische Entwicklung
3. Wirkungen, Strukturen und Entwicklungen im Weltmaßstab und nach Regionen
4. Verschiedene Theorien zum Reiseverhalten und der Tourismusentwicklung
5. Nachhaltige Tourismusentwicklung
6. Strukturen und Entwicklungen im europäischen Tourismus und Rolle der EU
7. Stellung Deutschlands im internationalen Tourismus
8. Arbeitsweise und Aufgaben internationaler Tourismusorganisationen
9. Fallbeispiele

Literaturhinweise:

Goeldner, C & Ritchie, B. (2009) *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ

Henschel, K. (2002) *Internationaler Tourismus*, München, Wien

Landgrebe, S. (Hrsg.) (2000) *Internationaler Tourismus*, München, Wien

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Studierenden werden mit der Erscheinungsform des internationalen Tourismus vertraut gemacht. Sie verstehen touristische Entwicklungen im weltweiten Maßstab und differenziert nach Regionen und Ländern sowie die Bedeutung des Tourismus als Wirtschafts- und Arbeitsmarktfaktor. Schwerpunkte, wie Tourismus Politik, Planung und Entwicklung werden den Studierenden mit Hilfe praxisorientierter Fallbeispiele verdeutlicht. Auswirkungen von aktuellen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Entwicklungen auf den internationalen Tourismus werden analysiert.

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten.

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 37 von 198

Die Prüfung findet zusammen mit der Unit "Natur-/ Kulturgeografie" statt.

Modulbeschreibung - Grundlagen des Tourismus

TM08 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 38 von 198

Unit TM0803 Einführung Tourismusmarketing

zugeordnet zu: Modul TM08

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Bedeutung des Marketing für die moderne Unternehmensführung
2. Erläuterung von Verbraucheransprüchen und Besonderheiten der Touristik
3. Darstellung des Marketing-Management und des Marketing-Mix
4. Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
5. Markenpolitik und Marktsegmentierung

Literaturhinweise:

Bastian/Born/Dreyer: Kundenorientierung im Touristikmanagement

Scharf/Schubert: Marketing

Becker: Marketing-Konzeptionen

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Der Studierende kann unter Anwendung der Instrumente des Marketing selbständig eine Marketing-Konzeption erstellen und diese in operative Schritte umsetzen.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Kosten- und Leistungsrechnung

TM09 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 39 von 198

Modul TM09 Kosten- und Leistungsrechnung

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Zentrale Größen und Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung
- Leistungs- und Erlösrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerzeit- und Kostenträgerstückrechnung
- Kurzfristige Betriebsergebnisrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis

Literaturhinweise:

Coenenberg, A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Aufl., Stuttgart.

Däumler, K.-D. / Grabe, J.: Kostenrechnung 1 - Grundlagen, aktuelle Aufl., Herne/ Berlin.

Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, aktuelle Aufl., München.

Ewert, R./ Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, aktuelle. Aufl., Berlin/ Heidelberg.

Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, aktuelle Aufl., Berlin/ Heidelberg.

Schweitzer, M. / Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, aktuelle Aufl., München

Lehrziele:

Die Studierenden beherrschen die Methoden und Verfahren zur Durchführung der Kosten- und Erlösrechnung. Sie sind selbständig in der Lage, die Erlös-, Leistungs-, Bestands- und Kostenrechnung miteinander zu verbinden und sachkundig aufeinander abzustimmen. Die Studierenden können die Methoden zur Berechnung kalkulatorischer Kosten praxisorientiert anwenden und beherrschen die Möglichkeiten zum Aufbau einer zeitgemäßen Kostenartenrechnung. Sie sind in der Lage, eigenständig eine Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung sowie eine Preiskalkulation durchzuführen und fachkundig zu beurteilen.

Modulbeschreibung - Kosten- und Leistungsrechnung

TM09 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 40 von 198

Ferner verfügen sie über umfangreiche und praxisrelevante Kenntnisse, Kosten- und Erlösinformationen einzuschätzen und aufzuarbeiten, um diese in eine zweckgerichtete Deckungsbeitrags- und Betriebserfolgsrechnung zu überführen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jana Eberlein

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 42 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 27 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Wirtschaftsmathematik

TM10 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 41 von 198

Modul TM10 Wirtschaftsmathematik

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 2. Fachsemester

800 TM (dual), 1. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

883 Int. Tourismus (BA), 1. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

- Wiederholung elementarer Grundlagen
- Lösen von Gleichungen und Ungleichungen
- Lineare Gleichungssysteme und Matrizen
- Lineare Optimierung
- Folgen, Reihen, Grenzwerte
- Differentialrechnung für Funktionen mit einer und mehreren Veränderlichen

Literaturhinweise:

Purkert,W. (2014): Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Wiesbaden

Schwarze, J. (2015): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methoden der Wirtschaftsmathematik. Vor dem Hintergrund einer komplexen Problemstellung aus den Bereichen BWL und VWL sind Sie in der Lage, selbständig die geeignete Methode auszuwählen und eine Lösung zu erarbeiten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Wiese

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Wirtschaftsmathematik

TM10 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 42 von 198

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 31 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 38 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 43 von 198

Modul TM11 Englisch für Tourismus I

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units:

- Englisch für Tourismus 2 und
- Englisch für Tourismus 3.

Bewerbungsschreiben, Verhandlungen zwischen Veranstaltern und Leistungsträger, Reiseveranstalter, Hotellerie, Transport, Marketing in Tourismus, Event Management, Kreuzfahrtmanagement, aktuelle Themen und Entwicklungen der globalen Tourismusbranche

Literaturhinweise:

Adams, B. B. (2008). *The new agritourism: Hosting community and tourists on your farm*. Auburn, California: New World Publishing.

Buckley, R. (2009). *Ecotourism: principles and practices*. Cabi Tourism Texts. Wallingford, Oxfordshire: CAB International.

Buhalis, D. (2001). Tourism distribution channels: practices, and processes. In D. Buhalis & E. Laws (Eds.), *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations* (pp. 7-32). London & New York: South-Western Cengage Learning.

Buhalis, D., & Laws, E. (Eds.) (2001). *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations*. London & New York: South-Western Cengage Learning.

Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In R. W. Butler (Ed.), *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle* (pp. 3-12). Clevedon: Channel View Publ.

Butler, R. W. (Ed.) (2006). *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle*. Clevedon: Channel View Publ.

Connell, J. (2011). *Medical tourism*. Wallingford, Oxfordshire, Cambridge, MA: CABI.

- Conrady, R., & Buck, M. (Eds.) (2010). *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010*. Berlin: Springer.
- Duval, D. T. (2007). *Tourism and transport: Modes, networks and flows*. Clevedon, Buffalo: Channel View Publications.
- Holloway, J. C. w. T. N. (2006). *The business of tourism* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.
- Mason, P. (2006). *Tourism impacts, planning and management* ([Nachdr.]). *Tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Mol, H. (2008). *English for Tourism and Hospitality in Higher Education. English for Specific Academic Purposes*. Reading: Garnet.
- Pearce, D. G. (1992). *Tourist Organizations*. Essex: Longman Scientific & Technical.
- Pearce, P. L. (2011). *Tourist behaviour and the contemporary world. Aspects of tourism: Vol. 51*. Bristol: Channel View Publ.
- Plog, S. C. (2005). Targeting segments: more important than ever in the travel industry. In W. F. Theobald (Ed.), *Global tourism* (3rd ed., pp. 271-293). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Pyka, D., & Freitag, R. (2010). Overview of World Tourism 2009. In R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010* (pp. 3-10). Berlin: Springer.
- Robinson, P., Wale, D., & Dickson, G. (2010). *Events management. Cabi Tourism Texts*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.
- Smith, S. L. J. (2010). *Practical tourism research*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.
- Starr, N. (2003). *Viewpoint: an introduction to travel, tourism and hospitality* (4th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Stone, P. R., & Sharpley, R. (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Tonawanda, NY: Channel View Publications.
- Syratt, G., & Archer, J. (2007). *Manual of travel agency practice* (3.ed., [Reprint]). *Travel Weekly*. Amsterdam: Elsevier.
- Theobald, W. F. (Ed.) (2005). *Global tourism* (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (4. Aufl.). s.l.: Elsevier professional.

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 45 von 198

Vogel, H. L. (2001). *Travel industry economics*. New York: Cambridge University Press.

Williams, P. (2010). *Educational Tourism: Understanding the Concept, Recognising the Value*. Retrieved February 05, 2012, from <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational%20Tourism:%20Understanding%20the%20Concept,%20Recognising%20the%20Value>.

Lehrziele:

Die Studierenden sollten auf das Niveau B2 gebracht werden. Nach Ende von Englisch für Tourismus 3 sollen TeilnehmerInnen in der Lage sein, an einer englischsprachigen Hochschule Tourismusmanagement studieren bzw. in einem englischsprachigen Betrieb ein Praktikum absolvieren zu können. Um diese Ziele zu erreichen, werden fachrelevante Vokabeln gelernt und alle vier Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben) in Kontexten bezogen auf Tourismusmanagement geübt.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Cowan

Prüfungsform:

Englisch für Tourismus 2: Klausur 90 Minuten

Englisch für Tourismus 3: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 28 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 41 h
Workload gesamt: 125 h

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 46 von 198

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Das Niveau B1 (oberes Ende der Skala) in der Zielsprache nach
dem europäischen Referenzrahmen für Fremdsprachen.

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 47 von 198

Unit TM1101 Englisch für Tourismus 2

zugeordnet zu: Modul TM11

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Stellenbewerbungen
2. Reiseveranstalter (Verhandlungen)
3. Marketing in Tourismus (7 Ps, Marktsegmentierung)
4. Event Management.

Literaturhinweise:

Buhalis, D. (2001). Tourism distribution channels: practices, and processes. In D. Buhalis & E. Laws (Eds.), *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations* (pp. 7-32). London & New York: South-Western Cengage Learning.

Buhalis, D., & Laws, E. (Eds.) (2001). *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations*. London & New York: South-Western Cengage Learning.

Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In R. W. Butler (Ed.), *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle* (pp. 3-12). Clevedon: Channel View Publ.

Butler, R. W. (Ed.) (2006). *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle*. Clevedon: Channel View Publ.

Holloway, J. C. w. T. N. (2006). *The business of tourism* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.

Mason, P. (2006). *Tourism impacts, planning and management* ([Nachdr.]). *Tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Plog, S. C. (2005). Targeting segments: more important than ever in the travel industry. In W. F. Theobald (Ed.), *Global tourism* (3rd ed., pp. 271-293). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Robinson, P., Wale, D., & Dickson, G. (2010). *Events management. Cabi Tourism Texts*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.

Smith, S. L. J. (2010). *Practical tourism research*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.

Starr, N. (2003). *Viewpoint: an introduction to travel, tourism and hospitality* (4th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 48 von 198

Theobald, W. F. (Ed.) (2005). *Global tourism* (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (4. Aufl.). s.l.: Elsevier professional.

Lehrvoraussetzungen: B1 (Mitte)

Lehrziele: In berufsbezogenen Situationen sollen Studierende das Niveau B1 (oberes Ende der Skala) in allen vier Sprachfertigkeiten in fachbezogenen Kontexten erreicht haben.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 49 von 198

Unit TM1102 Englisch für Tourismus 3

zugeordnet zu: Modul TM11

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Hotellerie
2. Kreuzfahrtmanagement
3. Touristik (Transport in der Tourismusbranche)
4. Ein aktueller und daher wechselnder Fachartikel aus der Tourismusbranche.

Literaturhinweise:

Adams, B. B. (2008). *The new agritourism: Hosting community and tourists on your farm*. Auburn, California: New World Publishing.

Buckley, R. (2009). *Ecotourism: principles and practices*. *Cabi Tourism Texts*. Wallingford, Oxfordshire: CAB International.

Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In R. W. Butler (Ed.), *Aspects of tourism: Vol. 28. The tourism area life cycle* (pp. 3-12). Clevedon: Channel View Publ.

Connell, J. (2011). *Medical tourism*. Wallingford, Oxfordshire, Cambridge, MA: CABI.

Conrady, R., & Buck, M. (Eds.) (2010). *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010*. Berlin: Springer.

Duval, D. T. (2007). *Tourism and transport: Modes, networks and flows*. Clevedon, Buffalo: Channel View Publications.

Holloway, J. C. w. T. N. (2006). *The business of tourism* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.

Mason, P. (2006). *Tourism impacts, planning and management* ([Nachdr.]). *Tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Pearce, D. G. (1992). *Tourist Organizations*. Essex: Longman Scientific & Technical.

Pearce, P. L. (2011). *Tourist behaviour and the contemporary world*. *Aspects of tourism: Vol. 51*. Bristol: Channel View Publ.

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus I

TM11 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 50 von 198

Pyka, D., & Freitag, R. (2010). Overview of World Tourism 2009. In R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and Issues in Global Tourism. Trends and Issues in Global Tourism 2010* (pp. 3-10). Berlin: Springer.

Smith, S. L. J. (2010). *Practical tourism research*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.

Stone, P. R., & Sharpley, R. (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Tonawanda, NY: Channel View Publications.

Theobald, W. F. (Ed.) (2005). *Global tourism* (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (4. Aufl.). s.l.: Elsevier professional.

Vogel, H. L. (2001). *Travel industry economics*. New York: Cambridge University Press.

Williams, P. (2010). *Educational Tourism: Understanding the Concept, Recognising the Value*. Retrieved February 05, 2012, from <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational%20Tourism:%20Understanding%20the%20Concept,%20Recognising%20the%20Value>.

Lehrvoraussetzungen: B1 (oberes Ende der Skala)

Lehrziele: In berufsbezogenen Situationen sollen Studierende das Niveau B2 in allen vier Sprachfertigkeiten erreicht haben.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Basiswissen VWL

TM12 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 51 von 198

Modul TM12 Basiswissen VWL

zugeordnet zum Curriculum:

999 Gaststudent, 2. Fachsemester

999 Gaststudent, 2. Fachsemester

999 Gaststudent, 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 2. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 2. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 6

Lehrinhalt:

- * Grundfragen der Volkswirtschaftslehre
- * Angebot und Nachfrage auf Wettbewerbsmärkten
- * Elastizitäten
- * Theorie des Haushalts (Nachfrageentscheidungen)
- * Theorie der Unternehmung (Angebotsentscheidungen)
- * Marktversagen, Staatseingriffe
- * Monopol

Literaturhinweise:

Grundlegend:

- * Mankiw, N. G., Taylor, M. P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart, Schäffer-Poeschel, in der jeweils aktuellen Auflage.

Vertiefend und ergänzend:

- * Lorenz, W., Mikroökonomie für Dummies, Weinheim, Wiley.
- * Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., Mikroökonomie, München usw., Pearson-Studium.
- * Varian, H. R., Grundzüge der Mikroökonomik, München, Wien, Oldenbourg.

Lehrziele:

Die Studierenden können die zentrale Bedeutung der Volkswirtschaftslehre innerhalb der Wirtschaftswissenschaften einschätzen. Sie kennen die Unterscheidung zwischen Mikro- und Makroökonomie und besitzen einen Überblick über grundlegende mikroökonomische Modelle. Sie sind in der Lage, mit einfachen verbalen, analytischen und grafischen Modellen mikroökonomische Problemstellungen zu analysieren. Sie beherrschen die Methode volkswirtschaftlichen Denkens. Sie erkennen die Vor- und Nachteile arbeitsteiliger Spezialisierung und die Funktionsweise von Märkten.

Modulbeschreibung - Basiswissen VWL

TM12 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 52 von 198

Sie kennen die Voraussetzungen für eine effiziente Funktion des Preismechanismus. Sie beherrschen den Umgang mit dem Marktdiagramm als wichtigstem Instrument der volkswirtschaftlichen Analyse und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen in ihren grundlegenden Auswirkungen auf einzelne Märkte abzuschätzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Sonstiges: Praxisbeispiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Wilhelm Lorenz

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 6,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 56 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 38 h
Workload gesamt: 150 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

TM13 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 53 von 198

Modul TM13 Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 3. Fachsemester

Fachsemester:	3
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Controlling
- Recht im Tourismus

In der Unit Controlling werden vorzugsweise handlungsorientiert operative und strategische Instrumente behandelt, wie Systeme der Teilkosten- und Vollkostenrechnung für Plan- und Istzeiträume, Budgetierung und Abweichungsanalyse, Kennzahlen und Kennzahlensysteme. Anhand umfassender, praxisorientierten Projektaufgaben werden insbesondere die mannigfaltigen Wechselbeziehungen zwischen Controlling-Tools und deren Bedeutung für eine zeitgemäße Unternehmenssteuerung herausgestellt.

Recht im Tourismus:

- Abgrenzung Individualreise und Pauschalreise, Reisevermittlung
- Inhalt und Zustandekommen des Reisevertrags
- Besonderheiten bei Pauschalreisen (Rechtsnatur, Haftung bei Reisemängeln, Schadensersatz, Fristen, Verjährung)
- Beförderungsvertrag
- Beherbergungsvertrag

Lehrziele:

Controlling:

Die Studierenden verstehen es, selbständig grundlegende operative und strategische Controllinginstrumente fachgerecht und praxisorientiert anzuwenden sowie auf deren Basis unternehmerische Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, qualifizierte Betriebsergebnisrechnungen auf Vollkosten- und Teilkostenbasis, fundierte Leistungsprogrammentscheidungen, Berechnungen von lang- und kurzfristigen Preisgrenzen, die Erstellung und Auswertung von Budgets sowie die Berechnung und Beurteilung von ausgewählten Kennzahlen und Kennzahlensystemen durchzuführen. Darüber hinaus besitzen sie weitreichende

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

TM13 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 54 von 198

Kenntnisse zu grundlegenden strategischen Controlling-Tools und können diese zweckorientiert einsetzen.

Recht im Tourismus:

Studierende kennen die einschlägigen tourismusspezifischen Vorschriften (insbesondere des Reisevertragsrechts) und können diese am praktischen Fall anwenden.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Prüfungsform:

Controlling: Klausur 90 Minuten

Recht im Tourismus: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 46 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 23 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

Für die Unit Controlling: Kenntnisse auf dem Gebiet der Buchführung, Kosten- und Leistungsrechnung sowie Grundlagen der Bilanzierung

Für die Unit Recht im Tourismus Teilnahme an der Veranstaltung Wirtschaftsrecht, in der die Grundlagen des Bürgerlichen Rechts und des Handelsrechts behandelt werden.

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

TM13 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 55 von 198

Unit TM1301 Controlling

zugeordnet zu: Modul TM13

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Gegenstand und Konzeptionen des Controlling
2. Grundlagen des operativen und strategischen Controlling
3. Anwendung ausgewählter Instrumente des Controlling
Prozesskostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Prozessorientierte Deckungsbeitragsrechnung, Budgetierung und Abweichungsanalyse, Target Costing, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Performance Measurement

Literaturhinweise:

Coenenberg, A.G./Fischer, T. M. , Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.

Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, Oldenbourg, 2., erw. Aufl., München 2010.

Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Springer, Berlin u.a., 5. Aufl., Berlin/ Heidelberg 2010.

Küpper, H.-U./ Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Aufl., Stuttgart 2013.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M./: Controlling, 13. Aufl., München 2015.

Weber, J. und U. Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel, 15. Aufl., Stuttgart 2016.

Lehrvoraussetzungen:

Kenntnisse auf dem Gebiet der Buchführung, Kosten- und Leistungsrechnung sowie Grundlagen der Bilanzierung

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse und Fertigkeiten zur Anwendung zeitgemäßer und praxisorientierter Controllinginstrumente. Sie sind in der Lage, sachgerecht und selbstständig qualifizierte Erfolgsrechnungen und -analyse, prozessorientierte Rechnungen und Auswertungen, fundierte Leistungsprogrammentscheidungen, Ermittlungen von Preisgrenzen, die Erstellung und Auswertung von Budgets sowie die Ausstellung von ausgewählten Kennzahlen und Kennzahlensystemen vorzunehmen. Sie verfügen drüber hinaus

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

TM13 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 56 von 198

aufgrund einer umfassenden Projektausgabe über Fähigkeiten, Schlussfolgerungen zur Einschätzung des Unternehmens sowie entsprechende zielkonforme operative und strategische Maßnahmen abzuleiten.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I

TM13 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 57 von 198

Unit TM1302 Recht im Tourismus

zugeordnet zu: Modul TM13

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Reisevertragsrecht
2. Inhalt und Zustandekommen des Reisevertrags
3. Haftung für Reisemängel
4. Schadenersatz
5. Fristen
6. Verjährung
7. Beförderungsvertrag
8. Beherbergungsvertrag
9. IPR des Reiserechts
10. europarechtliche Bezüge

Literaturhinweise:

Führich, Basiswissen Reiserecht, 2. Auflage 2011

Führich, Reiserecht, 7. Auflage 2015

Zeitschrift Reiserecht aktuell (RRa)

Lehrvoraussetzungen:

Für die Unit Recht im Tourismus Teilnahme an der Veranstaltung Wirtschaftsrecht, in der die Grundlagen des Bürgerlichen Rechts und des Handelsrechts behandelt werden.

Lehrziele:

Studierende kennen die einschlägigen tourismusspezifischen Vorschriften (insbesondere des Reisevertragsrechts) und können diese am praktischen Fall anwenden.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Vertiefung des Tourismus

TM14 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 58 von 198

Modul TM14 Vertiefung des Tourismus

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 3. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- e-Tourism
- Projektmanagement

Lehrinhalte:

Projektmanagement:

- Grundbegriffe
- Projektorganisation (Rollen und Gremien)
- Projektauftrag und -ziele
- Umfeldanalyse und Risikomanagement
- Projektstrukturplan
- Ressourcen
- Projektkostenplan
- Projektcontrolling
- Projektabschluss

eTourism:

- Einführung eTourismus
- Einsatz Internet im Reiseprozess
- Relevanz und Erfolgsfaktoren touristischer Websites
- Bedeutung verschiedener Online-Marketing-Kanäle

Literaturhinweise:

Egger, R.: Grundlagen des eTourism. Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus, Aachen 2005.

Keßler, E.: Erfolgreiche Websites, Bonn 2015.

Schulz, A.; Weithöner, U. Goecke, R. (Hrsg.)

Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme. München, Wien 2010

Schwarz, T.: Leitfaden Online Marketing, Waghäusel 2011. Baker, S. & K. / Campbell, G.M. (2003): The complete idiot's guide to project management, 3rd ed., Alpha, Indianapolis

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Vertiefung des Tourismus

TM14 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 59 von 198

Patzak, G. / Rattay, G. (1998), Projekt-Management : Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen 3. Aufl., Wien : Linde

Lehrziele:

Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Kompetenzen im Projektmanagement. Nach Abschluss der Vorlesungen sind sie in der Lage Projektthemen sinnvoll aufzusetzen, zu strukturieren und effizient abzuarbeiten. Mit den typischerweise auftretenden Schwierigkeiten und Herausforderungen im Umfeld eines Projektes können sie angemessen umgehen.

