



Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter

Anlage 2

Modulhandbuch

Bachelorstudiengang Tourismusmanagement (TM)



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Module

1. Semester	
AL 1 – Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen	1
Grundlagen VWL	
Recht (BGB/HGB)	
AL 2 – Betriebswirtschaftliche Grundlagen	3
Betriebswirtschaftslehre (inkl. Dienstleistungs-BWL)	
Unternehmensführung	
AL 3 – Methoden und Sozialkompetenz	5
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	
Rhetorik, Präsentation, Kommunikation	
Persönlichkeitsentwicklung I	
AL 4 – Wirtschaftsenglisch	8
Wirtschaftsenglisch I	
2. Semester	
AL 3 – Methoden und Sozialkompetenz	5
Persönlichkeitsentwicklung II	
AL 4 – Wirtschaftsenglisch	8
Wirtschaftsenglisch II	
AL 6 – Grundlegende Methoden	11
Statistik/Einführung SPSS	
Finanzmathematik	
Marktforschung/Prognose-Management	
3. Semester	
AL 4 – Wirtschaftsenglisch	8
Wirtschaftsenglisch III	
AL 7 – Betriebswirtschaftliche Kompetenz	13
Kosten und Leistungsrechnung	
Buchführung/Bilanzierung	
4. Semester	
AL 5 – Wirtschaftsenglisch	10
Wirtschaftsenglisch IV	
AL 8 – Finanzmanagement	14
Steuerlehre	
Controlling	
Finanzierung/Investition	
5. Semester	
AL 5 – Wirtschaftsenglisch	10
Wirtschaftsenglisch V	



TM Spezifische Module

1. Semester	
TM 5 – Fremdsprachliche Kompetenz	33
Zweite Fremdsprache I	
2. Semester	
TM 1 – Grundlagen der Tourismusökonomie	16
Tourismuswirtschaft	
Reisegeographie und Länderkunde	
TM 5 – Fremdsprachliche Kompetenz	33
Zweite Fremdsprache II	
3. Semester	
TM 1 – Grundlagen der Tourismusökonomie	16
Reiserecht	
TM 2 – Tourismusmanagement	19
Tourismusmanagement und -marketing	
Internationales Management	
TM 4 – Fachtagung	32
Veranstaltungsmanagement: Theorie und Praxis	
TM 5 – Fremdsprachliche Kompetenz	33
Zweite Fremdsprache III	
4. Semester	
TM 2 – Tourismusmanagement	19
Projektmanagement	
TM 4 – Fachtagung	32
Veranstaltungsmanagement: Theorie und Praxis	
TM 5 – Fremdsprachliche Kompetenz	33
Zweite Fremdsprache IV	
5. Semester	
TM 5 – Fremdsprachliche Kompetenz	33
Zweite Fremdsprache V	
6. Semester	
TM 6 –Betreute Praxisphase mit Bachelorarbeit und Kolloquium	34
Betreute Praxisphase	
Bachelorarbeit und Kolloquium	

Vertiefungsmodule

4. Semester	
TM 3/1a – Vertiefung: Business Travel I	22
Travel-Management-Prozesse	
TM 3/1b – Vertiefung: Leisure Travel I	28
Reiseveranstaltermanagement	
Management von Zielgebieten und Tourismusorganisationen	



5. Semester	
TM 3/1a – Vertiefung: Business Travel I	22
Reisemittlermanagement Business Travel	
TM 3/2a – Vertiefung: Business Travel II	24
Kongress- und Tagungsmanagement	
Hotelmanagement	
Verkehrsträgermanagement	
TM 3/3a – Case Studie Business Travel	26
Travel-Management-Projekt / Case Studies	
TM 3/1b – Vertiefung: Leisure Travel I	28
Reisemittlermanagement Leisure Travel	
TM 3/2b – Vertiefung: Leisure Travel II	29
Touristische Märkte	
Hotelmanagement	
Nachhaltiges Tourismusmanagement	
TM 3/3b – Case Studie Leisure Travel	31
Touristikmanagement oder Destinationsmanagement / Case Studies	