Die Studierenden können die Relevanz von elektronischen Geschäftsprozessen erkennen und einordnen insbesondere im Zusammenhang mit klassischen touristischen Vertriebskanälen. Sie kennen die wesentlichen Inhalte des Online-Marketings, der Website-Optimierung/Usability und von Web-Analytics im touristischen Marktumfeld.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Böttcher

Prüfungsform: e-Tourism: Klausur 90 Minuten
Projektmanagement: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 34 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 15 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 20 h
Workload gesamt: 125 h

Modulbeschreibung - Vertiefung des Tourismus

TM14 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 60 von 198

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Einführung Marketing

Modulbeschreibung - Vertiefung des Tourismus

TM14 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 61 von 198

Unit TM1401 eTourism

zugeordnet zu: Modul TM14

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Neben einer allgemeinen Einführung in den eTourismus, geht es im zweiten Teil um den Einsatz des Internets im Reiseprozess. Danach wird die Bedeutung der Website als Erfolgsfaktor aufgezeigt. Ein besonderer Fokus innerhalb der Lehrveranstaltung liegt dabei in der Erklärung der verschiedenen Online-Marketing-Kanäle. Abschließend wird dargestellt, welche Kriterien für die Buchung im Internet ausschlaggebend sind.

Literaturhinweise:

Egger, R.: Grundlagen des eTourism. Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus, Aachen 2005.

Keßler, E.: Erfolgreiche Websites, Bonn 2015.

Schulz, A.; Weithöner, U. Goecke, R. (Hrsg.)
Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme. München, Wien 2010

Schwarz, T.: Leitfaden Online Marketing, Waghäusel 2011.

Lehrvoraussetzungen: Diese Unit setzt voraus, dass die Unit "Einführung Marketing" bereits erfolgreich belegt wurde, weil die Unit eTourism sich insbesondere mit den spezifischen Aspekten des Online-Marketings auseinandersetzt und dafür ein generelles Verständnis für die Zielsetzungen des Marketings vorhanden sein sollten.

Lehrziele: Die Studierenden sind nach der Lehrveranstaltung in der Lage die Bedeutung der elektronisch unterstützten Geschäftsprozesse im Tourismus einzuordnen. Insbesondere welche strategischen Wettbewerbsvorteile sich dadurch ergeben.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Vertiefung des Tourismus

TM14 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 63 von 198

Unit TM1402 Projektmanagement

zugeordnet zu: Modul TM14

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Grundbegriffe
- Projektorganisation (Rollen und Gremien)
- Projektauftrag und Projektziele
- Umfeldanalyse und Risikomanagement
- Projektstrukturplan
- Ressourcen
- Projektkostenplan
- Projektcontrolling
- Projektabschluss

Literaturhinweise:

Baker, S. & K. / Campbell, G.M. (2003): The complete idiot's guide to project management, 3rd ed., Alpha, Indianapolis

Patzak, G. / Rattay, G. (1998), Projekt-Management : Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen 3. Aufl., Wien : Linde

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Projekte aus dem betrieblichen Umfeld zu identifizieren, zu definieren und eine begründete Strategie für die Platzierung des Projektes im Zusammenhang mit der Unternehmensphilosophie zu entwickeln. Die Studierenden wissen, auf welche Art und Weise komplexe Aufgaben im Rahmen eines modernen Projektmanagements erfolgreich bearbeitet werden. Zudem können sie Projektteams sinnvoll zusammenstellen und leiten oder die geeignetste Person zur Projektleitung identifizieren und einsetzen.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Fallstudie im Tourismus

TM15 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 63 von 198

Modul TM15 Fallstudie im Tourismus

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 3. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das PC-gestützte Planspiel behandelt das Thema einer Destination, die über verschiedene wirtschaftliche und soziale Werkzeuge zum Erfolg geführt werden soll. Das Simulationsprogramm verarbeitet die getroffenen Entscheidungen der einzelnen Leistungsträger (Bergbahn, Hotel, Sport- und Eventdienstleister, Tourismusorganisation) und simuliert so den Wettbewerb. Die Studierenden erfahren durch Auswertungen nach jeder Entscheidungsrunde, ob und inwieweit Ihre Maßnahmen erfolgreich waren. Auf diesem Wege können sie den Umgang mit betriebswirtschaftlichen Instrumenten sowie deren Wirkungszusammenhänge im Dienstleistungsbereich kennenlernen. Die Studierenden werden den virtuellen Markt, in dem sie agieren, als komplexes System erfahren, in dem zwangsläufig Zielkonflikte auftreten, die es zu lösen gilt.

Literaturhinweise:

Bieger, Thomas: Management von Destination und Tourismusorganisation, 4. Aufl. München, Wien 2000

Freyer, Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Aufl. München, Wien 2015

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage die komplexen Zusammenhänge einer Destination kennenzulernen und bewerten zu können. Dabei geht es nicht nur darum einen einzelnen Leistungsträger wirtschaftlich erfolgreich zu führen, sondern mit Hilfe der anderen Studierenden eine ganze Destination voran zu bringen

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung

Modulbeschreibung - Fallstudie im Tourismus

TM15 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 64 von 198

- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Ines Karnath, Uwe Richter

Prüfungsform: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 40 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 15 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 14 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Einführung in die Tourismusmanagement I
Einführung in die Tourismusmanagement II

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 65 von 198

Modul TM16 Methodenlehre

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 3. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

Fachsemester:	3
Semesterwochenstunden:	6
ECTS-Punkte:	6.5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Quantitative Marktforschung/SPSS
- Wissenschaftliches Methodenlehre
- Studienarbeit

Lehrinhalte:

Quantitative Marktforschung/SPSS:

- Grundlagen der Marktforschung im Tourismusmarketing
- Phasen des Marktforschungsprozesses anhand einer praktischen Gästebefragung
- Definitionsphase
- Designphase
- Feldphase
- Analysephase mit SPSS-Übungen
- Kommunikationsphase Wissenschaftliche Methodenlehre:
 - Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens
 - Kennenlernen verschiedenere wissenschaftliche Methoden
 - verständliches und wissenschaftlich fundiertes Schreiben
 - wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten
 - Vermittlung formaler Kriterien und Formen einer wissenschaftlichen Hausarbeit sowie Kriterien einer konsistenten Inhaltsgestaltung
 - Planung des Praxissemesters und der Erstellung der Bachelorarbeit zeitlich und inhaltlich (Meilensteinkonzept).
 - Kennenlernen und Einüben von technischen und rhetorischen Mitteln für die wissenschaftliche Präsentation

Studienarbeit:

- Interpretation von Texten
- Textformulierung

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 66 von 198

Literaturhinweise:

Berekoven/Eckert/Ellenrieder: Marktforschung: Methodische Grundlagen & praktische Anwendung, Wiesbaden 2006

Freyer/Groß: Gästebefragungen als Instrument in der touristischen Marktforschung - Leitfaden für die Praxis, Dresden 2006

Seitz/Meyer: Tourismusmarktforschung, München 2006
American Psychological Association (APA): Publication Manual of the American Psychological Association, 6. Auflage, Washington 2010

American Psychological Association (APA): Publication Manual of the American Psychological Association, 6. Auflage, Washington 2010

Kornmeier, M: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg 2007

Manschwetius, U. (2016): Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten. Leicht verständliche Anleitung für das Schreiben wissenschaftlicher Texte im Studium. Thurm, Lüneburg

Töpfer, A.: Erfolgreich Forschen, 3. Auflage Heidelberg usw. 2013

Theisen, M. R. (2014): Wissenschaftliches Arbeiten. 16. Aufl., München

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, den Analyseprozess in der Informationsgewinnung eigenständig zu steuern. Sie kennen verschiedene wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethoden und können abschätzen, welche Methoden zu welcher Problemlösung eingesetzt werden können. Ferner verfügen die Studierenden über Grundlagenkenntnisse zu wirtschaftswissenschaftliche Datenerhebungsmethoden und zur Interpretation und Formulierung von Texten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher:

Dr. M. S. Groß

Prüfungsform:

Wissenschaftliche Methodenlehre/Studienarbeit: Hausarbeit

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 67 von 198

Quantitative Marktforschung/SPSS: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 6,5 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 19 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 15,5 h

Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 72 h

Workload gesamt: 162,5 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 68 von 198

Unit TM1601 Wissenschaftliche Methodenlehre / Studienarbeit

zugeordnet zu: Modul TM16

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

Lehrinhalte:

Die Studierenden beherrschen Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens, lernen verschiedene wissenschaftliche Methoden kennen und anwenden. Sie stellen ihre Kenntnisse - im Sinne eines verständlichen und wissenschaftlich fundiertem Schreiben - am Beispiel einer eigenen Hausarbeit (siehe Unit "Studienarbeit") unter Beweis. Darüber hinaus können sie wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Ergänzend werden die Vorgehensschritte für die bevorstehenden Aktivitäten des Praxissemesters und der Erstellung der Bachelorarbeit zeitlich und inhaltlich geplant (Meilensteinkonzept).

Veranstaltung dient dem Kennenlernen und Einüben von technischen und rhetorischen Mitteln, wie sie in einer wissenschaftlichen Präsentation Anwendung finden. Formale Kriterien und Formen einer wissenschaftlichen Hausarbeit sowie Kriterien einer konsistenten Inhaltsgestaltung werden vermittelt.

Literaturhinweise:

- American Psychological Association (APA): Publication Manual of the American Psychological Association, 6. Auflage, Washington 2010
- Kornmeier, M: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg 2007
- Manschwetus, U. (2016): Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten. Leicht verständliche Anleitung für das Schreiben wissenschaftlicher Texte im Studium. Thurm, Lüneburg
- Töpfer, A.: Erfolgreich Forschen, 3. Auflage Heidelberg usw. 2013
- Theisen, M. R. (2014): Wissenschaftliches Arbeiten. 16. Aufl., München

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Regeln zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten. Sie sind fähig, betriebswirtschaftliche Spezialthemen von Unternehmen anhand der selbständig recherchierten aktuellen und einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur zu behandeln und aufzubereiten (Textkompetenz).

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 69 von 198

- Kennenlernen der wissenschaftlichen Grundbegriffe (u.a. Definition, These, Hypothese, Methode)
- Kenntnisse verschiedener wissenschaftlicher Methoden aneignen (v.a. Forschungs-, Erhebungs-, Analyse- und ausgewählte Auswertungsmethoden)
- "Wissen wie Wissenschaft Wissen schafft" (u.a. Ziele von Wissenschaft, wissenschaftstheoretische Positionen, Wissensordnung)
- Forschungsprozess verinnerlichen (z.B. Untersuchungsdesign, Ebenen des wissenschaftlichen Erkenntnisprozesses)
- Wichtige Literaturquellen kennen lernen und einschätzen (z.B. amtliche Quellen, elektr. Datenbanken, Forschungsplattformen, Journals, Monographien und Sammelbände)
- Einschätzen, was bei wissenschaftlichen Arbeiten wichtig ist (u.a. wissenschaftliche Gütekriterien, Aufbau, Zitierung, Schreiben, Layout)
- Wissen, was Tourismuswissenschaft/-forschung ist (u.a. Paradigma, Prozess der Entwicklung eigener Wissenschaftsdisziplinen)
- Durchführung wissenschaftlicher Präsentationen unter angemessenem Einsatz von technischen und rhetorischen Mitteln
- Präsentationen inhaltlich konsistent aufbereiten und durchführen
- Erwerb der Grundlagen für eine Vielzahl von Präsentationen während des Studiums und im Berufsleben

Prüfungsform:

Hausarbeit

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 70 von 198

Unit TM1603 Quantitative Marktforschung/SPSS

zugeordnet zu: Modul TM16

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Grundlagen der Marktforschung im Tourismusmarketing
- * Phasen des Marktforschungsprozesses anhand einer praktischen Gästebefragung
 - * Definitionsphase
 - * Designphase
 - * Feldphase
 - * Analysephase mit SPSS-Übungen
 - * Kommunikationsphase

Literaturhinweise:

Berekoven/Eckert/Ellenrieder: Marktforschung: Methodische Grundlagen & praktische Anwendung, Wiesbaden 2006

Freyer/Groß: Gästebefragungen als Instrument in der touristischen Marktforschung - Leitfaden für die Praxis, Dresden 2006

Seitz/Meyer: Tourismusmarktforschung, München 2006

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Sie sollen:

- die verschiedenen Bereiche einer Marktanalyse im Tourismus erfassen
- Arbeitsschritte und Methoden zur Befähigung kennen lernen, eigenständige Marktforschungsanalysen im Tourismus durchzuführen
- Marktforschung als Prozess verstehen, der eine Folge von aufeinander abgestimmten Aktivitäten beinhaltet und
- mit den häufig gebrauchten Begriffen und Techniken der Datenerhebung und Analyse von Daten umgehen können,
- unterschiedliche Techniken anwenden, interpretieren und dokumentieren können

Modulbeschreibung - Methodenlehre

TM16 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 71 von 198

- ein grobes Verständnis von der Fragebogenauswertung und Datenerstellung erlangen

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung – Betriebssemester I

TM17 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 72 von 198

Modul TM17 Betriebssemester I

zugeordnet zum Curriculum:
800 TM (dual), 4. Fachsemester

Fachsemester:	4
Semesterwochenstunden:	2
ECTS-Punkte:	30

Lehrinhalt:

Im Betriebssemester I erwirbt der/die Studierende 20 ECTS-Credits durch ein mindestens 16-wöchiges Praktikum in seinem/ihrer jeweiligen ausbildenden Unternehmen sowie 10 ECTS-Credits durch das Verfassen eines Praxissemesterberichts. Die Betreuung des/der Studierenden erfolgt durch eine(n) fachlich geeignete(n) Betreuer(in)/ Ausbilder(in) im Unternehmen und durch eine(n) Dozentin/en der Hochschule Harz.

1. Praxissemesterbericht

Der Praxissemesterbericht greift eine zu Beginn mit dem Beauftragten der Praxisstelle und dem hochschulseitigen Betreuer unter Rücksprache mit der/dem Studierenden individuell festgelegte Aufgabenstellung aus dem Praktikum auf. Dabei wird inhaltlich Bezug genommen auf den Ausbildungsstand der/des Studierenden in der entsprechenden Fachrichtung (BWL oder Tourismus), die Produkte, die betrieblichen Abläufe, die Organisationsstruktur und die Herstellungsverfahren im Unternehmen. Der Praxissemesterbericht besteht aus einem schriftlichen Teil im Umfang von ca. 10 Seiten sowie einem Vortrag mit einer Dauer von 20 Minuten. Die wissenschaftlichen Anforderungen an die Studierenden (im Hinblick auf den Praxissemesterbericht) sind hinsichtlich der erwarteten Inhalte für die beiden Varianten „Vollzeit“ und „dual“ identisch. Diese sind seitens der Hochschule in Form von schriftlichen Informationen sowie den Selbstlernunterlagen „Leitfaden zur Erstellung eines Praxissemesterberichtes“ und „Anforderungen zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten“ detailliert beschrieben und online verfügbar. Auf diese Anforderungen werden die Studierenden vor der Erstellung des Praxissemesterberichts hingewiesen. Weitere Informationen und Hilfestellungen zum Praxissemester sind der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FB W zu entnehmen.

2. Begleitende Lehrveranstaltung

Das Praxissemester wird durch eine Lehrveranstaltung begleitet, die folgende Elemente umfasst:

- eine Einführungsveranstaltung,
- digital zur Verfügung stehende Selbstlernunterlagen,

- Einzelgespräche (persönlich oder telefonisch) zwischen den Studierenden und den betreuenden Dozent(inn)en der Hochschule Harz und
- Präsentationen der Studierenden (Kolloquium).

Zur Vorbereitung des Praxistransfers dient eine Einführungsveranstaltung mit dem Praktikumsbeauftragten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vor dem Beginn des Praxissemesters. In dieser zweimalig vor dem Praktikumsbeginn stattfindenden Informationsveranstaltung werden die relevanten Abläufe im Zusammenhang mit der Durchführung des Praktikums vorgestellt. Die notwendigen organisatorischen Details werden den Studierenden erläutert und Hilfestellung angeboten. Darüber hinaus stimmen sich die betreuenden Hochschullehrer vorbereitend mit den jeweiligen Studierenden hinsichtlich der notwendigen Betreuungsinhalte individuell ab.

Mittels der digitalen Selbstlernunterlagen erfolgt die Einführung in die wissenschaftliche Denk- und Arbeitsweise, die die Studierenden dazu befähigt, eigenständig Aufgabenstellungen zu erarbeiten und zu analysieren, Informationen zu recherchieren und Texte entsprechend den anerkannten wissenschaftlichen Standards zu erstellen. Dadurch werden die Studierenden darauf vorbereitet, anspruchsvolle Aufgaben in den Praxisphasen zu übernehmen und Praktikumsberichte zu erstellen.

Während der Praktikumsphase werden mit dem/der jeweiligen Betreuer(in) der Hochschule auf der Basis der Selbstlernunterlagen in individuellen Einzelgesprächen die Inhalte und die Gliederung des Praxissemesterberichts abgestimmt. Hierdurch werden die Studierenden bei der Erstellung des schriftlichen Berichts mit seinem wissenschaftlichen Charakter unterstützt und begleitet.

Den Abschluss des Praxissemesters und der begleitenden Lehrveranstaltung bilden die Präsentationen der Praxissemesterberichte, welche vor dem Betreuer an der Hochschule und weiteren Absolventen von Praxissemesterberichten abzuhalten sind. Durch die verpflichtende Teilnahme an der Präsentation auch anderer Praxissemesterberichte, bei welcher es sich im Regelfall um eine halbtägige Block-Veranstaltung handelt, soll ein übergreifender Austausch zu betrieblichen Erfahrungen vorgenommen werden und gleichzeitig die Anwendung von wissenschaftlichen Arbeitstechniken anhand verschiedener Praxissemesterberichte vertiefend geübt werden.

3. Praktikum

In Abhängigkeit vom zwischen Unternehmen und Studierenden abgeschlossenen Studienvertrag werden die Studierenden in den folgenden, beispielhaft angegebenen Tätigkeitsbereichen eingesetzt:

Ausbildung bei Reiseveranstaltern

- Erstellung der Produktplanung
- Aufbereitung von Katalog- und Webseiten
- Yieldmanagement und Verkaufsplanung
- Marketingplanung
- Kalkulation, Pricing

Ausbildung in Reisebüros

- Mitarbeit im Front-, Mid- und Backoffice
- Kundenberatung
- Reservierung und Buchung touristischer Produkte
- Kontingentprüfung und -überwachung
- Marketingplanung
- Abrechnung mit Leistungsträgern

Ausbildung in Zielgebietsagenturen

- Planung von Rundreisen (Individual- und Gruppenreisen)
- Einkauf touristischer Leistungen
- Kalkulation von Rundreisen
- Marketing gegenüber Reiseveranstaltern
- Qualitätsmanagement

Ausbildung in Hotelbetrieben

- Mitarbeit in allen Servicebereichen zum Kunden
- (Rezeption, Restauration)
- Erstellung von Servicekonzepten
- Kalkulation von Preisen
- Erstellen von Rechnungen
- Abwicklung Zahlungsverkehr
- Yieldmanagement und Verkaufsplanung
- Channelmanagement
- Marketingplanung
- Qualitätsmanagement
- Eventmanagement

Lehrziele:

Das Betriebssemester I der dualen Studienvariante im Studiengang „Tourismusmanagement (B.A.)“ führt die Studierenden durch die praktische Mitarbeit in den Betrieben sowie die aktive Beobachtung von betrieblichen Arbeitsabläufen in das jeweilige Berufsfeld ein. Hierbei werden sowohl wesentliche Arbeitsprozesse begleitet und erlernt als auch Abhängigkeiten zwischen einzelnen betrieblichen Prozessen und dem Gesamterfolg des Unternehmens aufgezeigt. Die Studierenden lernen die für das jeweilige Berufsfeld zum Einsatz kommenden Arbeitsabläufe und -techniken kennen und sind in der Lage, in angemessener Zeit praktische, am geplanten Unternehmenserfolg ausgerichtete Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus wissen sich die Studierenden im Spannungsfeld von beruflichen Anforderungen und der privaten Lebensplanung zu organisieren sowie dabei entstehende Konflikte angemessenen Lösungen zuzuführen. Schließlich

Modulbeschreibung – Betriebssemester I

TM17 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 75 von 198

sollen im Praxissemester ebenfalls Führungssituationen und -entscheidungen beobachtet werden, um diese für die künftige Berufstätigkeit reflektieren und Erfahrungen im Bereich der Sozialkompetenz sammeln zu können. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, eine abgegrenzte Aufgabenstellung aus dem jeweiligen Fachgebiet nach wissenschaftlichen Methoden unter Anleitung zu bearbeiten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Seminar
- Sonstiges: Praktikum

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Kaune

Prüfungsform: Bericht

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 30,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Praktikum: 500 h
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 2 h
Erstellen des Berichts inkl. Vortrag: 248 h
Workload gesamt: 750 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Die Studierenden müssen für die Zulassung zum Betriebssemester I das dritte Fachsemester erreicht haben.

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 76 von 198

Modul TM18 Perspektiven der Tourismuswirtschaft

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 5. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Touristische Märkte und internationale Wirtschaft
- Wahlpflichtfach: Spezielle Tourismuslehre

Die Studierenden setzen sich mit aktuellen Themen der Tourismuswirtschaft auseinander. In der Unit "Spezielle Tourismuslehre" werden aktuelle Trends und zukünftig zu erwartende Entwicklungen anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien selbstständig bearbeitet. In der Unit "Touristische Märkte und internationale Wirtschaft" geht es einerseits um die Funktionsweise touristischer Märkte, ein etwaiges Marktversagen auf diesen Märkten und die Möglichkeiten der Einflussnahme zur Korrektur von Marktversagen. Andererseits werden grundlegende Kenntnisse der Wirkungsweise internationaler Verflechtung untersucht.

Literaturhinweise:

Conrady, R./Buck, M.: Trends and Issues in Global Tourism (Ilg.-Jahrgang)

Egger, R./Herdin, T. (Hg.): Tourismus: Herausforderung Zukunft, Wien 2007

Homann, R.: Die Zukunft des Tourismus, Zukunftsinstitut GmbH, 2002

Peterman, T./Revermann, C./Scherz, C.: Zukunftstrends im Tourismus TAB-Arbeitsbericht Nr. 101, Berlin 2005

Smeral, E.: Die Zukunft des internationalen Tourismus. Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert, Wien 2003

UNWTO: Tourism Highlights (Ilg. Jahrgang) Pindyck, Robert S./Rubinfeld, Daniel L.: Mikroökonomie, 2015

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 77 von 198

Fees, Eberhard: Mikroökonomie: Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung, 2004

Shavell, Steven: Economic Analysis of Accident Law , 2007

Maennig, W.: Außenwirtschaft, Theorie und Politik, 2. Aufl., München, 2013.

Krugman, P./Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft, München, 2009.

Lehrziele:

Kenntnis und Fähigkeit zur Analyse aktueller Trends und zukünftig zu erwartender Entwicklungen in der Tourismuswirtschaft. Kenntnis von der Funktionsweise touristischer Märkte, Entwicklung eines Gespürs für das Auffinden von Marktversagensproblemen auf diesen Märkten und Kenntnis des Instrumentariums zur Einflussnahme auf das Marktergebnis. Grundlegende Kenntnisse über die Wirkungsweise internationaler Verflechtung.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Wehrt

Prüfungsform:

Touristische Märkte und internationale Wirtschaft: Klausur 90 Minuten

Wahlpflichtfach: Die Prüfungsleistung ist vom gewählten Fach abhängig: Hausarbeit / Projektarbeit / Referat / Klausur 60 Minuten Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 47 h

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 78 von 198

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 6 h
sonstige studienrelevante Aktivitäten: 16 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 79 von 198

Unit TM1801 Touristische Märkte und internationale Wirtschaft

zugeordnet zu: Modul TM18

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Touristische Märkte

- Funktionsweise touristischer Märkte
- Probleme des Marktversagens auf touristischen Märkten
- Korrektur von Marktversagen durch Regulierung

Internationale Wirtschaft:

- Der Devisenmarkt
- Theorien zur Erklärung von Wechselkursbewegungen
 - a) Kaufkraftparitätentheorie
 - b) Zinsparitätentheorie
 - c) Theorie rationaler Erwartungen (u.a. Bubble-Theorie)

Literaturhinweise:

Zur Veranstaltung gehört ein Vorlesungsmanuskript, das die Inhalte der Vorlesung vollständig abdeckt.

Daneben kann Standardliteratur herangezogen werden wie bspw.

Pindyck, Robert S./ Rubinfeld, Daniel L.: Mikroökonomie, 2015

Fees, Eberhard: Mikroökonomie: Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung, 2004

Shavell, Steven: Economic Analysis of Accident Law , 2007

Maennig, W.: Außenwirtschaft, Theorie und Politik, 2. Aufl., München, 2013.

Krugman, P./Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft, München, 2009.

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Kenntnisse der Funktionsweise touristischer Märkte, insbesondere Marktversagen und die Möglichkeiten der Einflussnahme zur Korrektur von Marktversagen. Kenntnisse der grundlegenden Zusammenhänge internationaler Verflechtung, wie sie sich insbesondere aus den Theorien der Wechselkursbildung ergeben.

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 80 von 198

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 81 von 198

Unit TM1802 Spezielle Tourismuslehre

zugeordnet zu: Modul TM18

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Lehrinhalte variieren von Semester zu Semester, da die Unit von Dozenten der Hochschule Harz und Gast-Professoren/-Dozenten gehalten werden soll.

Literaturhinweise:

Conrady, R./Buck, M.: Trends and Issues in Global Tourism (Ilg. Jahrgang)

Egger, R./Herdin, T. (Hg.): Tourismus: Herausforderung Zukunft, Wien 2007

Homann, R.: Die Zukunft des Tourismus, Zukunftsinstitut GmbH, 2002

Peterman, T./Revermann, C./Scherz, C.: Zukunftstrends im Tourismus TAB-Arbeitsbericht Nr. 101, Berlin 2005

Smeral, E.: Die Zukunft des internationalen Tourismus. Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert, Wien 2003

UNWTO: Tourism Highlights (Ilg. Jahrgang)

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden sollen

- sich allein oder in kleinen Teams mit aktuellen Entwicklungen und zukünftigen Trends der Tourismuswirtschaft auseinandersetzen (z.B. Perspektiven für den Tourismus im 21. Jahrhundert, zukünftige Tourismusformen)
- unter Anleitung eines Dozenten den Nachweis erbringen, dass sie fähig sind, eine vorgegebene Problemstellung in einer vorgegebenen Zeit selbstständig, sachgerecht und lösungsorientiert zu bearbeiten.
- ihre aus dem gesamten Studium und im Praxissemester erlernte Fach-, Methoden- (Einbezug der relevanten wissenschaftlichen Erkenntnisse und Vorgehensweisen, Einordnung in einen Gesamtzusammenhang), Kommunikations- (sprachliche und

Modulbeschreibung - Perspektiven der Tourismuswirtschaft

TM18 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 82 von 198

formale Richtigkeit und Verständlichkeit) und Selbstkompetenz (eigenständige Planung und Umsetzung) in die Bearbeitung einbringen.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Projektarbeit / Referat / Klausur 60 Minuten

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

TM19 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 83 von 198

Modul TM19 Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 4. Fachsemester

800 TM (dual), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester: 5-6

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Finanzmanagement
- Steuern

Lehrinhalte:

Die Unit Finanzmanagement beinhaltet die Möglichkeiten der Finanzierungsrechnungen sowohl stromgrößenbezogen als auch in Form von Kapitalflussrechnungen, die als interne und externe Analyse- und Planungsrechnungen durchgeführt werden. Im Rahmen der Finanzplanung ist die Bestimmung des Kapitalbedarfs ein wesentlicher Schwerpunkt. Alle Analyse- und Planungsrechnungen werden an Hand eines Planspieles demonstriert und von den Studierenden an einem Projekt selbstständig umgesetzt. Der Schutz vor Liquiditätsausfällen im Außenhandel durch Forderungsausfälle und nachteilige Wechselkursänderungen stehen zusätzlich im Focus der Lehrveranstaltung.

Die Unit Steuern führt in die Grundlagen der Besteuerung ein und stellt das allgemeine Steuersystem vor sowie die vier Steuerwissenschaften. Die Studierenden sind in der Lage Einnahmen und Ausgaben den Einkunftsarten zuzuordnen und die Einkünfte sowie die Steuerbelastungen zu ermitteln. Die Studierenden kennen die Unterschiede zwischen Gewinn- und Überschusseinkünften. Sie können den Gewinn nach der Betriebseinnahmen- und Betriebsausgaben-Rechnung ermitteln sowie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Gewinnermittlungsmethode zum Betriebsvermögensvergleich darstellen. Sie sind in der Lage, eine einfache Einkommensteuererklärung anzufertigen.

Lehrziele:

Die Studierenden sind eigenständig in der Lage, interne und externe Finanzierungsrechnungen durchzuführen, den Cash

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

TM19 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 84 von 198

Flow direkt und indirekt nach IAS 7 zu ermitteln und damit die finanzielle Situation eines Unternehmens einzuschätzen sowie selbstständig Maßnahmen zur Verbesserung der Liquidität abzuleiten. Sie sind zudem befähigt lang-, mittel- und kurzfristige Finanzpläne zur Sicherung der Liquidität im Unternehmen aufzustellen. Durch die Anwendung von praktischen Beispielen und Aufgabenstellungen sowie der unit-übergreifenden Projektaufgabe und der eigenständigen Bearbeitung des Projektes als Hausarbeit besitzen sie ein gestärktes Problembewusstsein für die Fragen der Unternehmenssteuerung.

Die Studierenden sind eigenständig in der Lage, die Einkünfte des Steuerpflichtigen und das zu versteuernde Einkommen zu ermitteln sowie die Steuerbelastungen in Abhängigkeit von der Einkunftsart und deren Behandlung zu berechnen. Sie verstehen die Wirkung der Anrechnung der Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer und die unterschiedliche Behandlung von Kapitaleinkünften.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Burkhard-Holicki

Prüfungsform: Steuern: Klausur 60 Minuten
Finanzmanagement: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,5 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 39 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 30 h
Workload gesamt: 125 h

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

TM19 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 85 von 198

Unit TM1901 Steuern

zugeordnet zu: Modul TM19

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Einführung in die Besteuerung
- * Steuersubjekt
- * Einkommensbegriff
- * Einkommensquellen
- * Einkunftsarten
- * Überschusseinkünfte
- * Gewinneinkünfte
- * Gewinnermittlungsmethoden
- * Einkommensermittlung
- * Veranlagung
- * Berechnung des zu versteuernden Einkommens einschl. Steuerbelastung
- * Auswirkung der Gewerbesteuer auf die Steuerbelastung

Literaturhinweise:

Friebel/Rick/Schoor/Siegle: Fallsammlung Einkommensteuer, 19. Aufl., Herne 2016

Grefe, Cord: Unternehmenssteuern, 19. Aufl., Herne 2016

Rick, Eberhard /Gunsenheimer, Gerhard /Kremer, Thomas: Lehrbuch Einkommensteuer, 22. Aufl. Herne 2016

Schmidt, L., (2016): Einkommensteuergesetz, Kommentar 35. Aufl., München 2016

Tipke, Klaus /Lang, Joachim.: Steuerrecht, 22. Aufl., Köln

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden sollen die mit der Einkommensbesteuerung im Zusammenhang stehenden wichtigsten steuerlichen Vorschriften anwenden und auf neue Sachverhalte übertragen können. Die Beherrschung der gesetzlichen Tatbestandsmerkmale zur persönlichen und sachlichen Steuerpflicht wird bereits nach der Einführungsphase vorausgesetzt und ermöglicht den Studierenden frühzeitig praxisorientierte Fragestellungen mittleren Schwierigkeitsgrades zu lösen. Die komplexen Zusammenhänge der einzelnen Einkunftsarten bis hin zur

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

TM19 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 86 von 198

Berechnung des zu versteuernden Einkommens einschließlich der Ermittlung der Steuerbelastung werden auf der Grundlage eines entscheidungsorientierten Lehrkonzeptes vermittelt.

Prüfungsform:

Klausur 60 Minuten

Modulbeschreibung - Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II

TM19 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 87 von 198

Unit TM1902 Finanzmanagement

zugeordnet zu: Modul TM19

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Währungsmanagement unter besonderer Berücksichtigung von Devisentermingeschäften
- * Innenfinanzierung/Cash-Flow-Rechnung in Verbindung mit Modelldiskussionen zum Lohmann/Ruchti- bzw. Kapazitätserweiterungseffekt
- * Kennzahlenanalyse unter Verwendung von Bilanz- und G/V Abschlüssen
- * Finanzorganisation und deren Anpassung an geänderte Märkte

Literaturhinweise:

Perridon/L./Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München aktuelle Auflage

Wöhe, G./Bilstein, J.: Unternehmensfinanzierung, München, aktuelle Auflage

Däumler, K.-D. : Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne, aktuelle Auflage

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, Planungsrechnungen unter Finanzierungs- und Erfolgsaspekten zu erstellen und Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung zu entwickeln. Da Tourismus international ausgerichtet ist, stellen die Modellrechnungen insbesondere auf grenzüberschreitende Problemlösungen ab.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus II

TM20 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 87 von 198

Modul TM20 Englisch für Tourismus II

zugeordnet zum Curriculum:

800 TM (dual), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

800 TM (dual), 7. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den Units:
- Englisch für Tourismus 4
- Englisch für Tourismus 5

Lehrinhalte:

Allgemeines Management, Personalmanagement, Marketing, Werbung, Qualitätsmanagement, Marktstrukturen, Rechnungswesen, aktuelle Themen aus der Tourismusbranche.

Literaturhinweise: MacKenzie, Ian. English for Business Studies. 3rd Ed. Cambridge UK, 2010.

Aktuelle Fachveröffentlichungen aus Tourismuswirtschaft.

Lehrziele: Die Studierenden sollen fachbezogen in allen vier Sprachfertigkeiten annähernd das Niveau C1 gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen erreicht haben. Allgemeines Wirtschaftsenglisch und tourismusspezifische Inhalte sollen vertieft werden.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus II

TM20 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 88 von 198

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Cowan

Prüfungsform: Englisch für Tourismus 4: Mündliche Prüfung
Englisch für Tourismus 5: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 30 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 39 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: B2 gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen.

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus II

TM20 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 90 von 198

Unit TM2001 Englisch für Tourismus 4

zugeordnet zu: Modul TM20

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Allgemeines Management
2. Personalmanagement
3. Marketing
4. Aktuelle Themen aus der Tourismuswirtschaft

Literaturhinweise: MacKenzie, Ian. English for Business Studies. 3rd Ed. Cambridge UK, 2010.

Aktuelle Fachveröffentlichungen aus Tourismuswirtschaft.

Lehrvoraussetzungen: Das Niveau B2

Lehrziele: In berufsbezogenen bzw. akademischen Situationen sollen Studierende das Niveau B2 (Mitte) in allen vier Sprachfertigkeiten erreicht haben.

Prüfungsform: Mündliche Prüfung

Modulbeschreibung - Englisch für Tourismus II

TM20 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 91 von 198

Unit TM2002 Englisch für Tourismus 5

zugeordnet zu: Modul TM20

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Werbung
2. Qualitätsmanagement
3. Marktstrukturen
4. Rechnungswesen
5. Aktuelle Themen aus der Tourismuswirtschaft

Literaturhinweise: MacKenzie, Ian. English for Business Studies. 3rd Ed. Cambridge UK, 2010.

Aktuelle Fachveröffentlichungen aus Tourismuswirtschaft.

Lehrvoraussetzungen: Das Niveau B2

Lehrziele: In berufsbezogenen bzw. akademischen Situationen sollen Studierende das Niveau B2 (annähernd C1) in allen vier Sprachfertigkeiten erreicht haben.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Zweite Fremdsprache

TM21 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 92 von 198

Modul TM21 Zweite Fremdsprache

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

883 Int. Tourismus (BA), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

800 TM (dual), 5. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht wahlweise aus den Units:

Französisch (Eingangsprüfung)

Russisch (Eingangsprüfung)

Spanisch (Eingangsprüfung)

Zweite Fremdsprache 1 (Russisch)

Zweite Fremdsprache 1 (Französisch)

Zweite Fremdsprache 1 (Spanisch)

Zweite Fremdsprache 2 (Französisch)

Zweite Fremdsprache 2 (Russisch)

Zweite Fremdsprache 2 (Spanisch)

Lehrinhalte:

In den jeweiligen Sprachen werden Sprachkompetenzen in allen vier Sprachfertigkeiten (Sprechen, Hören, Schreiben und Lesen) anhand von Tourismusrelevanten Themen und Situationen geübt.

Literaturhinweise:

Lehrbuch und Textauszüge aus der Presse

Lehrziele:

Studierenden sollen das Niveau B1 in der jeweiligen Zielsprache gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen soll im Tourismusmanagementkontexten erreicht haben.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung

Modulbeschreibung - Zweite Fremdsprache

TM21 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 93 von 198

- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Cowan

Prüfungsform: Zweite Fremdsprache 1: Klausur 90 Minuten
Zweite Fremdsprache 2: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 30 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 39 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: A2 gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen.

Modulbeschreibung - Zweite Fremdsprache

TM21 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 94 von 198

Unit TM2101 Zweite Fremdsprache 1

zugeordnet zu: Modul TM21

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Sprachfertigkeiten (Lesen, Schreiben, Sprechen) werden anhand von fachbezogenen Texten vertieft. Dazu gehören Geschäftsbriefe, Alltagsgespräche, Dialoge und Übungen mit den Fachbegriffen aus der Wirtschaft und Tourismuswirtschaft. Die Grammatik wird intensiv trainiert und vertieft.

Literaturhinweise: Lehrbuch und Textauszüge aus der Presse

Lehrvoraussetzungen: Niveau A2 in der Zielsprache.

Lehrziele: Die Studierenden haben die Stufe B1 gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen erreicht. Sie beherrschen alle Fertigkeiten (Lesen, Schreiben, Verstehen, Sprechen) entsprechend dem Niveau B1. Grammatische und stilistische Strukturen werden systematisch vertieft.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Zweite Fremdsprache

TM21 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 95 von 198

Unit TM2102 Zweite Fremdsprache 2

zugeordnet zu: Modul TM21

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Sprachfertigkeiten (Lesen, Schreiben, Sprechen) werden anhand von fachbezogenen Texten vertieft. Dazu gehören Geschäftsbriefe, Alltagsgespräche, Dialoge und Übungen mit den Fachbegriffen aus der Wirtschaft und Tourismuswirtschaft. Die Grammatik wird intensiv trainiert und vertieft.

Literaturhinweise: Lehrbuch und Textauszüge aus der Presse

Lehrvoraussetzungen: Niveau A2 in der Zielsprache.

Lehrziele: Die Studierenden haben die Stufe B1 (Anfang der Skala) gemäß Europäischem Referenzrahmen für das Lernen und Lehren von Fremdsprachen erreicht. Sie beherrschen alle Fertigkeiten (Lesen, Schreiben, Verstehen, Sprechen) entsprechend dem Niveau B1. Grammatische und stilistische Strukturen werden systematisch vertieft.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Projektarbeit I

TM22 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 96 von 198

Modul TM22 Projektarbeit I

zugeordnet zum Curriculum:

877 BWL (BA), 6. Fachsemester

800 TM (dual), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5
Semesterwochenstunden:	5
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt: Reale Praxisprobleme von Unternehmen, die unter Einsatz des professionellen Projektmanagements systematisch, zielorientiert und effizient durch eine Projektgruppe einer Lösung zugeführt werden. Die Projektaufträge werden von realen Unternehmen und Institutionen vergeben.

Literaturhinweise: Jeweils zur Problemlösung geeignete spezifische Fachliteratur.

Lehrziele: Die Studierenden sind für die realen Probleme von Unternehmen sensibilisiert und können diese eigenständig im Team analysieren. Sie sind in der Lage, unter Anwendung des betriebswirtschaftlichen Instrumentariums und der Methoden des Projektmanagements gemeinsam individuelle Lösungskonzepte zu erarbeiten. Sie sind in der Lage, in Expertenteams verantwortlich zu arbeiten und Gruppen verantwortlich und ergebnisorientiert zu leiten. Darüber hinaus verfügen sie über die Kompetenz, die entwickelten Lösungen einem Fachpublikum zu präsentieren und argumentativ zu vertreten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Sonstiges: Praxisprojekt

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Klemmer

Modulbeschreibung - Projektarbeit I

TM22 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 97 von 198

Prüfungsform:

Projekt: Studienleistung

Projektwoche: Studienleistung

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 64 h

Vor- und Nachbereitung: 2 h

Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 59 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Kenntnis und Beherrschung der grundlegenden betriebswirtschaftlichen Instrumentarien sowie Teamkompetenz und Präsentationsfähigkeit, da die Praxisprojekte aus dem gesamten Themengebiet der BWL stammen können. Die Bearbeitung der Praxisprojekte erfordert methodisch Projektmanagementkompetenz (Hard- und Softskills).

Modulbeschreibung - Projektarbeit I

TM22 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 98 von 198

Unit TM2201 Projekt

zugeordnet zu: Modul TM22

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 4

Lehrinhalte: Die Studierenden wenden die erlernten Methoden und Fähigkeiten an einem realen Projekt an. Das Projekt wird während der Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle durch den Dozenten betreut.

Literaturhinweise: Projektspezifische Literatur

Lehrziele: Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Projekte aus dem betrieblichen Umfeld zu identifizieren, zu definieren und eine begründete Strategie für die Platzierung des Projektes im Zusammenhang mit der Unternehmensphilosophie zu entwickeln. Die Studierenden wissen, auf welche Art und Weise komplexe Aufgaben im Rahmen eines modernen Projektmanagements erfolgreich bearbeitet werden. Zudem können sie Projektteams sinnvoll zusammenstellen und leiten oder die geeignetste Person zur Projektleitung identifizieren und einsetzen.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Projektarbeit I

TM22 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 99 von 198

Unit TM2202 Projektwoche

zugeordnet zu: Modul TM22

Fachsemester: 1-7

Semesterwochenstunden: 1

Lehrinhalte: Die Projekte können aus dem Gesamtangebot des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften gewählt werden und reichen von Betriebsbesichtigungen, über Fachtagungen bis hin zur Beteiligung an konkreten Projekten. Die Lerninhalte sind demzufolge abhängig von der jeweiligen Veranstaltung und variieren von Jahr zu Jahr.

Literaturhinweise: In Abhängigkeit von der jeweiligen Veranstaltung

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: In der Projektwoche setzen sich die Studierenden losgelöst vom vorstrukturierten Lehrplan mit einem speziellen studienrelevanten Thema praxisorientiert auseinander.

Prüfungsform: Studienleistung (sonstiger Leistungsnachweis)

Hinweis:
Spätestens bei der Anmeldung zur Bachelor-Arbeit muss ein Projektwochenschein im Umfang von 1 SWS erbracht worden sein.

Modulbeschreibung - Projektarbeit II

TM23 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 99 von 198

Modul TM23 Projektarbeit II

zugeordnet zum Curriculum:

877 BWL (BA), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

800 TM (dual), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<ul style="list-style-type: none">- Projektspezifische Inhalte, die die Studierenden interaktiv in die Veranstaltung einbinden- Selbsterarbeitung von Inhalten mit Präsentations- und Moderationsbestandteilen- Exkursionen und Selbsterfahrungen
-------------	---

Literaturhinweise:	Projektspezifische Literatur
--------------------	------------------------------

Lehrziele:	Der Studierende kann reale Probleme des Tourismussektors im Team selbständig analysieren und ist in der Lage unter Anwendung des betriebswirtschaftlichen Instrumentariums und der Methoden des Projektmanagements Lösungskonzepte zu erarbeiten.
------------	---

Prüfungsform:	Studienleistung
---------------	-----------------

ECTS-Punkte und Workload:	Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload: Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 69 h Workload gesamt: 125 h
---------------------------	--

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

TM24 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 101 von 198

Modul TM24 Bachelorabschluss

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 7. Fachsemester

877 BWL (BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

800 TM (dual), 7. Fachsemester

Fachsemester:	7
Semesterwochenstunden:	0
ECTS-Punkte:	30

Lehrinhalt:

Das Praktikum ist der erste verbindliche Bestandteil der Bachelor-Prüfung. Das Praktikum absolviert der Studierende in einem für das Berufsfeld einschlägigen Unternehmen im In- oder Ausland, wobei konkrete Tätigkeitsschwerpunkte der praktischen Tätigkeit variieren können. Die Lerninhalte hängen deshalb stark von der gewählten Praxisstelle ab.