Nr: AL 1	Pflichtmodul: Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen	Sprache: Deutsch		Credits: 3 + 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 189 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Grundlagen VWL		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Recht (BGB/HGB)		Frau Grosser		Vorl./Übung	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Grundlagen VWL:</u> Das Modul soll das Verständnis für mikroökonomische Zusammenhänge und Verhaltensmuster auf Gütermärkten wecken. Es soll die Fähigkeit herausbilden, mikroökonomisch fundierte wirtschaftspolitische Entscheidungen hinsichtlich ihrer Allokations- und Verteilungswirkungen auf Märkten zu analysieren und zu bewerten.					
<u>Recht (BGB/HGB):</u> Kenntnis der Grundlagen des Rechts, BGB Allg. Teil, Allg. Schuldrecht und Handelsrecht, Vermittlung der Kenntnisse und Fertigkeiten, praktische Fälle zu lösen.					
Inhalte					
<u>Grundlagen VWL:</u> Einzelwirtschaftliches Angebots- und Nachfrageverhalten von Unternehmen und Haushalten auf Gütermärkten: Produktions- & Kostentheorie; Konsumtheorie; Gleichgewichtslösungen der Gütermärkte bei funktionsfähigem Wettbewerb. Mikroökonomisch fundierte Wirtschaftspolitik: Typische Marktunvollkommenheiten (monopolistische und oligopolistische Marktformen, externe Effekte, Fehlen öffentlicher Güter, sozial- und verteilungspolitische Fehlentwicklungen); Die allokativen und distributiven Eingriffe des Staates zur Marktregulierung; die allokativen und distributiven Wirkungen der Finanzierung der Staatstätigkeit.					
<u>Recht (BGB/HGB):</u> - Grundlagen und -begriffe des Rechts; Gewaltenteilung - Aufbau des BGB, Fallbearbeitung und Subsumtion, Abstraktionsprinzip, Rechtssubjekte und -objekte - Grundlagen des Rechts kaufmännischer Unternehmen (Kaufmannsbegriff und Arten der Kaufleute, Handelsfirma und -register) - Willenserklärung; Vertrag; Mängel des Rechtsgeschäfts; Stellvertretung (einschließlich Prokura und Handlungsvollmacht) - Bedingung; Fristen und Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen - Begriff und Entstehung des Schuldverhältnisses; Leistungspflichten, -zeit und -ort; Beteiligung Dritter; Mehrheit von Gläubigern und Schuldnern; Abtretung; Schadensersatz (Arten, Umfang und Berechnung); Haftung für Erfüllungsgehilfen; Beendigung des Schuldverhältnisses; Leistungsstörungen im Schuldverhältnis (Unmöglichkeit, Schuldnerverzug, Gläubigerverzug, Positive Vertragsverletzung, Verschulden bei Vertragsverhandlungen, Wegfall der Geschäftsgrundlage); Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter					



Literatur und Arbeitsmaterialien

Zivilrecht:

Klunzinger, Eugen (2004): Einführung in das Bürgerliche Recht, 12. Auflage, München

Führich, Ernst R. (2004): Wirtschaftsprivatrecht, 7. Auflage, München

Bähr, Peter (2004): Grundzüge de Bürgerlichen Rechts, 10. Auflage, München

Medicus, Dieter (2004): Bürgerliches Recht, 20.Auflage, Köln

Kallwass, Wolfgang (2004): Privatrecht, 17.Auflage

Zivilprozessrecht:

Pfeiffer, Thomas (2005): Zivil- und Zivilprozessrecht

Oberhain, Rainer (2004): Zivilprozessrecht für Referendare, 6. Auflage, Neuwied

Grunsky, Wolfgang (2005): Zivilprozessrecht, 12. Auflage, München

Skript: Volkswirtschaftslehre



Nr: AL 2	Pflichtmodul: Betriebswirtschaftliche Grundlagen	Sprache: Deutsch		Credits: 5 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 68 Std.	Selbststudium: 172 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL)		Herr Prof. Dr. Wadsack	Vorl./Übung	3	
Unternehmensführung		Herr Prof. Dr. Wadsack	Vorl./Übung	2	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL):</u> Die Teilnehmer sollen die Grundbegriffe der Betriebswirtschaft in Bezug auf die konstitutiven Entscheidungen und die Leistungsprozesse kennen- und richtig anwenden lernen. Sie sollen Verständnis für betriebliche Entscheidungsbildungsprozesse entwickeln. Ausgehend von der Allgemeinen BWL sollen die Teilnehmer die Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Betrachtung von Dienstleistungen erkennen und richtig anwenden können.</p> <p><u>Unternehmensführung:</u> Grundbegriffe, Grundlagen und Methoden der Planung (insbes. der strategischen, operativen sowie Erfolgs- und Liquiditätsplanung) verstehen und sie einschätzen können. Wichtige Führungsmodelle v. a. für Dienstleistungsbetriebe hinsichtlich ihres Inhalts und ihrer Anwendungsaspekte kennen sowie Überblick über die Bedeutung der Personalführung und ihrer zentralen Funktionen haben und entscheidende Regeln für die wirksame Ausübung ausgewählter Führungsfunktionen begründen können. Grundbegriffe und Grundlagen der Unternehmensführung und -leitung sowie Funktionen des Management kennen lernen und verstehen. Unternehmensziele und Zielbeziehungen einschätzen können sowie daraus zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft ableiten lernen. Theoretische Grundlagen von Veränderungsmanagement kennen. Aufgaben der Unternehmensführung und Vorgehen bei Veränderungsprozessen kennen und beurteilen lernen.</p>					

Inhalte

BWL (inkl. Dienstleistungs-BWL): Der Betrieb als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre. Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe. Betriebliche Zielsysteme und Entscheidungsprozesse. Rechtsformen der Personen- und Kapitalgesellschaften. Sonstige Rechtsformen (Genossenschaften etc.). Kombination von Rechtsformen. Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Behandlung von Dienstleistungen.