Die Bachelor-Arbeit dient als Abschlussbericht des Bachelor-Praktikums. Das Thema wird vom Erstbetreuer so festgelegt, dass circa 30 bis 40 Seiten ausreichen, um dieses sachkundig zu bearbeiten. Für die Einhaltung formaler Kriterien sind die Anforderungen des betreuenden Hochschullehrers entscheidend. Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2006/ 2007 immatrikuliert wurden, beträgt die Bearbeitungszeit 12 Wochen, für alle anderen acht.

Das Kolloquium ist der dritte Teil der Bachelorprüfung und findet grundsätzlich als letzte Prüfung des Studiums statt. Das Kolloquium ist öffentlich und beinhaltet eine von dem Studierenden erarbeitete Präsentation der wesentlichen Thesen und Inhalte der Bachelor-Arbeit mit verbaler Darstellung. Im Anschluss folgt eine Verteidigung der Thesen und Inhalte durch den Studierenden. Das Kolloquium soll zwischen 30 und 45 Minuten dauern, wobei eine Dauer von 30 Minuten nicht unterschritten werden darf.

Lehrziele:

Die Studierenden können die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der Berufspraxis zielgerichtet einsetzen. Sie sind zudem in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist, ein Problem aus einer Fachrichtung selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten und diese Ausarbeitung schließlich mit einem Fachpublikum zu diskutieren und zu verteidigen.

Das Modul vermittelt überwiegend:
- Wissen

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

TM24 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 102 von 198

- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Sonstiges: Praktikum

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Bastian

Prüfungsform: Praktikum: Bericht
Bachelorarbeit
Kolloquium

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 30,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Praktikum: 425 h

Bachelorarbeit: 300 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 12h

Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 13 h

Workload gesamt: 750 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Der Studierende muss Studienleistungen gemäß der Studienordnung im Umfang von mindestens 90 Credits sowie einen Projektwochenschein im Umfang von 1 SWS nachweisen.

Spätestens bei Anmeldung zur Bachelorarbeit müssen mindestens zwei Hausarbeiten mit wissenschaftlichem Charakter nachgewiesen werden.

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

TM24 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 103 von 198

Unit TM2401 Praktikum

zugeordnet zu: Modul TM24

Fachsemester:	7
Semesterwochenstunden:	0
ECTS-Punkte:	17

Lehrinhalte: Das Praktikum ist der erste verbindliche Bestandteil der Bachelor-Prüfung. Das Praktikum absolviert der Studierende in einem für das Berufsfeld einschlägigen Unternehmen im In- oder Ausland, wobei konkrete Tätigkeitsschwerpunkte der praktischen Tätigkeit variieren können. Die Lerninhalte hängen deshalb stark von der gewählten Praxisstelle ab. Weitere Informationen zum Praktikum geben die Praktikumsordnung sowie der Praxissemesterbeauftragte oder sind der Prüfungs- und Studienordnung zu entnehmen.

Literaturhinweise: In Abhängigkeit vom gewählten Praktikum.

Lehrvoraussetzungen: siehe Voraussetzungen des Moduls Bachelorabschluss

Lehrziele: Im Bachelor-Praktikum soll eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis hergestellt werden. Der Studierende lernt in einem Zeitraum von mindestens 12 Wochen, seine Fähigkeiten zielgerichtet einzusetzen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden in der Praxis erfolgreich umzusetzen.

Prüfungsform: Bericht

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

TM24 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 104 von 198

Unit TM2402 Bachelorarbeit

zugeordnet zu: Modul TM24

Fachsemester: 7

Semesterwochenstunden: 0

ECTS-Punkte: 12

Lehrinhalte: Die Bachelor-Arbeit dient als Abschlussbericht des Bachelor-Praktikums. Das Thema wird vom Erstbetreuer so festgelegt, dass circa 30 bis 40 Seiten ausreichen, um dieses sachkundig zu bearbeiten. Für die Einhaltung formaler Kriterien sind die Anforderungen des betreuenden Hochschullehrers entscheidend. Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2006/ 2007 immatrikuliert wurden, beträgt die Bearbeitungszeit 12 Wochen, für alle anderen 8 Wochen.

Literaturhinweise: Abhängig vom Thema der Bachelor-Arbeit

Lehrvoraussetzungen: siehe Voraussetzungen des Moduls Bachelorabschluss

Lehrziele: Der Studierende ist in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist, ein Problem aus seiner Fachrichtung selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

Prüfungsform: Hausarbeit

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

TM24 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 105 von 198

Unit TM2403 Kolloquium

zugeordnet zu: Modul TM24

Fachsemester: 7

Semesterwochenstunden: 0

ECTS-Punkte: 1

Lehrinhalte:

Das Kolloquium ist der dritte Teil der Bachelorprüfung und findet grundsätzlich als letzte Prüfung des Studiums statt. Das Kolloquium ist öffentlich und beinhaltet eine von dem Studierenden erarbeitete Präsentation der wesentlichen Thesen und Inhalte der Bachelor-Arbeit mit verbaler Darstellung. Im Anschluss folgt eine Verteidigung der Thesen und Inhalte durch den Studierenden. Das Kolloquium soll zwischen 30 und 45 Minuten dauern, wobei eine Dauer von 30 Minuten nicht unterschritten werden darf.

Lehrvoraussetzungen:

Der Studierende muss nachweisen, dass er alle anderen Module gemäß der Studienordnung bestanden hat.

Lehrziele:

Der Studierende stellt die wichtigsten Ergebnisse der Bachelor-Arbeit in Form von Thesen zur Diskussion und kann diese verteidigen

Prüfungsform:

Mündliche Prüfung in Form einer Präsentation

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 106 von 198

Modul TM25 Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Reiseveranstalter-Management I
- Reisemittlermanagement
- Reiseveranstalter-Management II
- Vertriebskanäle der Touristik

Lehrinhalte:

- Grundlagen des Reiseveranstaltergeschäfts und die unterschiedlichen Ausprägungen der jeweiligen Geschäftsmodelle.
- Darstellung der verschiedenen Kernprozesse des Reiseveranstaltergeschäfts, insbesondere Produktentwicklung, Marketing, Vertrieb, Reisedurchführung, Yieldmanagement.
- Überblick über den stationären und virtuellen Reisemittlermarkt.
- Darstellung des integrierten Touristik Konzerns und dessen Besonderheiten beim Management der touristischen Wertschöpfungskette.
- Multichannel-Vertrieb ausgewählter touristischer Leistungsanbieter.
- Analyse aktueller Themen im touristischen Vertrieb.

Literaturhinweise:

Bastian, H.; Born, K. (Hrsg.)(2004): Der integrierte Touristik Konzern, München, Wien.

Mundt, J.W. (Hrsg.)(2007): Reiseveranstaltung, 6. Auflage, München, Wien.

Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1, Berlin, Heidelberg.

Pompl, W. (1996): Touristikmanagement 2, Berlin, Heidelberg. Freyer, W.; Pompl, W (2008): Reisebüro-Management, München, Wien

Kirstges, T. (2010): Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, Oldenbourg

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 107 von 198

Wölkner, M. (2005): Wo bleiben die Kunden...? Modernes Reisebüro-Marketing, Böblingen

Fachzeitschriften: Travel One, fvw
Bastian, H.; Born, K. (Hrsg.) (2004): Der integrierte Touristikonzern, München, Wien

Egger, R. (2005): Grundlagen des eTourism - Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus; Aachen

Panten, G. (2005): Internet-Geschäftsmodell Virtuelle Community; Wiesbaden

Picot, A.; Reichwald, R.; Wiegand, R.T. (1998): Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation und Management, 5.

Aufl.; Wiesbaden
Freyer W. / Molina, M. (2009): Multichannel-Vertrieb: Innovatives Distributionsmanagement für Destinationen, 2. Auflage, Oldenburg

Wilke, A. (2005): Multi-Channel Marketing, Braunschweig

Winkelmann P. (2005) : Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, 5. Aufl., München Wien

Lehrziele:

Vermittlung der aktuellen Marktsituation, der Trends und der Herausforderungen der Touristik in Deutschland. Die Touristik umfasst dabei die Geschäftsbereiche der Reiseveranstalter und der Reisemittler. Schwerpunkte der Lehrinhalte sind insbesondere die Darstellung der Geschäftsprozesse der Reiseveranstalter und Reisemittler inkl. der Herausforderungen veränderter Geschäftsmodelle (einerseits die virtuellen Reiseveranstalter; andererseits die Online-Reiseportale) und neuer Vertriebswege.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Volker Böttcher/ Uwe Richter

Prüfungsform:

- Reiseveranstalter-Management I: Hausarbeit/Klausur 90 Minuten
- Reisemittlermanagement: Klausur 90 Minuten
- Reiseveranstalter-Management II: Hausarbeit/Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 108 von 198

- Vertriebskanäle der Touristik: Hausarbeit/Referat

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich
aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h

Vor- und Nachbereitung: 72 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h

Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 109 von 198

Unit TM2501 Reiseveranstaltermanagement 1

zugeordnet zu: Modul TM25

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Vermitteln der Grundlagen des Reiseveranstaltergeschäftes
- * Darstellung unterschiedlicher Geschäftsmodelle
- * Darstellung des Managements der touristischen Kernprozesse, insbesondere
- * Marketingstrategie, Produktentwicklung, Angebotsdarstellung, Kalkulation, Vertrieb, Reisedurchführung und Yieldmanagement
- * Ausgewählte Problemstellungen im Qualitätsmanagement
- * Trends im Veranstalter- und Touristikmarkt

Literaturhinweise:

Bastian, H.; Born, K. (Hrsg.)(2004): Der integrierte Touristikkonzern, München, Wien.

Mundt, J.W. (Hrsg.)(2007): Reiseveranstaltung, 6. Auflage, München, Wien.

Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1, Berlin, Heidelberg.

Pompl, W. (1996): Touristikmanagement 2, Berlin, Heidelberg.

Lehrvoraussetzungen: Modul Wirtschaftsrecht

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen die aktuelle Situation im Markt der Pauschalreise und können die verschiedenen Geschäftsmodelle (der traditionellen, der virtuellen und der integrierten Reiseveranstalter) voneinander abgrenzen. Die Aufgabenstellungen der Geschäftsprozesse der Reiseveranstalter werden ebenso transparent wie deren Vernetzung aus Unternehmens- und Kundensicht.

Prüfungsform: Hausarbeit / Klausur 90 Minuten

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 110 von 198

Unit TM2502 Reisemittlermanagement

zugeordnet zu: Modul TM25

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Vermitteln eines Überblicks des Reisemittlermarktes
- * Aktuelle Trends im Markt der Reisemittler
- * Analyse verschiedener Reisemittlertypen
- * Vergleich der Geschäftsmodelle: Stationäres vs. Online-Reisebüro
- * Management im Reisebüro (Prozessoptimierung, Personal, Marketing, Finanzen)

Literaturhinweise:

Freyer, W.; Pompl, W (2008): Reisebüro-Management, München, Wien

Kirstges, T. (2010): Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, Oldenbourg

Wölkner, M. (2005): Wo bleiben die Kunden...? Modernes Reisebüro-Marketing, Böblingen

Fachzeitschriften: Travel One, fvw

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden sollen die Rolle der Reisemittlerbranche innerhalb der Tourismuswirtschaft sowie auf dem deutschen Markt vorherrschende Strukturen analysieren und einordnen können. Im Zentrum stehen allgemeine Managementlehren, die auf die speziellen Erfordernisse der Reisemittler übertragen und in Übungen angewendet werden sollen. Die Studierenden sollen befähigt sein, Strategien für einen erfolgreichen agierenden Reisemittler (stationär/online) zu entwickeln.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 111 von 198

Unit TM2503 Reiseveranstaltermanagement 2

zugeordnet zu: Modul TM25

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Darstellung des Reiseveranstaltermarktes in Deutschland
- * Darstellung des integrierten Touristik Konzerns und das Management der touristischen Wertschöpfungskette
- * Wertschöpfungskette
- * Darstellung des Dynamic Packaging
- * Beispielhafte Darstellung des touristischen Krisenmanagements, Social Media und CRM

Literaturhinweise:

Bastian, H.; Born, K. (Hrsg.)(2004): Der integrierte Touristik Konzern, München, Wien

Egger, R. (2005): Grundlagen des eTourism - Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus; Aachen

Panten, G. (2005): Internet-Geschäftsmodell Virtuelle Community; Wiesbaden

Picot, A.; Reichwald, R.; Wiegand, R.T. (1998): Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation und Management, 5. Aufl.; Wiesbaden

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen die Chancen und Risiken der integrierten Touristik Konzerns im nationalen und internationalen Reisemarkt anhand der Strategien und operativen Umsetzung ausgewählter Unternehmen. Die Veränderungsnotwendigkeiten im Marketing und in der Gestaltung der Geschäftsprozesse durch den Einsatz neuer Medien werden transparent und stellen die Basis dar für eine kontroverse Diskussion über die Zukunft der Reiseveranstalter. In diesem Zusammenhang wird auch die Bedeutung der Web 2.0 - Anwendungen für die Touristik erarbeitet.

Prüfungsform: Hausarbeit / Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 112 von 198

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement

TM25 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 109 von 198

Unit TM2504 Vertriebskanäle der Touristik

zugeordnet zu: Modul TM25

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Allgemeine Einführung in die Vertriebskanäle der Touristik
- * Strategische Überlegungen im Vertrieb
- * Erläuterung des Multichannel-Vertriebs ausgewählter touristischer Leistungsanbieter anhand aktueller Beispiele
- * Analyse aktueller Themen im touristischen Vertrieb (u. a. alternative Vertriebskanäle, Preisvergleichssysteme, Bewertungsportale, Google, Metasuchmaschinen, mobiles Internet, Social Media, Nachhaltigkeit)

Literaturhinweise:

Freyer W. / Molina, M. (2009): Multichannel-Vertrieb: Innovatives Distributionsmanagement für Destinationen, 2. Auflage, Oldenburg

Wilke, A. (2005): Multi-Channel Marketing, Braunschweig

Winkelmann P. (2005) : Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, 5. Aufl., München Wien

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Studierende sollen aktuelle Fragestellungen des touristischen Vertriebs und Trends erkennen und bewerten können. Sie können eine Vertriebsstrategie für einen touristischen Leistungsträger entwickeln und wissen, welche Faktoren für den Erfolg im Vertrieb relevant sind.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 114 von 198

Modul TM26 Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Strategic Hotelmanagement
- Kundenzufriedenheit & Servicequalität
- Controlling in der Hotellerie
- Gastro / Kulinarik

Lehrinhalte:

- Struktur der nationalen und internationalen Hotellerie und Gastronomie
- Trends und Konzepte
- Entscheidungen im Rahmen der Unternehmenspolitik, Qualitätsmanagement, Servicequalität, Organisationskultur, HR
- Differenzierung der strategischen und operativen Planung
- vom Unternehmensleitbild zum Marketingkonzept
- Überblick der Markenpolitik und Branding sowie angewandte Marketinginstrumente in der Hotellerie
- Kennzahlensteuerung in der Hotellerie, Preisgestaltung und -ermittlung, Yield Management, Kostenmanagement im Hotel

Literaturhinweise:

Dreyer, A.; Dehner, Ch.(2003) Kundenzufriedenheit im Tourismus, Entstehung, Messung und Verbesserung mit Beispielen aus der Hotelbranche, 2. Aufl., München, Wien.

Dreyer, A.; Dehner, Ch.(2003) Kundenzufriedenheit im Tourismus, Entstehung, Messung und Verbesserung mit Beispielen aus der Hotelbranche, 2. Aufl., München, Wien.

Dreyer, A./ Linne, M. Servicequalität in Destinationen und Tourismus-Informationsstellen,

Gardini, M. (2004), Marketing-Management in der Hotellerie, München, Wien

Hayes, D., Ninmeier, J. & Miller, A. (2012), Foundations of Lodging Management, Pearson, Pearson, Upper Saddle River

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 115 von 198

Henschel, K. (2008), Hotelmanagement, München, Wien

Hänssler, K.H. (2004), Management in der Hotellerie und

Gastronomie, 6. Aufl., München, Wien

Legoherel, P. Poutier, E. & Fyall, A. (2013) Revenue Management for Hospitality & Tourism, Goodfellows, Oxford

Vallen, G. & Vallen, J. (2013) Check-In Check-Out Managing Hotel Operations, Pearson

Lehrziele:

Die Studierenden kennen nachfrage- wie angebotsseitige Besonderheiten, verstehen die Strukturen und Entwicklungen des Hotelmarktes und wissen diese einzuordnen und darauf zu reagieren. Sie sind vertraut mit dem Prozess der strategischen Planung und der damit zusammenhängenden Bedeutung der Positionierung für die Hotellerie. Sie kennen die entsprechenden Marketinginstrumente und wissen diese im Rahmen der operativen Planung effektiv einzusetzen. Durch die Kenntnis der in der Hotellerie spezifischen Kennzahlen und Kostenstrukturen, sind sie in der Lage ein Haus zu analysieren und zu bewerten und entsprechende Lösungsansätze zu generieren. Die Studierenden sind mit dem Umgang der gängigen Reservierungssysteme vertraut. Durch die Anwendung von Fallstudien und hotelspezifischen Projekten ist nicht nur das Problembewusstsein gestärkt sondern diese haben darüber hinaus zu einer Entwicklung der eigenen sozialen Kompetenzen und Teamfähigkeit beigetragen. Die Unit Strategic Hotelmanagement finden in englischer Sprache statt. Dies bereitet die Studierenden auf Arbeitseinsätze in einem internationalen Umfeld vor.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Louisa Klemmer

Prüfungsform:

- Strategic Hotelmanagement: Hausarbeit / Referat / Klausur 90 Minuten

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 116 von 198

- Kundenzufriedenheit & Servicequalität: Projektarbeit / Referat
- Controlling in der Hotellerie: Klausur 90 Minuten
- Gastro / Kulinarik: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 10 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Englisch, Grundlagen der Tourismuswirtschaft

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 117 von 198

Unit TM2601 Strategic Hotelmanagement

zugeordnet zu: Modul TM26

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Struktur der nationalen und internationalen Hotellerie, Trends und Konzepte
- Entscheidungen im Rahmen der Unternehmenspolitik, Qualitätsmanagement, Organisationskultur, HR
- Differenzierung der strategischen und operativen Planung, vom Unternehmensleitbild zum Marketingkonzept
- Überblick der Markenpolitik und Branding sowie angewandte Marketinginstrumente in der Hotellerie
- Yield Management

Lehrvoraussetzungen: Englisch

Lehrziele: Studierende werden in die Lage versetzt, Strategien von Hotelgesellschaften zu beurteilen und Führungsaufgaben im Rahmen des Qualitäts- und Ökomanagements in einem Hotelbetrieb zu erkennen. Die Kombination von Seminar und Fall Beispielen in Form von Harvard Business Case Studies wird die Fähigkeit der Verarbeitung des angeeigneten Wissens und der Diskussionsfähigkeit gefördert. Durch eine aktive Auseinandersetzung mit den Lehrinhalten wird ihr Problembewusstsein gestärkt und Studierende können Lösungsansätze für Problemstellungen entwickeln.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat / Klausur 90 Minuten

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 118 von 198

Unit TM2602 Kundenzufriedenheit & Servicequalität

zugeordnet zu: Modul TM26

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Grundlagen Kundenzufriedenheit/Servicequalität
- Methoden zur Ermittlung von Kundenzufriedenheit/Servicequalität
- Gesamterlebnis Reise: Serviceketten in Betrieben und Destinationen
- Schwerpunkt Mystery Guest - Studien (mit Praxisaufgabe)
- Beschwerdemanagement

Literaturhinweise:

Dreyer, A.; Dehner, Ch.: Kundenzufriedenheit im Tourismus, Entstehung, Messung und Verbesserung mit Beispielen aus der Hotelbranche, 2. Aufl., München, Wien 2003.

Dreyer, A./ Linne, M.: Servicequalität in Destinationen und Tourismus-Informationsstellen, Dreyer, A. (Hrsg.), Schriftenreihe Dienstleistungsmanagement: Tourismus, Sport, Kultur; Bd. 1, 3. vollst. überarb. u. erw. Aufl., Hamburg 2004

Dreyer, A.; Schreiber, M.,-T.; Born, K., König Kunde - Ratgeber für Dienstleister, Hg. von den Mitgliedern der Qualitätsoffensive für den Tourismus in Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2003 (als Download verfügbar)

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

- die Studierenden Servicequalität praktisch erfahren zu lassen,
- Studierende für gute Qualität im operativen Bereich zu sensibilisieren,
- das Einfühlungsvermögen der Studierenden gegenüber Gästen zu schulen,

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 119 von 198

- persönliche Voraussetzungen der Studierenden für die Führung von Servicepersonal zu verbessern und
- den Studierenden das Marktforschungsinstrument Mystery Guest - Studie zu vermitteln

Prüfungsform:

Projektarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 120 von 198

Unit TM2603 Controlling in der Hotellerie

zugeordnet zu: Modul TM26

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Die Studenten erhalten einen Überblick über die Preisgestaltung und -ermittlung in der Hotellerie:

- wesentliche Kennzahlen zur Steuerung in der Hotellerie
- Kostenmanagement im Hotel (Kostenarten, -stellen, -träger im Hotel)
- aktuelle Kalkulationsverfahren im Rahmen der Beherbergungs- und Bewirtschaftungsleistungen (Divisionskalkulation, zuschlags- und Primecostkalkulation)
- Deckungsbeitragsrechnung im Hotel
- Budgetierung
- Anwendung und Umsetzung des theoretischen Wissens in einem praktischen Planspiel "CesimHospitality"

Literaturhinweise:

Henschel, K. (2005), Hotelmanagement, München, Wien

Hänssler, K.H. (2004), Management in der Hotellerie und Gastronomie, 6. Aufl., München, Wien

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen die Spezifik des Hotelbetriebes in den Managementbereichen Planung, Personal, Investition und Finanzierung. Sie werden in die Lage versetzt, ihr bisher erworbenes betriebswirtschaftliches Wissen in den genannten Bereichen für den Hotelbetrieb anzuwenden. In der Kombination von Seminar und Selbststudium wird die Fähigkeit der Verarbeitung des angeeigneten Wissens und der Diskussions- und Moderationsfähigkeit gefördert.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Hospitality Management

TM26 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 121 von 198

Unit TM2604 Gastro / Kulinarik

zugeordnet zu: Modul TM26

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Analyse der unterschiedlichen gastronomischen Nachfragestrukturen, Angebotsformen und Trends (z.B. Ökologische und Regional Erzeugnisse, Entertainment- und Erlebnisgastronomie)
- Klassische Tätigkeiten im Gastronomiebereich, Grundkenntnisse des F&B Management, Restaurant- und Bankettmanagement (Organisation, Planung, Produktion und Kontrolle)
- sowie Vertiefung in ausgewählten Bereichen wie z.B. Regionale Produkte, Weinsensorik, Ernährung und Kulinarische Künste
- Grundlagen der Systemgastronomie, Prozessmanagement, Konzepte im Vergleich, Konzeptgestaltung und Existenzgründung

Literaturhinweise:

Henschel, K. (2005), Hotelmanagement, München, Wien

Hänssler, K.H. (2004), Management in der Hotellerie und Gastronomie, 6. Aufl., München, Wien

Gardini, M. (2004), Marketing-Management in der Hotellerie, München, Wien

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Die Studierenden lernen die Gastronomie als Wirtschaftszweig und Leistungsträger kennen. Die Grundlagen des F&B Management sowie verschiedene Betriebstypen werden vermittelt. Studierende werden in die Lage versetzt, ihr bisher erworbenes betriebswirtschaftliches Wissen in diesen Bereichen anzuwenden und die Besonderheiten des F&B Management im strategischen und operativen zu berücksichtigen.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 122 von 198

Modul TM27 Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

999 Gaststudent, 6. Fachsemester

999 Gaststudent, 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Tourismusorte, Regionen und Länder
- Naturräume und Landschaften
- Citymanagement
- Management von Freizeiteinrichtungen

Lehrinhalte:

Tourismusorte, Regionen und Länder:

- Organisationsformen und Rechtsformen
- Konzeptionelle Rahmenbedingungen
- Touristische Leitbilder
- Marketingkonzeptionen
- Aktionspläne
- Städte- und Flächen-Destinationen im In- und Ausland

Naturräume und Landschaften:

- Naturräume in Deutschland und Europa
- Strategien zur touristischen Inwertsetzung von Naturlandschaften
- Akteure, Träger, Anbieter
- Klimawandel, Biodiversität, Nutzungskonflikte
- Nationale und internationale Schutzgebietskategorien

Citymanagement:

- Stadtmarketing und Citymanagement
- Analyse von Citymanagement-Projekten
- Die Rolle des Einzelhandels: Lernen von Shopping-Centern
- Citymanagement im Vergleich zum Regionalmanagement

Management von Freizeiteinrichtungen:

- Geschichtlicher Rückblick zum Begriff Freizeit
- Heutige Zeitverwendung von Freizeit (Nachfrage)
- Freizeiteinrichtungen in der Destination (Akteure und Anbieter)
- Bedeutung der Freizeitwirtschaft
- Stellung der Freizeiteinrichtungen im Destinationsmanagement
- Dienstleistungs-Marketing-Management von Freizeiteinrichtungen (z.B. Marketing, Personal, Finanzen, Qualität, Umwelt)

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 123 von 198

- Der Businessplan einer Freizeiteinrichtung
- Ausgewählte Fallbeispiele (Natur- und Kulturlandschaft, Kultur-, Freizeit- und Tourismusinfrastruktur, Events, Gastronomie)

Literaturhinweise:

Agricola, S.: Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager, München/Wien 2001

Bieger, T. & Beritelli, P.: Management von Destinationen
Tourismusorganisationen, München/Wien 2013

Breidenbach, R.: Freizeitwirtschaft und Tourismus, Wiesbaden 2002

Eisenstein, B., Grundlagen des Destinationsmanagements,
München 2010

Gaissmaier, C., Citymanagement im Vergleich: Eine Analyse
der Organisationsformen, Arbeitsweisen und Ergebnisse von
Citymanagement-Projekten in Deutschland, VDM Verlag 2009

Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, Konstanz 2013

Putz, E., Stadt als Marke: Stadtmarketing und Citymanagement,
VDM Verlag 2008

Steinecke, A., Destinationsmanagement, Konstanz und München
2013

Wöhler, Karlheinz ; Pott, Andreas; Denzer, Verena (Hrsg.).
Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen
Phänomens. Transcript Verlag, Bielefeld, 2010

Pröbstl-Haider, Ulrike/Melzer, Verena/Jiricka, Alexandra. Rural
tourism opportunities: strategies and requirements for destination
leadership in peripheral areas. Tourism Review. Vol. 69 No. 3, 2014,
216-228

Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung (Hrsg.)
Praxisleitfaden Tourismus und biologische Vielfalt im Klimawandel.
Freiburg i.B., 2014

Lehrziele:

Tourismusorte, Regionen und Länder:

Die Unit "Tourismusorte, Regionen und Länder" vermittelt Studierenden die Fähigkeit, das System Destination auf verschiedenen Raumebenen zu verstehen und die wesentlichen Einflüsse (ökonomische, soziokulturelle, ökologische) kritisch zu analysieren. Nach Abschluss der Unit verstehen die Studierenden, wie das Gesamtsystem nur als Komplex "öffentlich-privater Partnerschaft" funktioniert, der sich als Querschnittsaufgabe von den Betrieben und Kommunen über die Regionen bis zur Länder- u. Bundesebene erstreckt. Über nationale und internationale

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 124 von 198

Fallbeispiele lernen die Studierenden das theoretische Basiswissen direkt auf die Praxis anzuwenden.

Naturräume und Landschaften:

Die Unit vermittelt die vielfältigen Zusammenhänge von Naturlandschaften und Tourismus. Insbesondere erlernen die Studierenden die Grundlagen zur touristischen Aufwertung von Landschaften. Hierfür kommen aktuelle Fallbeispiele, theoretische Modelle und praktische Übungen zum Einsatz. Darüber hinaus sind die Studierenden informiert über die Einflüsse von Klimawandel, Nutzungskonflikten und Biodiversität auf unterschiedliche Naturräume, können Bezugspunkte zum Tourismus aufzeigen und kennen Strategien zur entsprechenden Tourismusplanung. Sie gewinnen zudem einen Überblick über nationale und internationale Naturschutzkategorien und sind in der Lage, negative wie positive Einflüsse des Tourismus auf diese Schutzgebiete zu diskutieren.

Citymanagement:

In dieser Unit lernen die Studierenden die Bedeutung des Phänomens "Citymanagement" in Abgrenzung zum Stadtmarketing und Regionalmanagement kennen. Dabei stehen aktuelle Projekte bzw. Aktivitäten im Mittelpunkt, die zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte beitragen. Die Studierenden erfahren anhand praktischer Beispiele, wie z.B. der Einzelhandel über das Citymanagement ein zusätzliches absatzpolitisches Instrumentarium erhält.

Management von Freizeiteinrichtungen:

In der Unit "Management von Freizeiteinrichtungen" lernen die Studierenden zu Beginn die Grundlagen der Freizeitwissenschaft kennen. Ferner wird den Studierenden die Fähigkeit vermittelt, die Bedeutung der heutigen Freizeitwirtschaft zu erkennen, den Markt der Freizeiteinrichtungen nach Angebot und Nachfrage zu beurteilen und die wesentlichen Vor- und Nachteile des Marketing-Managements von Dienstleistungsunternehmen kritisch zu analysieren. Schließlich haben die Studierenden ein Verständnis von der Bedeutung der Freizeiteinrichtungen als ein wesentlicher Baustein im Destinationsmanagement.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 125 von 198

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber

Prüfungsform: - Tourismusorte, Regionen und Länder: Referat/Hausarbeit
- Naturräume und Landschaften: Referat/Hausarbeit
- Citymanagement: Referat/Hausarbeit
- Management von Freizeiteinrichtungen: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 126 von 198

Unit TM2701 Tourismus- Orte, Regionen, Länder

zugeordnet zu: Modul TM27

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Organisationsformen und Rechtsformen

Konzeptionelle Rahmenbedingungen:

- * Touristische Leitbilder,
- * Marketingkonzeptionen
- * Aktionspläne

Städte- und Flächen-Destinationen im In- und Ausland

Literaturhinweise: Bieger, T. und Beritelli, P., Management von Destinationen, München 2013

Eisenstein, B., Grundlagen des Destinationsmanagements, München 2010

Steinecke, A., Destinationsmanagement, Konstanz und München 2013

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Unit "Tourismusorte, Regionen und Länder" vermittelt Studierenden die Fähigkeit, das System Destination auf verschiedenen Raumebenen zu verstehen und die wesentlichen Einflüsse (ökonomische, soziokulturelle, ökologische) kritisch zu analysieren.

Nach Abschluss der Unit verstehen die Studierenden, wie das Gesamtsystem nur als Komplex "öffentlich-privater Partnerschaft" funktioniert, der sich als Querschnittsaufgabe von den Betrieben und Kommunen über die Regionen bis zur Länder- u. Bundesebene erstreckt. Über nationale und internationale Fallbeispiele lernen die Studierenden das theoretische Basiswissen direkt auf die Praxis anzuwenden.

Prüfungsform: Referat / Hausarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 127 von 198

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 128 von 198

Unit TM2702 Naturräume und Landschaften

zugeordnet zu: Modul TM27

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Naturräume in Deutschland und Europa
- * Strategien zur touristischen Inwertsetzung von Naturlandschaften
- * Akteure, Träger und Anbieter
- * Klimawandel, Biodiversität, Nutzungskonflikte
- * Nationale und internationale Schutzgebietskategorien

Literaturhinweise:

Wöhler, Karlheinz ; Pott, Andreas; Denzer, Verena (Hrsg.).
Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen Phänomens. Transcript Verlag, Bielefeld, 2010

Pröbstl-Haider, Ulrike/Melzer, Verena/Jiricka, Alexandra. Rural tourism opportunities: strategies and requirements for destination leadership in peripheral areas. Tourism Review. Vol. 69 No. 3, 2014, 216-228

Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung (Hrsg.)
Praxisleitfaden Tourismus und biologische Vielfalt im Klimawandel. Freiburg i.B., 2014

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Unit vermittelt die vielfältigen Zusammenhänge von Naturlandschaften und Tourismus. Insbesondere erlernen die Studierenden die Grundlagen zur touristischen Aufwertung von Landschaften. Hierfür kommen aktuelle Fallbeispiele, theoretische Modelle und praktische Übungen zum Einsatz. Darüber hinaus sind die Studierenden informiert über die Einflüsse von Klimawandel, Nutzungskonflikten und Biodiversität auf unterschiedliche Naturräume, können Bezugspunkte zum Tourismus aufzeigen und kennen Strategien zur entsprechenden Tourismusplanung. Sie gewinnen zudem einen Überblick über nationale und internationale Naturschutzkategorien und sind in der Lage, negative wie positive Einflüsse des Tourismus auf diese Schutzgebiete zu diskutieren.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 129 von 198

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 130 von 198

Unit TM2703 Citymanagement

zugeordnet zu: Modul TM27

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Stadtmarketing und Citymanagement
- Analyse von Citymanagement-Projekten
- Die Rolle des Einzelhandels: Lernen von Shopping-Centern
- Citymanagement im Vergleich zum Regionalmanagement

Literaturhinweise:

Gaissmaier, C., Citymanagement im Vergleich: Eine Analyse der Organisationsformen, Arbeitsweisen und Ergebnisse von Citymanagement-Projekten in Deutschland, VDM Verlag 2009

Putz, E., Stadt als Marke: Stadtmarketing und Citymanagement, VDM Verlag 2008

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

In dieser Unit lernen die Studierenden die Bedeutung des Phänomens "Citymanagement" in Abgrenzung zum Stadtmarketing und Regionalmanagement kennen. Dabei stehen aktuelle Projekte bzw. Aktivitäten im Mittelpunkt, die zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte beitragen.

Die Studierenden erfahren anhand praktischer Beispiele, wie z.B. der Einzelhandel über das Citymanagement ein zusätzliches absatzpolitisches Instrumentarium erhält.

Prüfungsform: Referat / Hausarbeit

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 131 von 198

Unit TM2704 Management von Freizeiteinrichtungen

zugeordnet zu: Modul TM27

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Geschichtlicher Rückblick zum Begriff Freizeit
- * Heutige Zeitverwendung von Freizeit (Nachfrage)
- * Freizeiteinrichtungen in der Destination (Akteure und Anbieter)
- * Bedeutung der Freizeitwirtschaft
- * Stellung der Freizeiteinrichtungen im Destinationsmanagement
- * Dienstleistungs-Marketing-Management von Freizeiteinrichtungen (z.B. Marketing, Personal, Finanzen, Qualität, Umwelt)
- * Der Businessplan einer Freizeiteinrichtung
- * Ausgewählte Fallbeispiele (Natur- und Kulturlandschaft, Kultur-, Freizeit- und Tourismusinfrastruktur, Events, Gastronomie)

Literaturhinweise:

Agricola, S.: Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager, München/Wien 2001

Bieger, T. & Beritelli, P.: Management von Destinationen
Tourismusorganisationen, München/Wien 2013

Breidenbach, R.: Freizeitwirtschaft und Tourismus, Wiesbaden 2002

Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, Konstanz 2013

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

In der Unit "Management von Freizeiteinrichtungen" lernen die Studierenden zu Beginn die Grundlagen der Freizeitwissenschaft kennen.

Ferner wird den Studierenden die Fähigkeit vermittelt, die Bedeutung der heutigen Freizeitwirtschaft zu erkennen, den Markt der Freizeiteinrichtungen nach Angebot und Nachfrage zu beurteilen und die wesentlichen Vor- und Nachteile des Marketing-Managements von Dienstleistungsunternehmen kritisch zu analysieren.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement

TM27 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 132 von 198

Schließlich haben die Studierenden ein Verständnis von der Bedeutung der Freizeiteinrichtungen als ein wesentlicher Baustein im Destinationsmanagement.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 133 von 198

Modul TM28 Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Verkehrsmärkte und Mobilitätstrends
- Kreuzfahrtmanagement
- Airlinemanagement
- Management von Mietwagen-, Bus- und Bahnunternehmen

Lehrinhalte:

Verkehrsmärkte und Mobilitätstrends:

- * Grundlagen und Entwicklung von Tourismus und Verkehr, wie z.B. Begrifflichkeiten und Abgrenzungen zum Thema touristischer Verkehr bzw. Mobilität, Verkehrserhebungen
- * Besonderheiten, Image und Vor- und Nachteile der einzelnen Verkehrsträger/-mittel
- * Einführung ins Management von Verkehrsunternehmen
- * Ausgewählte Markt Betrachtungen und Branchentrends (Straßenverkehr: Bustouristik, Wohnmobil/Caravans, Mietwagen, Schiffsverkehr, Luftverkehr, touristische Sonderverkehrsmittel, Bahn)
- * Autofreier Tourismus/Sanfte Mobilität, touristische Beschilderung
- * Zukunft von Tourismus und Verkehr (z.B. Weltraum- und Zeppelin-tourismus, Luxuszüge Segways, Draisinen)

Kreuzfahrtmanagement:

- * Einführung in die Schiffstouristik, Rahmenbedingungen, Institutionen
- * Hochsee
 - * Konzept der Hochseetouristik
 - * Kreuzfahrtenmarkt, Strukturen, Daten
 - * Schiffs- und Flottenkonzepte, Schiffs- und Flottenplanung
 - * Häfen, Routen, Fahrtgebiete
 - * Zielgruppen
 - * Marketing (z.B. Produktpolitik, Preispolitik & Preisfindung, Vertriebs- und Kommunikationspolitik)
 - * Aktuelle Entwicklungen: Nachhaltigkeit, Sicherheit, Globalisierung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 134 von 198

- * Fluss
 - * Konzept in Abgrenzung zur Hochsee
 - * Schiffe, Routen, Fahrtgebiete
 - * Zielgruppen
 - * aktuelle Entwicklungen
 - * Sonstige Schiffsreisen, wie Fährschiffahrt, Frachtschiffahrt, Bootscharter und Ausflugsfahrten

Airlinemanagement:

- * Strategien von Airlines (v.a. Strategische Optionen, Geschäftsmodelle, Kooperationen, Strategische Allianzen)
- * Zentrale Managementfunktionen von Airlines
 - * Flugplanung, z.B. Streckenplanung/-ergebnisrechnung, Wirtschaftlichkeitsana-lyse von Fluggeräten, Streckennetztypen, Slotmanagement, Umlaufplanung
 - * Revenue Management, inklusive Einführung ins System "Rembrandt")
 - * Marketing-Management
 - * Low Cost Airlines
 - * Entwicklung von und der Markt für Low Cost Airlines
 - * Strategische Ausrichtung und Umsetzung des Geschäftsmodells
 - * Zukünftige Entwicklung des Luftverkehrs (z.B. Nachhaltigkeit im Luftverkehr)

Management von Mietwagen-, Bus- und Bahnunternehmen:

- * Bustouristik: Bedeutung und wichtige Institutionen, Grundlagen für Busreiseunternehmen, Gesetzliche Rahmenbedingungen, Sicherheit und Technik im Busreiseverkehr; Einkauf und Kalkulation, Marketing für Busreisen, Zukunft der Entwicklung
- * Bahn: Verkehrspolitik, Eisenbahnverkehrsmarkt, Rechtliche Rahmenbedingungen, Geschichte der Eisenbahnen in Dt., Eisenbahnverkehrsunternehmen, Eisenbahninfrastrukturunternehmen, Marketing im Personenfernverkehr der DB AG, touristische Aktivitäten der DB AG, Intermodale Angebote der DB AG, Intra- und intermodaler Wettbewerb

Autovermietung: Abgrenzung, rechtliche Rahmenbedingungen, wichtige Institutionen; Strategien und Geschäftsmodelle; Produkt, Preis und Vertrieb; Beschaffung, Logistik und Verwertung; Trends im Mietwagensegment

Literaturhinweise:

Conrad, R./Fichert, F./Sterzenbach, R.: Luftverkehr, 5. Aufl., München 2013

Dowling, R.K.: Cruise Ship Tourism, Wallingford 2006

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 135 von 198

Groß, S./Schröder, A.: Handbook of Low Cost Airlines - Strategies, Business Processes and Market Environment, 2. Auflage, Elmshorn 2016

Groß, S./Stengel, N.: Mietfahrzeuge im Tourismus - Grundlagen, Geschäftsprozesse und Marktanalyse, München 2010

Groß, S.: Tourismus und Verkehr - Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, München 2011

Gross, S./Lück, M. (Hg.): The Low Cost Carrier Worldwide, London 2013

Maurer, P.: Luftverkehrsmanagement: Basiswissen, München/Wien, 4. Aufl. 2006

Pompl, W.: Luftverkehr - eine ökonomische und politische Einführung, 5. Aufl., Berlin/Heidelberg 2006

Schäfer, C.: Kreuzfahrten - Die touristische Eroberung der Ozeane, Nürnberg 1998

Schüssler, O.: Passagier-Schiffahrt, Frankfurt am Main 2001

Schulz, A./Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010

Vogel, M./Papathanassis, A./Wolber, B. (Hg.): The Business and Management of Ocean Cruises, Wallingford 2011

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage grundlegende verkehrswirtschaftliche nachfrage- wie angebotsseitige Besonderheiten zu verstehen und einzelne verkehrsbetriebliche Grundbegriffe erläutern zu können. Sie kennen die spezifischen Marktstrukturen der Verkehrsträger Luftfahrt, (Eisen-)Bahn, Straßenverkehr und Schiffahrt sowie grundlegende Managementmethoden von Luftverkehrs-, Schienenverkehrs-, Straßenverkehrs- und Schiffsverkehrsunternehmen. Darüber hinaus verfügen die Studierenden Kenntnisse zu touristischen Spezialverkehrsmitteln (z.B. Berg-/Seilbahnen) und zu Verkehrskonzepten für Destinationen (z.B. touristische Beschilderung, Sanfte Mobilität).

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Handlungskompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen:

- Vorlesung
- Seminar

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 136 von 198

- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Sven Groß

Prüfungsform:

- Verkehrsmärkte und Mobilitätstrends: Hausarbeit/Referat
- Kreuzfahrtmanagement: Klausur 90 Minuten
- Airlinemanagement: Klausur 90 Minuten
- Management von Mietwagen-, Bus- und Bahnunternehmen: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 137 von 198

Unit TM2801 Verkehrsmärkte und Mobilitätstrends

zugeordnet zu: Modul TM28

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Grundlagen und Entwicklung von Tourismus und Verkehr, wie z.B. Begrifflichkeiten und Abgrenzungen zum Thema touristischer Verkehr bzw. Mobilität, Verkehrserhebungen
- * Besonderheiten, Image und Vor- und Nachteile der einzelnen Verkehrsträger/-mittel
- * Einführung ins Management von Verkehrsunternehmen
- * Ausgewählte Markt Betrachtungen und Branchentrends (Straßenverkehr: Bustouristik, Wohnmobil/Caravans, Mietwagen, Schiffsverkehr, Luftverkehr, touristische Sonderverkehrsmittel, Bahn)
- * Autofreier Tourismus/Sanfte Mobilität, touristische Beschilderung
- * Zukunft von Tourismus und Verkehr (z.B. Weltraum- und Zeppelin-tourismus, Luxuszüge Segways, Draisinen)

Literaturhinweise:

Cerwenka, P.: Mobilität und Verkehr: Duett oder Duell von Begriffen? in: Der Nahverkehr 05/1999, S. 34-37

Conrady, R./Fichert, F./Sterzenbach, R.: Luftverkehr, 5. Aufl., München/Wien 2013

Freyer, W./Groß, S.: Bewegung und Tourismus - Mobilität im Alltag und in der Freizeit, in: Wissenschaftliche Zeitschrift der TU Dresden 52 (2003), Heft 5-6, S. 105-109

Groß, S./Stengel, N.: Mietfahrzeuge im Tourismus, München 2010

Groß, S.: Tourismus und Verkehr, München 2011

Gross, S./Klemmer, L.: Introduction to Tourism Transport, Wallingford 2014

Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien 2006

Nuhn, H./Hesse, M.: Verkehrsgeographie, Paderborn 2006

Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus, München 2009

Schulz, A./Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 138 von 198

Fachzeitschrift, wie z.B. Internationales Verkehrswesen, Zeitschrift für Verkehrswissenschaften, Transportation Research, Journal of Air Transport Management, Journal of Airport Management

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden sind in der Lage die grundlegenden Begrifflichen und Abgrenzungen zum Thema touristischer Verkehr bzw. Mobilität auseinanderzuhalten. Sie kennen die verschiedenen Verkehrserhebungen, erste geeignete Instrumente des Marketing-Managements zur Erreichung der Unternehmensziele auf Verkehrsmärkten und haben einen Überblick über wesentliche Marktsegmente und Branchentrends sowie historische Entwicklungen gewinnen können. Die Teilnehmer dieser Unit sind darüber hinaus mit zukünftig zu erwarteten Entwicklungen an der Schnittstelle von Tourismus und Verkehr vertraut (z.B. Weltraum-, Zeppelin-tourismus) und kennen um die Bedeutung der Sanften Mobilität und touristischen Beschilderung.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 139 von 198

Unit TM2802 Kreuzfahrtmanagement

zugeordnet zu: Modul TM28

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Einführung in die Schiffstouristik, Rahmenbedingungen, Institutionen
- * Hochsee
 - Konzept der Hochseetouristik
 - Kreuzfahrtenmarkt, Strukturen, Daten
 - Schiffs- und Flottenkonzepte, Schiffs- und Flottenplanung
 - Häfen, Routen, Fahrtgebiete
 - Zielgruppen
 - Marketing (z.B. Produktpolitik, Preispolitik & Preisfindung, Vertriebs- und Kommunikationspolitik)
 - Aktuelle Entwicklungen: Nachhaltigkeit, Sicherheit, Globalisierung
- * Fluss
 - Konzept in Abgrenzung zur Hochsee
 - Schiffe, Routen, Fahrtgebiete
 - Zielgruppen
 - aktuelle Entwicklungen

Sonstige Schiffsreisen, wie Fährschiffahrt, Frachtschiffahrt, Bootscharter und Ausflugsfahrten

Literaturhinweise:

Dowling, R.K.: Cruise Ship Tourism, Wallingford 2006

Groß, S.: Tourismus und Verkehr, München 2011

Gross, S./Lück, M.: Cruise Line Strategies for Keeping Afloat, in: Vogel, M./Papathanassis, A./Wolber, B. (Hg.): The Business and Management of Ocean Cruises, Wallingford 2012, S. 63-76

Schäfer, C.: Kreuzfahrten - Die touristische Eroberung der Ozeane, Nürnberg 1998

Schüssler, O.: Passagier-Schiffahrt, Frankfurt am Main 2001

Schulz, A./Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010

Vogel, M./Papathanassis, A./Wolber, B. (Hg.): The Business and Management of Ocean Cruises, Wallingford 2011

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 140 von 198

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zu wichtigen Institutionen, des Angebots und der Nachfrage in der Schifffahrt und haben einen Überblick über wesentliche Aufgaben bei Hochsee- und Flusskreuzfahrtgesellschaften. Sie sind mit den besonderen unternehmerischen Herausforderungen vertraut und können geeignete Instrumente des Marketing-Managements zur Erreichung der Unternehmensziele und ihre Wirkungsweisen beurteilen. Als Voraussetzung zum Verständnis betriebswirtschaftlicher Entscheidungen sind sie mit dem rechtlichen Rahmen vertraut und sie sind in der Lage eine Routen- und Flottenplanung vorzunehmen. Darüber hinaus sind sie mit sonstigen Schiffsreisen, wie die Fähr- und Frachtschifffahrt sowie Bootscharter und Ausflugsfahrten vertraut.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 141 von 198

Unit TM2803 Airlinemanagement

zugeordnet zu: Modul TM28

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Strategien von Airlines (v.a. Strategische Optionen, Geschäftsmodelle, Kooperationen, Strategische Allianzen)
- * Zentrale Managementfunktionen von Airlines
 - * Flugplanung, z.B. Streckenplanung/-ergebnisrechnung, Wirtschaftlichkeitsana-lyse von Fluggeräten, Streckennetztypen, Slotmanagement, Umlaufplanung
 - * Revenue Management, inklusive Einführung ins System "Rembrandt")
 - * Marketing-Management
- * Low Cost Airlines
 - * Entwicklung von und der Markt für Low Cost Airlines
 - * Strategische Ausrichtung und Umsetzung des Geschäftsmodells

Zukünftige Entwicklung des Luftverkehrs (z.B. Nachhaltigkeit im Luftverkehr)

Literaturhinweise:

Doganis, R.: Flying Off Course - The Economics of International Airlines, 4. Auflage, London/New York 2009

Groß, S./Schröder, A.: Low Cost Airlines in Europa - eine marktorientierte Betrachtung von Billigfliegern, Dresden 2005

Groß, S./Schröder, A. (Eds): Handbook of Low Cost Airlines - Strategies, Business Processes and Market Environment, Berlin 2007

Groß, S.: Tourismus und Verkehr, München 2011

Mensen, H.: Handbuch der Luftfahrt, Heidelberg 2003

Maurer, P.: Luftverkehrsmanagement, 4. Auflage, München 2006

Pompl, W.: Luftverkehr - Eine ökonomische und politische Einführung, 5. Auflage, Berlin/Heidelberg 2007

Conrady, R./Fichert, F./Sterzenbach, R.: Luftverkehr - Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, 5. Auflage, München/Wien 2012

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 142 von 198

Shaw, S.: Airline Marketing and Management, 7. Auflage, Aldershot 2012

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über einen Überblick der Besonderheiten des Netzmanagements von Airlines und die Determinanten von kurz- und langfristigen Kapazitätsentscheidungen. Sie besitzen Kenntnisse über die Besonderheiten des Yield/Revenue Managements im Luftverkehr und konnte diese mit Hilfe einer Softwarelösung üben. Nach Absolvierung dieser Unit haben die Studierenden die Bedeutung der nachhaltigen Entwicklung des Luftverkehrs verinnerlicht und wissen um die Wichtigkeit der Airports als Lieferanten einer Airline. Letztlich konnten sie sich den Markt der Low Cost Airlines und die besonderen Merkmale des Geschäftsmodells aneignen sowie kennen ausgewählte zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen im Luftverkehr.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 143 von 198

Unit TM2804 Management von Mietwagen-, Bus- und Bahnunternehmen

zugeordnet zu: Modul TM28

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Bustouristik: Bedeutung und wichtige Institutionen, Grundlagen für Busreiseunternehmen, Gesetzliche Rahmenbedingungen, Sicherheit und Technik im Busreiseverkehr; Einkauf und Kalkulation, Marketing für Busreisen, Zukunft der Entwicklung

Bahn: Verkehrspolitik, Eisenbahnverkehrsmarkt, Rechtliche Rahmenbedingungen, Geschichte der Eisenbahnen in Dt., Eisenbahnverkehrsunternehmen, Eisenbahninfrastrukturunternehmen, Marketing im Personenfernverkehr der DB AG, touristische Aktivitäten der DB AG, Intermodale Angebote der DB AG, Intra- und intermodaler Wettbewerb

Autovermietung: Abgrenzung, rechtliche Rahmenbedingungen, wichtige Institutionen; Strategien und Geschäftsmodelle; Produkt, Preis und Vertrieb; Beschaffung, Logistik und Verwertung; Trends im Mietwagensegment

Literaturhinweise:

Becker, O./Goslich, W./Müller, G. (Hg.): Bus- und Gruppenreisen - Marktchancen, Produkte, Erfolgsfaktoren, Meßkirch 2006

Burgdorf, M.: Autovermietung in Deutschland - Ein Branchenbild mit praktischen Hinweisen, Landsberg/Lech 1993

Conlin, M.V./Bird, G.R. (Hg): Railway Heritage and Tourism - Global Perspectives, Bristol 2014

Gauf, D.: Touristik-Marketing für Busunternehmer: Praxisgrundlagen und Tipps für Ihren Touristik-Geschäftserfolg, München 2015

Goslich, W.: Fachkunde Bustouristik - Reisen Mobil, Frankfurt am Main 2001

Groß, S.: Tourismus und Verkehr, München 2011

Groß, S./Stengel, N.: Mietfahrzeuge im Tourismus, München 2010

Kaßler, M.: Erfolgreich in den Medien - Ein Leitfaden für die Busbranche, Berlin 2005

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement

TM28 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 144 von 198

Krämer, H./Fischer, R.M.: Unternehmensführung im Busverkehr - Sicher kalkulieren und planen im Linien- und Gelegenheitsverkehr, 4. erweiterte und völlig überarbeitete Auflage des Vorgängerwerks mit dem Titel "Kalkulation im Busverkehr", München 2014

Monheim, H./Nagorni, K. (Hg.): Die Zukunft der Bahn - Zwischen Bürgernähe und Börsengang, Baden 2004

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden kennen die wirtschaftliche Bedeutung und wichtige Institutionen der Bus-, Bahn- und Mietwagenbranche. Sie haben einen Überblick über wesentliche Aufgaben bei den betrachteten Verkehrsunternehmen und sind als Voraussetzung zum Verständnis betriebswirtschaftlicher Entscheidungen mit dem rechtlichen Rahmen vertraut sein. Sie haben ausgewählte Instrumente des Marketing-Managements und unternehmerische Herausforderungen der betrachteten Unternehmen verinnerlicht und sind mit aktuellen Entwicklungen der vertraut. Letztlich haben sie die strategischen Optionen der Unternehmenspositionierung der einzelnen Verkehrsträger kennengelernt.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 145 von 198

Modul TM29 Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 4. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Geschäftsreisemarkt
- Kongresse und Tagungen
- Messen und Ausstellungen
- Travel Management

Geschäftsreisemarkt

- * Besonderheiten der Geschäftsreisen
- * Strukturen im Geschäftsreisemarkt (Anbieter, Nachfrager, Leistungen)
- * Entwicklungen und Einflussfaktoren
- * Merkmale des Geschäftsreiseverhalten
- * Anforderungen an Leistungsträger

Kongresse und Tagungen

- * Das Phänomen Kongress und Tagungen
- * Der nationale und internationale Tagungsmarkt
- * Kongress-Standorte und Tagungsstätten
- * Veranstaltungsmanagement
- * Rahmenprogramme als nicht-technische Kommunikationsebene
- * Kongress-Marketing / Kongress-Sponsoring
- * Fachverbände und Fachzeitschriften im Kongress- und Tagungsbereich

Messen und Ausstellungen

- * Messe-Platz Deutschland
- * Messe-Marketing / Messe-Training
- * Messe-Gesellschaften
- * Messe-Standorte im In- und Ausland
- * Messe-Catering: Catering-Arten und -Anbieter
- * Messe-Logistik: Denken in neuen Dimensionen
- * Messe-Auftritte: Emotionalisierung und Orientierung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 146 von 198

Travel Management

- * Definition von Business Travel Management
- * Anbieter von Business Travel Leistungen (z.B. Geschäftsreisebüros, elektronischer Angebote zur Vereinfachung von Geschäftsreisen und Verbände)
- * Der Prozessablauf einer Geschäftsreise
- * Integration des Travel Managements in private Unternehmen
- * Funktionen und Aufgaben von Travel Managern sowie das Berufsbild "Travel Manager"
- * Sicherheit und Nachhaltigkeit im Travel Management
 - * Flottenmanagement
- * Implementierung des Travel Managements und Zukunft der Entwicklung
- * Travel Management in öffentlichen Institutionen
- * Internet Booking Engines und Einführung in eine IBE am Beispiel von cytric

Literaturhinweise:

Brochhausen, E./Melzer, M./Thurner, M./Vordenbäumen, H.: SAP Travel Management, Bonn 2004

Davidson, R./Cope, B.: Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel, 2003

Espich, G.: Business Travel-Management - Kostenoptimierte und effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, Renningen 2001

Freyer, W./Naumann, M./Schröder, A. (Hg.): Geschäftsreise-Tourismus - Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, 2. Auflage, Dresden 2006

Kirchgeorg, M./Dornscheidt, W./Giese, W./Stoock, N. (Hg.): Handbuch Messe-Management, Wiesbaden 2003

Mahnicke, R.: Business Travel Management: Praxis-Know-how für Einkäufer, Wiesbaden 2013

Otto-Rieke, G. (Hg.): Modernes Geschäftsreise-Management, lfd. Jahrgang

Schreiber, M.-Th.(Hg.): Kongressen, Tagungen und Events: Potential, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, 2. Auflage, München 2012

Fachzeitschriften: Das Messe-Marketing-Magazin, m & a report; BizTravel und fvw spezial

"Business Travel"

www.auma.de

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 147 von 198

Lehrziele:

Die Studierenden können den Geschäftsreisemarkt hinsichtlich der Besonderheiten des Produktes, der Nachfrager und Anbieter sowie die Bedeutung der Geschäftsreisen für die Volkswirtschaft und innerhalb der Tourismusbranche abschätzen. Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgaben, die im Travel Management (TM) bei den Unternehmen, den Leistungsträgern sowie den unterstützenden Institutionen anfallen und können Lösungsvorschläge für ausgewählte Problemstellungen erarbeiten. Sie sind mit den Akteuren im TM und mit dem Ablauf einer Geschäftsreise vertraut und wissen über die Grundzüge einer Internet Booking Engine Bescheid und haben dieses Wissen durch eine eigenständige Nutzung untermauern können. Darüber hinaus verfügen sie Basiswissen über die Phänomene Messen und Ausstellungen sowie Kongresse und Tagungen. Die Studierenden kennen die wichtigsten Grundlagen der Angebots- und Nachfragesituation dieses Spezialsegmentes, um in den Marketing- und Service-Bereichen der Veranstaltungsstätten sowie Veranstaltungsagenturen eingesetzt werden zu können. Mit dem vermittelten Wissen über Messengesellschaften und Messedienstlern können die Studierenden sowohl im strategischen Messe-Marketing als auch im operativen Messe-Management arbeiten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Handlungskompetenz

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Sonstiges: Nutzung einer Internet Booking Engine

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Sven Groß

Prüfungsform:

- Geschäftsreisemarkt: Klausur 90 Minuten
- Kongresse und Tagungen: Hausarbeit/Referat
- Messen und Ausstellungen: Referat/Klausur 90 Minuten
- Travel Management: Hausarbeit/Referat

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 148 von 198

Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

keine

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 149 von 198

Unit TM2901 Kongresse und Tagungen

zugeordnet zu: Modul TM29

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Das Phänomen Kongress und Tagungen
- Der nationale und internationale Tagungsmarkt
- Kongress-Standorte und Tagungsstätten
- Veranstaltungsmanagement
- Rahmenprogramme als nicht-technische Kommunikationsebene
- Kongress-Marketing / Kongress-Sponsoring
- Fachverbände und Fachzeitschriften im Kongress- und Tagungsbereich

Literaturhinweise:

Schreiber, Michael (2002): Handbuch des Kongress- und Tagungsmanagement (2. Aufl.) , München, Wien.

Fachzeitschriften: Conference & Incentive Management (CIM), TagungsWirtschaft (TW), Conventions, Events

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden haben Basiswissen über das Phänomen Kongresse und Tagungen erlernt. Sie haben die Essentials über die Angebots- und Nachfragesituation dieses Spezialsegments kennengelernt, um in den Marketing- und Service-Bereichen der Veranstaltungsstätten (z.B. CongressCentren, Tagungshotels) sowie Veranstaltungsagenturen (Professional Congress Organizer) erfolgreich eingesetzt werden zu können. Auch eine Tätigkeit in internationalen und nationalen Dachorganisationen bzw. Fachverbänden der Kongresswirtschaft ist nach Absolvierung dieser Unit möglich.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 150 von 198

Unit TM2902 Geschäftsreisemarkt

zugeordnet zu: Modul TM29

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Besonderheiten der Geschäftsreisen
- * Strukturen im Geschäftsreisemarkt (Anbieter, Nachfrager, Leistungen)
- * Entwicklungen und Einflussfaktoren
- * Merkmale des Geschäftsreiseverhalten
- * Anforderungen an Leistungsträger

Literaturhinweise:

Brochhausen, E./Melzer, M./Thurner, M./Vordenbäumen, H.: SAP Travel Management, Bonn 2004

Davidson, R./Cope, B.: Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel, 2003

Freyer, W./Naumann, M./Schröder, A.: Geschäftsreise-Tourismus - Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, Dresden 2004

Espich, G.: Business Travel-Management - Kostenoptimierte und effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, Renningen 2001

Otto-Rieke, G. (Hg.): Modernes Geschäftsreise-Management, lfd. Jahrgang

Swarbrooke/Horner: Business Travel and Tourism, Oxford 2004

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden haben einen Gesamtüberblick über das Segment der beruflich orientierten Reisen. Sie kennen den Geschäftsreisemarkt mit seinen Besonderheiten des Produktes, der Nachfrager und Anbieter sowie die Bedeutung der Geschäftsreisen für die Volkswirtschaft und innerhalb der Tourismusbranche.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 151 von 198

Unit TM2903 Messen und Ausstellungen

zugeordnet zu: Modul TM29

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Messe-Platz Deutschland
- Messe-Marketing / Messe-Training
- Messe-Gesellschaften
- Messe-Standorte im In- und Ausland
- Messe-Catering: Catering-Arten und -Anbieter
- Messe-Logistik: Denken in neuen Dimensionen
- Messe-Auftritte: Emotionalisierung und Orientierung

Literaturhinweise:

Kirchgeorg, Manfred/ Dornscheidt, Werner M. u.a. (2003):
Handbuch Messemanagement. Planung, Durchführung und
Kontrolle von Messe, Kongresse und Events, Wiesbaden

m+a report - the international trade fair magazine

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Studierenden haben ein Basiswissen über das Phänomen Messen und Ausstellungen erlernt. Sie kennen die Besonderheiten der "Face-to-Face-Kommunikation" vor allem am Beispiel der Deutschen Messewirtschaft. Mit dem vermittelten Wissen über Messegesellschaften und Messedienstlern können die Studierenden sowohl im strategischen Messe-Marketing als auch im operativen Messe-Management arbeiten.

Prüfungsform:

Referat / Klausur 90 Minuten. Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 152 von 198

Unit TM2904 Travel Management

zugeordnet zu: Modul TM29

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Definition von Business Travel Management
- * Anbieter von Business Travel Leistungen (z.B. Geschäftsreisebüros, elektronischer Angebote zur Vereinfachung von Geschäftsreisen und Verbände)
- * Der Prozessablauf einer Geschäftsreise
- * Integration des Travel Managements in private Unternehmen
- * Funktionen und Aufgaben von Travel Managern sowie das Berufsbild "Travel Manager"
- * Sicherheit und Nachhaltigkeit im Travel Management
- * Flottenmanagement
- * Implementierung des Travel Managements und Zukunft der Entwicklung
- * Travel Management in öffentlichen Institutionen
- * Internet Booking Engines und Einführung in eine IBE am Beispiel von cytric

Literaturhinweise:

- Brochhausen, E. et al.: SAP Travel Management, Bonn 2004
- Freyer, W./Naumann, M./Schröder, A.: Geschäftsreise-Tourismus
Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, 2. Auflage,
Dresden 2004
- Espich, G.: Business Travel-Management - Kostenoptimierte und
effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen,
Renningen 2001
- Mahnicke, R.: Business Travel Management: Praxis-Know-how für
Einkäufer, Wiesbaden 2013
- Melzer, M.: Geschäftsreise online - Prozesse optimieren,
Programme interaktiv einsetzen, München 2000
- Otto-Rieke, G. (Hg.): Modernes Geschäftsreise-Management, lfd.
Jahrgang
- VDR Geschäftsreiseanalyse, lfd. Jahrgang

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Business Travel Management

TM29 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 153 von 198

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele: Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgaben, die im Travel Management (TM) bei Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen, den Leistungsträgern sowie den unterstützenden Institutionen anfallen und können Lösungsvorschläge für ausgewählte Problemstellungen erarbeiten. Sie sind mit den Akteuren im TM und mit dem Ablauf einer Geschäftsreise vertraut und wissen über die Grundzüge einer Internet Booking Engine Bescheid. Dieses Wissen konnten sie durch eine eigenständige Nutzung und praktischer Übungen untermauern - sowohl als Geschäftsreisender als auch als Travel Manager.

Prüfungsform: Hausarbeit/Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 154 von 198

Modul TM30 Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 5. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- International Sustainable Tourism
- International Expansion of Tourism Enterprises
- Case Studies in International Tourism
- Social Responsibility in Tourism

Die Studierenden verstehen die Globalisierung der Tourismuswirtschaft mit den Entwicklungen internationaler Tourismismärkte und -organisationen, assoziieren die sich daraus ableitende Tourismuspolitik und differenzieren unterschiedliche Entwicklungsperspektiven des internationalen Tourismus. Im Schwerpunktmodul des internationalen Nachhaltigkeitsmanagement erlangen die Studierenden die Fähigkeit, Einflüsse des Tourismus auf Ressourcen, Gesellschaft und Umwelt zu beurteilen, zu vergleichen und die wesentlichen Vor- und Nachteile kritisch zu analysieren. Das Modul der internationalen Expansion ermöglicht es taktische und strategische Analyse zu erstellen und diese selbstständig zu planen, zu bewerten und argumentativ zu vertreten.

Alle Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt. Dies bereitet die Studierenden auf Arbeitseinsätze in einem internationalen Umfeld vor.

Literaturhinweise:

Fischer, A. Sustainable Tourism. Stuttgart, 2014.

Strasdas, Wolfgang/Rein, Hartmut. Nachhaltiger Tourismus. Stuttgart, 2015

Mintzberg, H.: Strategie Safari, Heidelberg 2011

Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten 11. Aufl., Frankfurt/ Main 2008

Thompson, A./Strickland, A. J.: Crafting and Executing Strategy, New York 2009

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourism Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 155 von 198

Horner & Swarbrooke: International Cases in Tourism Management, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2004

Garrod & Fyall: Contemporary Cases in Tourism, Oxford, Goodfellow, 2011.

Reisinger: International tourism: Cultures and behavior, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009.

Harvard Business Review - Case Studies, Harvard Business School Publishing, Boston.

Lehrziele:

Mit Abschluss dieser Berufsfeldorientierung haben die Absolventen die wesentlichen Aspekte und Akteure im internationalen Tourismus kennen gelernt. Sie verstehen die Prozesse der Tourismusbranche in einem internationalen Kontext und haben die Voraussetzungen erworben, in einem internationalen Managementumfeld zu arbeiten. Darüber hinaus haben sie die sozialen und ökologischen Herausforderungen der Branche studiert und wissen, wie die Zukunftsfähigkeit der Branche durch einen nachhaltigen Tourismus erhalten werden kann.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Selbständigkeit
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Harald Zeiss

Prüfungsform:

- International Sustainable Tourism: Klausur 90 Minuten
- International Expansion of Tourism Enterprises: Hausarbeit/Referat/Klausur 90 Minuten
- Case Studies in International Tourism: Referat
- Social Responsibility in Tourism: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem nachfolgenden Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 156 von 198

Voraussetzung für die Teilnahme: keine

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 157 von 198

Unit TM3001 International Sustainable Tourism

zugeordnet zu: Modul TM30

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Introduction to sustainable tourism management
2. Sustainable hotel management
 - a) Waste Management
 - b) Water Management
 - c) Energy Management
 - d) Food Management
 - e) Sustainability certificates
3. Sustainability and tour operation
4. Sustainability and cruise ship operation
5. Sustainability and airline operation
6. Climate change and carbon compensation
7. Animal protection and welfare

Literaturhinweise:

Fischer, A. Sustainable Tourism. Stuttgart, 2014.

Strasdas, W./Rein, H. Nachhaltiger Tourismus. Stuttgart, 2015

Gössling, S./Peeters, P. Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 2015, 23. Jg., Nr. 5, S. 639-659.

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Die Unit International Sustainable Tourism vermittelt Studierenden die Fähigkeit, ökologische Einflüsse im Tourismus auf Ressourcen, Gesellschaft und Umwelt zu erkennen, zu beurteilen und die wesentlichen Vor- und Nachteile kritisch zu analysieren.

Nach Abschluss der Unit verstehen Studierende, wie Internationales Nachhaltigkeitsmanagement in der Reisebranche umgesetzt wird. Aus einer Kombination von Theorie und praktischen Beispielen lernen Sie die wesentlichen Themenfelder kennen. Die Studierenden bereiten sich auf den Kurs vor, indem sie bereitgestellte Dokumente lesen, während der Vorlesung ein Skript bearbeiten und sich an Diskussionen beteiligen.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 158 von 198

Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt und befähigt Studierende, sich in einem fremdsprachigen Kontext zu orientieren und ihre Sprachkenntnisse zu verbessern.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 159 von 198

Unit TM3002 International Expansion of Tourism Enterprises

zugeordnet zu: Modul TM30

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Grundlegende Inhalte sind:

- Corporate Strategy
- Strategische Planung / strategischer Planungsprozess und Corporate Portfolio Management
- Wettbewerbsstrategie und Wettbewerbsvorteile: Strategische Branchenstrukturanalyse (5 Forces) und touristische Wertschöpfungskette (Tourism Value Chain)
- Wachstums- und Expansionsstrategien und rechtlicher Handlungsrahmen
- Organisches Wachstum
- Mergers and Acquisitions

Literaturhinweise:

Mintzberg, H.: Strategie Safari, Heidelberg 2011

Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten 11. Aufl., Frankfurt/ Main 2008

Thompson, A./Strickland, A. J.: Crafting and Executing Strategy, New York 2009

Lehrvoraussetzungen:

keine

Lehrziele:

Das Modul der Internationalen Expansion ermöglicht es den Absolventen taktische und strategische Analyse zu erstellen und diese selbstständig zu planen, zu bewerten und argumentativ zu vertreten. Die Studierenden schaffen eine Basis für ein grundlegendes Verständnis des strategischen Management-Prozesses und strategischer Prinzipien vor dem Hintergrund einer Internationalisierung der Tourismusindustrie.

- Die Studierenden verstehen die Einflussfaktoren einer Internationalisierung der Tourismusindustrie.
- Die Studierenden schaffen die Grundlagen und vertiefen ihr Verständnis von strategischen Denken.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 160 von 198

- Die Studierenden diskutieren und hinterfragen die strategischen Management-Topics aus theoretischer und praktischer Management-Perspektive.
- Die Studierenden schaffen eine interaktive Lernatmosphäre, inklusive Diskussionen und Gruppen- und Hausarbeit.

Prüfungsform:

Hausarbeit/Referat/ Klausur 90 Minuten.

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 161 von 198

Unit TM3003 Cases in International Tourism

zugeordnet zu: Modul TM30

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Grundlegende Inhalte sind:

- Die Globalisierung in der Tourismuswirtschaft
- Entwicklungen internationaler Tourismuskarmkte
- Entwicklungsperspektiven des internationalen Tourismus
- Verschiedene Aspekte der Unternehmensführung im Internationalen Tourismusmanagement werden anhand von ausgewählten Fallstudien bearbeitet (z.B. strategische Positionierung, Organisationsentwicklung, Marketingstrategien, Service-Design, Kooperations- und Eigentumsstrategien, Krisenmanagement, Ethik und unternehmerische Verantwortung u.a.).

Literaturhinweise:

Horner & Swarbrooke: International Cases in Tourism Management, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2004

Garrod & Fyall: Contemporary Cases in Tourism, Oxford, Goodfellow, 2011.

Reisinger: International tourism: Cultures and behavior, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009.

Harvard Business Review - Case Studies, Harvard Business School Publishing, Boston.

Lehrvoraussetzungen:

International Tourism

Lehrziele:

Die Studierenden verstehen die Globalisierung der Tourismuswirtschaft mit den Entwicklungen internationaler Tourismuskarmkte. Sie sind in der Lage unterschiedliche Entwicklungsperspektiven, Konzepte und Strategien des internationalen Tourismus kritisch zu analysieren, zu konzipieren und zu implementieren.

Prüfungsform:

Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 162 von 198

Unit TM3004 Social Responsibility in Tourism

zugeordnet zu: Modul TM30

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Introduction to social sustainable tourism
2. Human Rights
3. Children Rights
4. Indigenous in tourism
5. Poverty reduction
6. Supply Chain Management
7. Tourism Organization
8. Sustainable Destinations
9. Sustainable Excursions in destinations
10. Volunteer tourism

Literaturhinweise:

Fischer, A. Sustainable Tourism. Stuttgart, 2014.

Strasdas, W./Rein, H. Nachhaltiger Tourismus. Stuttgart, 2015

Johnson, A. M. Self-determination: Exercising indigenous rights in tourism. Tourism in destination communities, 2003, S. 115-133.

Lehrvoraussetzungen: keine

Lehrziele:

Die Unit Social Responsibility in Tourism vermittelt Studierenden die Fähigkeit, soziale und kulturelle Einflüsse im Tourismus auf Menschen, Gesellschaften und Kulturen zu erkennen, zu beurteilen und die wesentlichen Einflüsse kritisch zu analysieren.

Nach Abschluss der Unit haben Studierende gelernt, wie der internationale Tourismus sozialverträglich in den Destinationen umgesetzt werden kann. Aus einer Kombination von Theorie und praktischen Beispielen lernen Sie die wesentlichen Themenfelder kennen. Die Studierende bereiten sich auf den Kurs vor, indem sie bereitgestellte Dokumente lesen, während der Vorlesung ein Skript bearbeiten und sich an Diskussionen beteiligen.

Die Veranstaltung findet in englischer Sprache statt und befähigt Studierende, sich in einem fremdsprachigen Kontext zu orientieren und ihre Sprachkenntnisse zu verbessern.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management

TM30 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 163 von 198

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 164 von 198

Modul TM31 Berufsfeldorientierung: Online-Management

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 7. Fachsemester

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Digitale Geschäftsmodelle im Tourismus
- Website Management
- Online-Marketing
- Digitale Anwendungen und Online-Methoden

Lehrinhalte:

Definition und Darstellung der Entwicklung von touristischen Geschäftsmodellen im Einflussbereich der Digitalisierung.
Darlegung der Koexistenz von on- und offline Geschäftsmodellen in der Touristik.
Darstellung der Digitalisierung entlang der touristischen Wertschöpfungskette.
Darstellung ausgewählter digitaler Geschäftsmodelle im Tourismus.
Grundlagen des Website Management.
Erfolgsfaktoren von Websites.
Online-Marketing im Tourismus einschließlich Suchmaschinenmarketing.
Bedeutung von Social Media Marketing für touristische Unternehmen.
GPS-Anwendungen im Tourismus
Online Methoden (Netnographie, Mobile Ethnographie, Selfie-Analyse)
Gamification, Crowdfunding, Crowdsourcing, Co-Creation

Literaturhinweise:

Bulenga, P./Egger, R. (2015): Gamification in Tourism, Norderstedt
Groß, S./Dreyer, A. (2013) (Hg.): GPS im Tourismus: Grundlagen - Einsatzbereiche - Produktentwicklung, Elmshorn
Groß, S./Menzel, A. (2016): GPS-Tracking in touristischen Destinationen - Neue Software-Anwendung zur Erfassung des Mobilitätsverhaltens am Beispiel von Wanderern im Harz, in: Raumforschung und Raumordnung 74 (1), S. 51-68
Kozinets, R.V. (2015): Netnography: Redefined, 2. Auflage, London
Schart, D./Tschanz, N. (2015): Praxishandbuch Augmented Reality für Marketing, Medien und Public Relations, Konstanz/München

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 165 von 198

Lehrziele:

Die Studierenden sollen einen Überblick über die wesentlichen Inhalte des Online Managements im Tourismus erhalten. Die Studierenden sind nach dem Abschluss dieses Moduls u. a. in der Lage Websites zu gestalten, Webanalysen durchzuführen, wesentliche Aspekte des Suchmaschinenmarketings zu verstehen und zu praktizieren, GPS-Anwendungen zu beherrschen. Darüber hinaus sind Sie mit den wesentlichen digitalen Geschäftsmodellen im Tourismus vertraut.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Volker Böttcher

Prüfungsform:

- Digitale Geschäftsmodelle im Tourismus: Hausarbeit/Referat
- Website Management: Klausur 90 Minuten
- Online-Marketing: Hausarbeit/Referat
- Digitale Anwendungen und Online-Methoden: Hausarbeit/Referat

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

eTourism

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 166 von 198

Unit TM3101 Digitale Geschäftsmodelle im Tourismus

zugeordnet zu: Modul TM31

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Definition und Darstellung der Entwicklung von touristischen Geschäftsmodellen im Einflussbereich der Digitalisierung
- * Die Transformation klassischer Touristikunternehmen wie Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Hotels, Reisevertrieb und DMC's in die digitale Welt
- * Neue Marktteilnehmer wie Airbnb, Metasearcher, Vergleichsportale und Google
- * Anforderungen an die Ausrichtung mobiler digitaler Geschäftsmodelle
- * Darstellung der Digitalisierung entlang der touristischen Wertschöpfungskette
- * Darlegung der Ko-Existenz von on- und offline Geschäftsmodellen in der Touristik

Literaturhinweise:

Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation, Toronto

Schulz, A./Weithöner, U./Egger, R./Goecke, R.: (2015): eTourismus: Prozesse und Systeme

Lehrvoraussetzungen:

eTourism

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundsätzliche Kenntnisse zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und kennen die wesentlichen Unterschiede zwischen Merchant- und Agency-Modellen.

Die Studierenden sind in der Lage die Vor- und Nachteile unterschiedlicher digitaler Geschäftsmodelle entlang der touristischen Wertschöpfungskette einzuordnen und die Relevanz der Koexistenz von off- und online Geschäftsmodellen in der betrieblichen Praxis zu erkennen.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 167 von 198

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 168 von 198

Unit TM3102 Website Management

zugeordnet zu: Modul TM31

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Grundlagen Website Management
2. Konzeption und Gestaltung von Websites
3. Erfolgsfaktoren von Websites
 - * Content
 - * Usability (Benutzerfreundliche Websites)
 - * Suchmaschinenfreundliche Websites (SEO)
4. Testverfahren für Websites
 - * Usability-Tests
 - * A/B-Tests
5. Webanalysen (Google Analytics)
6. Technische Aspekte/IT-Systeme (IBE, CMS)
7. Do`s and Don`ts - rechtliche Aspekte (Datenschutz)
8. Mobile Websites und Apps (Responsive Design)

Literaturhinweise:

Keßler, E., Rabsch, S., Mandic, M.: Erfolgreiche Websites (2015)

Meier, A., Zumstein, D.: Web Analytics & Web Controlling (2013)

Vollmert, M., Lück, H.: Google Analytics (2016)

Lehrvoraussetzungen: eTourism

Lehrziele:

Nach der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage...

- Die Bedeutung von Website Management innerhalb des Tourismus einzuordnen
- (Touristische) Websites zu analysieren, zu konzipieren und mögliche Verbesserungen zur Schaffung einer guten User Experience zu bewirken.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 169 von 198

Unit TM3103 Online Marketing

zugeordnet zu: Modul TM31

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Online-Marketing im Tourismus
2. Ausgewählte Aspekte des Online-Marketings
 - * Suchmaschinenmarketing
 - * E-Mail-Marketing
 - * Bannermarketing
 - * Mobiles Marketing
 - * Videomarketing
3. Bedeutung von Social Media-Marketing für touristische Unternehmen
4. Konzeption von Social Media Strategien
 - * Ermittlung von Zielen und Zielgruppen
 - * Auswahl der richtigen Plattformen
5. Erfolgskontrolle von Social Media Aktivitäten (Monitoring, KPIs, Attributionsmodelle)

Literaturhinweise:

- Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing (2012)
- Pelzer, G.: Google Adwords-Das umfassende Handbuch
- Schwarz, T.: Leitfaden Online Marketing (2011)

Lehrvoraussetzungen:

eTourism

Lehrziele:

- Nach der Lehrveranstaltung sind Sie in der Lage...
- Die Bedeutung von Online-Marketing, insbesondere den Einsatz der verschiedenen Instrumente im Tourismus einzuordnen und
 - ein Social Media Marketing-Konzept für touristische Unternehmen zu erstellen.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 170 von 198

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 171 von 198

Unit TM4401 Digitale Anwendungen und Online-Methoden

zugeordnet zu: Modul TM31

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. GPS-Anwendungen im Tourismus

- * GPS zur Orientierung, GPS-Gästeführer und GPS-Drawing
- * GPS-Tracking (und Visitor Employed Photography)
- * App-/Web-based Reiseplanung, wie moovel, Quixxit
- * Geocaching und Munzee

2. Online-Methoden

- * Netnographie
- * Mobile Ethnographie (v.a. Customer Journey Mappings, wie experiencefellow)
- * Selfie-Analyse

3. Weitere Themen (Auswahl)

- * Gamification
- * Virtual Reality
- * Augmented Reality
- * Crowdfunding, Crowdsourcing, Co-Creation

4. Ethische Aspekte und Ressourcenverbrauch

Literaturhinweise:

Bulenga, P./Egger, R. (2015): Gamification in Tourism, Norderstedt

Groß, S./Dreyer, A. (2013) (Hg.): GPS im Tourismus: Grundlagen - Einsatzbereiche - Produktentwicklung, Elmshorn

Groß, S./Menzel, A. (2016): GPS-Tracking in touristischen Destinationen, in: Raumforschung und Raumordnung 74 (1), S. 51-68

Kozinets, R.V. (2015): Netnography: Redefined, 2. Auflage, London

Schart, D./Tschanz, N. (2015): Praxishandbuch Augmented Reality für Marketing, Medien und Public Relations, Konstanz/München

Stickdorn, M./Frischhut, B./Schmid, J. (2014): Mobile ethnography, in: Tourism Analysis 19 (4), S. 491-504

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Online-Management

TM31 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 172 von 198

Stickdorn, M./Grabmueller, A./Zehrer, A./Siller, H. (2010):
Service Design im Tourismus - Die Erfassung der touristischen
Kontaktpunktkette durch mobile Ethnographie, Pinkafeld S. 204-209

Lehrvoraussetzungen: eTourism

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über grundsätzliche Kenntnisse zu den GPS-Anwendungen im Tourismus, kennen die wesentlichen Online-Methoden, um eigene Haus-/Forschungsarbeiten durchzuführen und können aktuelle Trends für eine Nutzung im Tourismus bewerten.

Die Studierenden lernen

- * sich allein oder in kleinen Teams mit aktuellen technischen Entwicklungen und zukünftigen Trends der Tourismuswirtschaft auseinanderzusetzen
- * unter Anleitung eines Dozenten den Nachweis zu erbringen, dass sie fähig sind, eine vorgegebene Problemstellung in einer vorgegebenen Zeit selbstständig, sachgerecht und lösungsorientiert mit Hilfe der gelernten Methoden zu bearbeiten.

Prüfungsform: Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 173 von 198

Modul TM32 Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Gesundheitstourismus
- Kulturtourismus
- Sport- und Aktivtourismus
- Regionalförderung und-entwicklung

Lehrinhalte:

- * Definitive Grundlagen zum Gesundheitstourismus
- * Einflussfaktoren des gesundheitstouristischen Marktes
- * Gesundheitstourismus klassisch - "Kur- und Bäderwesen "
- * Gesundheitsurlaubs-/Wellness-Tourismus
- * Institutionen, Anbieter und Nachfrager
- * Management im Gesundheitstourismus
- * Kultur - was verstehen wir darunter?
- * Kultur und Tourismus
- * Erscheinungsformen des Kulturtourismus
- * Kulturelle Bedeutung regionaler Produkte
- * Wein als Kulturgut/ Weintourismus
- * Sportdefinitionen
- * Sportarten im Überblick
- * Sport-Events
- * Sport und Tourismus
- * Erscheinungsformen des Sport- und Aktivtourismus
- * Förderung vs. freie Marktwirtschaft
- * Förderprogramme im Überblick
- * Regionalförderung des Landes
- * Vorgehensweise bei Beantragungsverfahren
- * Regionalmanagement in der Praxis
- * Regionale Produkte im Tourismus - Synergieeffekte
- * Möglichkeiten und Grenzen der touristischen Inwertsetzung

Literaturhinweise:

Groß, M.S. (2017), Gesundheitstourismus, München

Dreyer et al. Hg. (2017), Kulturtourismus, 3. Aufl., Berlin

Schwark, J. (2016) Handbuch Sporttourismus, München

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 174 von 198

Dreyer, A.: Sport und Tourismus, in: Sportmanagement, hrsg. v. Krüger/Dreyer, München 2004, S. 327-376.

Dreyer et al. (Hg.) (2012), Radtourismus, München

Dreyer/Menzel/Endreß (2010), Wandertourismus, München

Dreyer/Krüger (Hrsg.) (1995), Sporttourismus, München

Chilla, T., Kühne, O., Neufeld, M. (2016), Regionalentwicklung, Stuttgart

Steinecke, A. (2013), Destinationsmanagement, München

Lehrziele:

Die Studierenden sollen befähigt werden, auf der Ebene des Regionalmanagement Tourismusentwicklung zu betreiben. Daher werden sie mit den Instrumentarien der Regionalförderung vertraut gemacht und lernen die Synergie-Effekte kennen, die eine Tourismusentwicklung für die Region mit sich bringt.

Für die touristische Entwicklung (und ebenso als Standortfaktor) sind die Bereiche Gesundheit Kultur und Sport von herausragender Bedeutung. Deshalb werden diese Themen vertiefend behandelt.

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Axel Dreyer

Prüfungsform:

- Gesundheitstourismus: Klausur 90 Minuten
- Kulturtourismus: Hausarbeit/Referat
- Sport- und Aktivtourismus: Klausur 90 Minuten
- Regionalförderung und-entwicklung: Hausarbeit/Referat

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

Einführung Tourismus

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 175 von 198

Unit TM3201 Gesundheitstourismus

zugeordnet zu: Modul TM32

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- * Definitive Grundlagen zum Gesundheitstourismus
- * Einflussfaktoren des gesundheitstouristischen Marktes
- * Gesundheitstourismus klassisch - "Kur- und Bäderwesen "
- * Gesundheitsurlaubs-/Wellness-Tourismus
- * Institutionen, Anbieter und Nachfrager
- * Management im Gesundheitstourismus

Literaturhinweise: Groß, M.S. (2017), Gesundheitstourismus, München

Lehrvoraussetzungen: Einführung Tourismus

Lehrziele: Gesundheit ist ein gesellschaftlicher Megatrend. Der Gesundheitstourismus besitzt zahlreiche Facetten. Die Studierenden sollen verstehen, dass es verschiedene Ansatzpunkte für die touristische Entwicklung mit der Thematik Gesundheit gibt; diese reichen von den positiven Wirkungen des Wanderns bis zum klassischen Angebot des Kur- und Bäderwesens. Schließlich sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden zu beurteilen, mit welchen gesundheitstouristischen Angeboten am besten regional- und Destinationsentwicklung betrieben werden kann.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 176 von 198

Unit TM3202 Kulturtourismus

zugeordnet zu: Modul TM32

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Kultur - was verstehen wir darunter?

2. Kultur und Tourismus

- * Zusammenhänge/ Effekte
- * Akkulturation
- * Kulturvermittlung durch Reisen

3. Erscheinungsformen des Kulturtourismus

- * Überblick
- * Studienreisen
- * Denkmäler und Sehenswürdigkeiten
- * Städtetourismus
- * Museums- und Ausstellungstourismus
- * Thementourismus, Touristische Routen
- * Kultureller Veranstaltungstourismus
- * Sprachreisen
- * Architekturtourismus
- * Industrietourismus
- * Archäologietourismus
- * Slow Tourism
 - Spiritueller Tourismus
 - Gartentourismus

4. Kulturelle Bedeutung regionaler Produkte

- * Regionale Produkte als Chance zur Wettbewerbsdifferenzierung
- * Essen und Trinken als Kulturgut

5. Wein als Kulturgut/ Weintourismus

Literaturhinweise: Dreyer et al. Hg. (2017), Kulturtourismus, 3. Aufl., Berlin

Lehrvoraussetzungen: Einführung Tourismus

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 173 von 198

Lehrziele:

Die Studierenden sollen ein Verständnis für die Aspekte der Kultur im Tourismus entwickeln, Kultur als Teil der regionalen Identität kennen lernen und darüber hinaus die kulturelle Bedeutung regionaler Produkte einschätzen.

Es wird ein Überblick über die verschiedenen Erscheinungsformen des Kulturtourismus vermittelt und die Studierenden werden in die Lage versetzt, kulturtouristische Angebote zu beurteilen und Produktgestaltung für Kulturreisen zu betreiben.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 174 von 198

Unit TM3203 Sport- und Aktivtourismus

zugeordnet zu: Modul TM32

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Sportdefinitionen
2. Sportarten im Überblick
3. Sport-Events
4. Sport und Tourismus
5. Erscheinungsformen des Sport- und Aktivtourismus
 - * Radtourismus
 - * Wandertourismus
 - * Wintertourismus (Ski)
 - * Golftourismus

... weitere Sportarten (Tauchen etc.)

Literaturhinweise:

Schwark, J. (2016) Handbuch Sporttourismus, München

Dreyer, A.: Sport und Tourismus, in: Sportmanagement, hrsg. v. Krüger/Dreyer, München 2004, S. 327-376.

Dreyer et al. (Hg.) (2012), Radtourismus, München

Dreyer/Menzel/Endreß (2010), Wandertourismus, München

Dreyer/Krüger (Hrsg.) (1995), Sporttourismus, München

Lehrvoraussetzungen:

Einführung Tourismus

Lehrziele:

Der Studierenden wird ein Verständnis für das System des Sports vermittelt. Sie sollen insbesondere die für die Regional- und Destinationsentwicklung wichtigsten Sportarten kennen lernen. Über das Verständnis der Sportarten erlangen sie die Fähigkeit, sowohl die Sportausübenden (Nachfrager) als auch die mit den sportlichen Aktivitäten verbundenen Räume einzuschätzen und somit die Relevanz für eine Region zu beurteilen. Es erfolgt eine Konzentration auf die für die Destinationsentwicklung wichtigsten Sportarten Radfahren, Wandern und Alpiner Skilauf. Ergänzend werden weitere Sportarten und ihre Reiseprodukte vorgestellt.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 179 von 198

Unit TM3204 Regionalentwicklung und -förderung

zugeordnet zu: Modul TM32

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. GPS-Anwendungen im Tourismus

- * GPS zur Orientierung, GPS-Gästeführer und GPS-Drawing
- * GPS-Tracking (und Visitor Employed Photography)
- * App-/Web-based Reiseplanung, wie moovel, Quixxit
- * Geocaching und Munzee

2. Online-Methoden

- * Netnographie
- * Mobile Ethnographie (v.a. Customer Journey Mappings, wie experiencefellow)
- * Selfie-Analyse

3. Weitere Themen (Auswahl)

- * Gamification
- * Virtual Reality
- * Augmented Reality
- * Crowdfunding, Crowdsourcing, Co-Creation

4. Ethische Aspekte und Ressourcenverbrauch

Literaturhinweise:

Chilla, T., Kühne, O., Neufeld, M. (2016), Regionalentwicklung, Stuttgart

Steinecke, A. (2013), Destinationsmanagement, München

Lehrvoraussetzungen:

Einführung Tourismus

Lehrziele:

Die Studierenden werden mit den wichtigsten Aspekten des Regionalmanagement vertraut gemacht. Ein Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung von Fähigkeiten zur Bearbeitung von Förderprogrammen. Darüber hinaus werden die Kooperationsmöglichkeiten von Betrieben aus den Bereichen Tourismus, Gastronomie und regionale, landwirtschaftliche Erzeuger thematisiert, um die Studierenden in die Lage zu

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus

TM32 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 180 von 198

versetzen, die potentiellen Synergie-Effekte in der Praxis herauszuarbeiten.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 181 von 198

Modul TM33 Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

- Personalentwicklung
- Arbeitsrecht
- Personalstrategie und Personalcontrolling
- Personalführung

Personalentwicklung:

Aufbauend auf den Grundkenntnissen, die in der Einführungsveranstaltung Personalmanagement vermittelt wurden, werden einzelne Tätigkeitsfelder des Personalmanagements vertiefend behandelt. Dabei erhalten die Studierenden praxisorientierten Einblick in die Bedeutung, die Instrumente und die Methoden der Personalentwicklung. Darüber hinaus werden aktuelle personalwirtschaftliche Themenbereiche (z.B. Work-Life-Balance, Diversity Management, Wissensmanagement) an aktuellen Fallbeispielen kontrovers analysiert und diskutiert.

Arbeitsrecht:

Aufbauend auf den Grundkenntnissen des Wirtschaftsrechts (BGB, HGB, Gesellschaftsrecht) umfasst die Unit Inhalte des Individualarbeitsrechts (Bewerbung, Arbeitsvertrag, Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis, Krankheit, Urlaub, Beendigung des Arbeitsvertrags, Kündigungsschutz, Arbeitszeugnis. Darüber hinausgehend werden Grundlagen des Kollektivarbeitsrechts (Betriebsrat, Mitbestimmung, Tarifvertrag, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände) vermittelt sowie mögliche arbeitsgerichtliche Verfahren erörtert.

Personalcontrolling:

Die Studenten bekommen einen Einblick in die Bedeutung und Bandbreite des Controllings operativer Personalarbeit. Sie sind in der Lage relevante personalpolitische Kennzahlen zu entwickeln, zu erheben und zu interpretieren und daraus abgeleitet mittel- und langfristige Personalstrategien zu entwickeln.

Personalführung:

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 182 von 198

Die Studierenden bekommen praxisbezogen einen vertieften Einblick in die gängigen Instrumente zur Personalführung und -entwicklung (z.B. Mitarbeitergespräche und -befragungen, 360° Feedback, Performance Management). Außerdem werden unterschiedliche Führungsbeziehungen sowie Herausforderungen in der Führung moderner Unternehmen diskutiert (z.B. Führen virtueller Teams sowie in Matrix-Organisationen). Ziel ist es, dass die Studierenden die Erfolgsfaktoren erfolgreicher Führung kennen sowie den Einsatz der verschiedenen Instrumente der Personalführung ("Toolbox") bewerten und messen können.

Literaturhinweise:

Meifert, Matthias (Hrsg.) Strategisches Talent-Management, Freiburg 2012

Becker, Personalentwicklung, Stuttgart 2013

Jung, Hans: Personalwirtschaft, München und Wien 2006

Schulte, Christof, Personalcontrolling mit Kennzahlen, München 2011, 2. Auflage

Hentze, Joachim; Kammel, Andreas: Personalwirtschaftslehre 1, Basel 2001

Hentze, Joachim; Graf, Andrea: Personalwirtschaftslehre 2, Göttingen 2005

Gmür, Markus und Thommen, Jean-Paul: Human Resource Management, Zürich 2005

Klimecki, Rüdiger und Gmür, Markus: Personalmanagement, Stuttgart 2005

Berthel, Jürgen und Becker Fred G.: Personalmanagement, Stuttgart 2010

Scholz, Christian: Personalmanagement, München 2000

von Rosenstiel, L. / Regnet, E. / Domsch, M. E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement (Gebundene Ausgabe), 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart 2009

Groth, A.: Führungsstark im Wandel, Frankfurt 2013

Deutungen, G.: Kommunikation im Change, Heidelberg 2013

Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 10. Auflage 2011

Senne, Arbeitsrecht, 8. Auflage 2011

Lehrziele:

Die Absolventen dieser Berufsfeldorientierung können unmittelbar nach dem Studium als Träger personalwirtschaftlicher Aufgaben

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 183 von 198

im Tourismus eingesetzt werden. Sie kennen diverse Techniken und Instrumente, die im Rahmen täglicher Personalarbeit verwendet werden und können diese vor dem Hintergrund ihrer Einsatzmöglichkeiten und -grenzen bewerten und auswählen. Sie können personalwirtschaftliche Problemsituationen analysieren und entsprechende Lösungsvorschläge machen. Führungskräfte tragen in dem Zusammenhang Verantwortung gegenüber ihrem Unternehmen und ihren Mitarbeitern. Die Studierenden kennen deshalb sowohl verschiedene Führungsinstrumente als auch die rechtlichen Rahmenbedingungen, die für das Verhältnis zwischen dem Unternehmen und den Mitarbeitern relevant und sinnvoll sind.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Elisabeth van Bentum

Prüfungsform:

- Personalentwicklung: Projektarbeit
- Arbeitsrecht: Klausur 90 Minuten
- Personalstrategie und Personalcontrolling: Hausarbeit/Klausur 90 Minuten
- Personalführung: Hausarbeit/Referat

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 56 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 35 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 35 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 12 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Grundlagen Personalmanagement, BWL und Wirtschaftsrecht

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 184 von 198

Unit TM3301 Personalentwicklung

zugeordnet zu: Modul TM33

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Aufbauend auf den Grundkenntnissen, die in der Einführungsveranstaltung Personalmanagement vermittelt wurden, werden einzelne Tätigkeitsfelder des Personalmanagements weiterführend behandelt. Dabei erhalten die Studierenden vertiefenden Einblick in die Bedeutung, die Instrumente und die Methoden der Personalentwicklung. In dem Zusammenhang erarbeiten die Studierenden für konkrete praxisrelevante Aufgabenstellungen (Mitarbeiterzufriedenheit, Nachwuchssicherung, Wissensmanagement etc.) entsprechende methodische Herangehensweisen und Lösungskonzepte. Darüber hinaus werden aktuelle personalwirtschaftliche Themenbereiche (z.B. Work-Life-Balance, Diversity Management) an aktuellen Fallbeispielen kontrovers analysiert und diskutiert.

Literaturhinweise:

Meifert, Matthias (Hrsg.) Strategisches Talent-Management, Freiburg 2012

Becker, Personalentwicklung, Stuttgart 2013

Gmür, Markus und Thommen, Jean-Paul: Human Resource Management, Zürich 2005

Lehrvoraussetzungen:

Grundlagen Personalmanagement

Lehrziele:

Fähigkeit zur Entwicklung individualisierter PE-Konzepte

Prüfungsform:

Projektarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 185 von 198

Unit TM3302 Arbeitsrecht

zugeordnet zu: Modul TM33

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Aufbauend auf den Grundkenntnissen des Wirtschaftsrechts (BGB, HGB, Gesellschaftsrecht) umfasst die Unit Inhalte des Individualarbeitsrechts (Bewerbung, Arbeitsvertrag, Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis, Krankheit, Urlaub, Beendigung des Arbeitsvertrags, Kündigungsschutz, Arbeitszeugnis. Darüber hinausgehend werden Grundlagen des Kollektivarbeitsrechts (Betriebsrat, Mitbestimmung, Tarifvertrag, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände) vermittelt sowie mögliche arbeitsgerichtliche Verfahren erörtert.

Literaturhinweise: Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 10. Auflage 2011
Senne, Arbeitsrecht, 8. Auflage 2011

Lehrvoraussetzungen: Grundlagen Wirtschaftsrecht

Lehrziele: Kennen der rechtlichen Rahmenbedingungen, die für das Verhältnis zwischen Unternehmen und Mitarbeitern gelten.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 186 von 198

Unit TM3303 Personalcontrolling

zugeordnet zu: Modul TM33

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Bedeutung und Bandbreite des Controllings operativer Personalarbeit. Sie sind in der Lage relevante personalpolitische Kennzahlen zu entwickeln, zu erheben und zu interpretieren und daraus abgeleitet mittel- und langfristige Personalstrategien zu entwickeln. Darüber hinaus werden mit Hilfe von strategischen Planungsinstrumenten (Personalportfolios etc.) Grundlagen für personalstrategische Entscheidungsprozesse gelegt, angewendet und reflektiert.

Literaturhinweise: Schulte, Christof, Personalcontrolling mit Kennzahlen, München 2011, 2. Auflage
Zdrowomyslaw, Norbert (Hrsg.) - Personalcontrolling - Der Mensch im Mittelpunkt, Gernsbach 2007

Lehrvoraussetzungen: Grundlagen Personalmanagement

Lehrziele: Nutzung operativer Daten und Kennzahlen zur Entwicklung von HR-Strategien

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus

TM33 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 187 von 198

Unit TM3304 Personalführung

zugeordnet zu: Modul TM33

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Studierenden bekommen praxisbezogen einen vertieften Einblick in die gängigen Instrumente zur Personalführung und -entwicklung (z.B. Mitarbeitergespräche und -befragungen, 360° Feedback, Performance Management). Außerdem werden unterschiedliche Führungsbeziehungen sowie Herausforderungen in der Führung moderner Unternehmen diskutiert (z.B. Führen virtueller Teams sowie in Matrix-Organisationen). Ziel ist es, dass die Studierenden die Erfolgsfaktoren erfolgreicher Führung kennen sowie den Einsatz der verschiedenen Instrumente der Personalführung ("Toolbox") bewerten und messen können.

Literaturhinweise: von Rosenstiel, L. / Regnet, E. / Domsch, M. E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement (Gebundene Ausgabe), 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart 2009

Groth, A.: Führungsstark im Wandel, Frankfurt 2013

Deutungen, G.: Kommunikation im Change, Heidelberg 2013

Scholz, Christian: Personalmanagement, München 2000

Lehrvoraussetzungen: Grundlagen Betriebswirtschaftslehre

Lehrziele: Die Studierenden kennen verschiedene Führungsinstrumente und sind in der Lage, diese zielgerichtet für zukünftige Führungsaufgaben zu nutzen.

Prüfungsform: Hausarbeit/Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 188 von 198

Modul TM34 Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

zugeordnet zum Curriculum:

876 Tourismusmanag.(BA), 6. Fachsemester

Fachsemester:	5-6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units

- Produkt- und Preispolitik
- Zukunft des Tourismus und digitale Produkte
- Kommunikationspolitik
- Marketingkonzeption

1. Produkt- und Preispolitik

- strategische Entscheidungen- Kernprodukt und Zusatzleistungen
- Inszenierung als Teil der Produktgestaltung
- Multisensorik
- Produktgestaltung im digitalen Zeitalter (Vertiefung in 1.4)

2. Grundlagen der Kommunikationspolitik

- Kommunikationsplanung
- Kommunikation und Markenpolitik Instrumente
- "Klassische" Kommunikationsinstrumente
- Multimedia-Kommunikation
- PR-Instrumente
- Sponsoring/ Marketingevents
- Spezielle Kommunikationsformen (Product Placement, Virales Marketing)
- Kommunikations-Konzepte

3. Marketingkonzeption

Theorie

- Situationsanalyse
- Marketingziele
- Marketingstrategien
- Marktwahlstrategien
- Marketingmix Praxis
- Fallbeispiele
- Erarbeitung von Marketingkonzeptionen

4. Zukunft des Tourismus und digitale Produkte

- Treiber und Megatrends in der Gesellschaft
- Ableitung touristischer Trends
- Marketing der Zukunft in der Produktgestaltung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 189 von 198

- Schwerpunkt: Folgen der Digitalisierung für Produktgestaltung/
Service

Literaturhinweise:

Dreyer, A.; Linne, M.: Grundwissen Tourismusmarketing, München 2016

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. Auflage, München 2011

Meffert, H., Bruhn M.: Dienstleistungsmarketing, 7. Auflage, Wiesbaden 2014

Lehrziele:

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Bedeutung von Megatrends für die Entwicklung marktgerechter touristischer Produkte zu beurteilen. Sie sollen lernen, wie Produkte kundengerecht gestaltet werden. Ziel ist es, die Studierenden insbesondere auf die Beurteilung der Einsatzmöglichkeiten und Wirkungen moderner Gestaltungsmaßnahmen vorzubereiten. Daher werden sie sowohl mit der Erlebnisgestaltung als auch mit den Möglichkeiten der Digitalisierung vertraut gemacht.

Die Studierenden sollen ebenfalls die vielfältigen Mittel der Unternehmenskommunikation kennenlernen und in die Lage versetzt werden, die einzelnen Kommunikationsmittel mit ihren Einsatzmöglichkeiten und Wirkungen zu beurteilen. Schließlich soll ihnen die Fähigkeit zur Erstellung von Marketingkonzepten vermittelt werden.

Kompetenzen:

- * Beurteilung von Tourismuskonzepten mit ihren Trends
- * Beurteilung der vielfältigen Formen der Produktgestaltung
- * Beurteilung der Einsatzmöglichkeiten von Kommunikationsmitteln
- * Marktorientiertes Handeln und Erstellung von Marketingkonzepten

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Axel Dreyer

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 190 von 198

Prüfungsform:

- Produkt- und Preispolitik: Klausur 90 Minuten
- Zukunft des Tourismus und digitale Produkte: Hausarbeit/Referat
- Kommunikationspolitik: Hausarbeit
- Marketingkonzeption: Referat/Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 72 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 66 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Einführung Tourismusmarketing

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 191 von 198

Unit TM3401 Produkt- und Preispolitik

zugeordnet zu: Modul TM34

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Strategische Entscheidungen in der Produktpolitik
- Produkttypen und Einflussnahme auf die dazugehörigen Kaufentscheidungsprozesse
- Schaffung von Erlebnissen als Ziel der Produktgestaltung
- Die Inszenierungspyramide: Schritt für Schritt zur Erlebnisgestaltung
- Multisensorik als Teil der Produktgestaltung
- Architektur als Teil der Produktgestaltung
- Produktgestaltung im digitalen Zeitalter
- Preis- und Konditionenpolitik

Literaturhinweise:

- Dreyer, A. (2012): Produktgestaltung im Radtourismus, in: Dreyer, A.; Mühlnickel R.; Miglbauer, E. (Hg.): Radtourismus, München, S. 157-163
- Dreyer, A./ Linne, M. (2016): Grundwissen Tourismusmarketing, Konstanz/ München
- Freyer, W. (2011): Tourismus-Marketing, 7. Auflage, München
- Mikunda, C. (2016): Marketing spüren - Willkommen am Dritten Ort, 4. Auflage, München
- Müller, H./ Scheurer, R. (2004): Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt, Bern.
- Pine, B. J. / Gilmore, J. H. (1999a): The Experience Economy, Boston.
- Romeiß-Stracke, F. (Hg.)(2008): TourismusArchitektur, Berlin
- Weiermair, K./ Brunner-Sperdin, A. (Hrsg.) (2006): Erlebnisinszenierung im Tourismus: Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen, Berlin.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 192 von 198

Lehrvoraussetzungen: Einführung Tourismusmarketing

Lehrziele:

Die Studierenden haben bereits gelernt, dass es sehr unterschiedliche Tourismusprodukte gibt (Pauschalreise eines Veranstalters, Wanderangebot in einer Destination, Gestaltung der Hotelleistungen etc.). Nun sollen die Studierenden lernen, wie Produkte kundengerecht gestaltet werden. Ein Schwerpunkt liegt auf der Schaffung von Erlebnissen, weshalb die Studierenden sich mit der Inszenierung von touristischen Dienstleistungen beschäftigen. Ziel ist es, die Studierenden insbesondere auf die Beurteilung der Einsatzmöglichkeiten und Wirkungen moderner Gestaltungsmaßnahmen vorzubereiten.

Da Produktgestaltung stets im Zusammenhang mit den verursachten Kosten steht werden die Studierenden mit strategischen Elementen der Preis- und Konditionenpolitik vertraut gemacht.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 193 von 198

Unit TM3402 Zukunft des Tourismus und digitale Produkte

zugeordnet zu: Modul TM34

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Treiber und Megatrends in der Gesellschaft

- Gesundheit- Digitalisierung- UrbanisierungEtc.

Ableitung touristischer Trends aus den Megatrends und Implikationen für das Marketing

- Bequemer- Klima freundlicher- SichererEtc.

Folgen der Digitalisierung für Produktgestaltung/ Service

- Service-Roboter vs. Mensch- Gamification- Geocaching- Virtual Reality- App-Produktion

Literaturhinweise:

Dreyer, A. : Entwicklungen in der Urlaubs- und Freizeitgestaltung, in: Dreyer, A.; Mühlnickel R.; Miglbauer, E. (Hg.): Radtourismus, München 2012, S. 9-17

Dreyer, A.; Linne, M.: Grundwissen Tourismusmarketing, München 2016

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. Auflage, München 2011

Groß, S.; Dreyer, A. (Hg.): GPS im Tourismus, Elmshorn 2013

Linne, M. (Hg.): Smart Tourism - Share Economy im Tourismus, Elmshorn 2014

Schart, D.; Tschanz, N.: Augmented Reality - Praxishandbuch, Konstanz, München 2015

Zukunftsinstitut: Heidelberger Leben - Trendmonitor 2011, Kelkheim 2012

Lehrvoraussetzungen:

eTourism

Lehrziele:

Die Studierenden sollen zum einen in die Lage versetzt werden, die Bedeutung von Megatrends für die Entwicklung marktgerechter touristischer Produkte zu beurteilen; zum anderen sollen sie sich

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 194 von 198

mit der Digitalisierung, dem wesentlichen Treiber der touristischen Produktgestaltung, auseinandersetzen. Schließlich sollen sie die modernen Möglichkeiten digitaler Produktgestaltung kennenlernen.

Prüfungsform:

Hausarbeit / Referat

Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 195 von 198

Unit TM3403 Marketingkonzeption

zugeordnet zu: Modul TM34

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Theorie

- Erstellung von Marketingkonzepten
- Grundlagen und Vorgehensweise
- Situationsanalysen
- Marketingziele und Marketingstrategien
- Marketingmix

Praxis

- Fallbeispiele
- Erarbeitung von Marketingkonzepten

Literaturhinweise:

Becker, J.: Das Marketingkonzept, 4. Aufl. , München 2010

Dreyer, A.; Linne, M.: Grundwissen Tourismusmarketing, München 2016

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. Auflage, München 2011

Lorberg, D.; Vergossen, H.: Marketing: Grundlagen und Strategien, Herne 2015

Meffert, H., Bruhn M.: Dienstleistungsmarketing, 7. Auflage, Wiesbaden 2014

Lehrvoraussetzungen:

Einführung Tourismusmarketing

Lehrziele:

Das Wissen über Produktgestaltung und Kommunikation genügt nicht. In der Praxis ist es erforderlich, dass Marketingkonzepte erstellt werden, in denen die einzelnen Marketinginstrumente aufeinander abgestimmt sind. Die Fähigkeit zur Erstellung von Marketingkonzepten soll hier vermittelt werden. Neben einer theoretischen Einordnung sollen die Studierenden an

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 196 von 198

Hand von Fallbeispielen die Beurteilung bzw. Erarbeitung von Marketingkonzepten erlernen.

Prüfungsform:

Hausarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 197 von 198

Unit TM3404 Kommunikationspolitik

zugeordnet zu: Modul TM34

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Grundlagen:

- Kommunikationsplanung
- Kommunikation und Markenpolitik

Instrumente:

1. "Klassische" Kommunikationsinstrumente

- Werbeplanung und Werbeanalyse (insbesondere TV-Werbung)
- Mediaselektion
- Außenwerbung

2. Multimedia-Kommunikation (Auswahl der Kommunikationskanäle (Homepage, Facebook, Twitter))

3. PR-Instrumente

- Journalistenreisen
- Tag der offenen Tür
- Krisenkommunikation

4. Sponsoring/ Marketingevents

5. Spezielle Kommunikationsformen (Product Placement, Virales Marketing)

Kommunikations-Konzepte

Literaturhinweise:

Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, 8. Aufl., München 2015

Dreyer, A.; Linne, M.: Grundwissen Tourismusmarketing, München 2016

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. Auflage, München 2011

Kloss, I.: Werbung, 5. Aufl., München

Meffert, H., Bruhn M.: Dienstleistungsmarketing, 7. Auflage, Wiesbaden 2014

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing

TM34 Stg: 876(Tourismusmanag.(BA)) Vert: 876(Tourismusmanag.) Version: 2016

Seite 198 von 198

Lehrvoraussetzungen: Einführung Tourismusmarketing

Lehrziele: Die Studierenden sollen die vielfältigen Mittel der Unternehmenskommunikation kennenlernen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, die einzelnen Kommunikationsmittel mit ihren Einsatzmöglichkeiten und Wirkungen zu beurteilen. Darüber hinaus sollen sie befähigt werden, eigene kleinere Kommunikationskonzepte zu entwickeln und das Briefing von Agenturen vorzubereiten.

Prüfungsform: Referat / Klausur 90 Minuten