Unternehmensführung: Grundbegriffe der Planung (z. B. Planung, Improvisation und Prognose, Vorteile und Stufen der Planung). Alternative Planungsverfahren. Teilkomplexe der Planung (Unternehmensleitbildplanung, strategische, operative, Erfolgs- und Liquiditätsplanung). Budgetierung (Plan-, Gewinn- und Verlustrechnung, Plan-Finanzrechnung, Plan-Bilanz). Bedeutung und Inhalte der Personalführung. Management-by-Modelle (Grundzüge, Voraussetzungen sowie Vorteile und Schwachpunkte ausgewählter Modelle). Ausgewählte Führungsfunktionen und ihre wirksame Anwendung (vor allem Informieren, Loben, Beanstanden). Verstehen des Zusammenhanges von Menschenbildern und Führungsstilen.

Grundlagen der Unternehmensführung und Funktionen des Managements. Unternehmensziele und Zielbeziehungen. Zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft. Controlling. Betriebliche Entscheidungen. Theoretische Grundlagen; Vorgehen bei Veränderungsprozessen. Ausgewählte Instrumente der Organisationsentwicklung.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Bea, F.X./Haas, J. (2001): Strategisches Management, Stuttgart

Doppler, K.; Lauterburg, Ch. (2002): Change Management: den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt (Main) u.a.

Vahs/Schäfer-Kunz (2005): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 4. Aufl., Stuttgart

von Rosentstiel, L. (Hrsg.) (2003): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart

Skript: Betriebswirtschaftslehre (inkl. DL-BWL)

Skript: Unternehmensführung



Nr: AL 3 / 1 AL 3 / 2*	Pflichtmodul: Methoden und Sozialkompetenz	Sprache: Deutsch		Credits: 2 + 2 + 3 + 3*	
		Häufigkeit: jährlich im WS jährlich im SS*		Semesterlage: 1, 2*	
		Workload: 210 Std. 90 Std.*		Prüfungsform: Mündliche Prüfung	
	Voraussetzung für die Teilnahme: Persönlichkeitsentwicklung II: P I	Präsenz: 68 Std. 27 Std.*	Selbststudium: 142 Std. 63 Std.*		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		Frau Küch		Seminar	1
Rhetorik, Präsentation, Kommunikation (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		N.N.		Seminar	2
Persönlichkeitsentwicklung I (Vorleistung Erfolgreiche Teilnahme)		<u>Herr Prof. Dr. Müller</u>		Seminar	2
Persönlichkeitsentwicklung II* (Vorleistung Referat)		Herr Prof. Dr. Müller		Seminar	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</u> Die Studierenden sollen grundlegende Elemente des wissenschaftlichen Arbeitens kennen lernen, um Studien begleitende Projekte zu dokumentieren, eigene schriftliche Arbeiten anzufertigen und Referate strukturiert vortragen zu können. Sie sollen ein wissenschaftliches Verständnis entwickeln, z. B. in der Textanalyse, Interpretation statistischer Daten, Literatur, Problematisierung, Hypothesenentwicklung.</p> <p><u>Rhetorik, Präsentation, Kommunikation:</u> Im Rahmen der Lehrveranstaltung Rhetorik/Präsentation/Kommunikation sollen u. a. nach einer Einführung in die Grundlagen der Rhetorik die Anwendungsmöglichkeiten von verschiedenen Präsentationstechniken anhand von praktischen Übungen erprobt und reflektiert werden. Im Vordergrund der Lehrveranstaltung stehen daher teilnehmeraktivierende Methoden, wie Kleingruppenarbeit und Kurzpräsentationen mit anschließender Videoauswertung. Die Lehrveranstaltung soll dabei helfen, die eigenen rhetorischen Fähigkeiten zu steigern und künftigen Auftritten sicherer und souveräner zu begegnen.</p> <p><u>Persönlichkeitsentwicklung:</u> Die Studierenden sollen verstehen lernen, dass die Persönlichkeit als Träger einer späteren Karriereentwicklung fungiert. Die Notwendigkeit der Entwicklung einer sozialemotionalen Kompetenz / Intelligenz im psychischen, sozialen sowie im Arbeits- und Berufsbereich soll erkannt werden.</p>					

Inhalte

Methoden wissenschaftlichen Arbeitens: Definitionen

- Arten wissenschaftlicher Arbeiten (Hausarbeiten, Referate, Studienarbeiten, Magisterarbeiten)
- Organisation (Arbeitsmaterial, Zeitplanung)
- Literatur (Literaturbeschaffung, Internetrecherche, Literaturlauswertung)
- Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten (Inhalt, Form)
- Zitieren (Grundlagen, Technik, Literaturverzeichnis)
- Textgestaltung (Layout, Formulierung)
- Titelseiten und Verzeichnisse

Rhetorik, Präsentation, Kommunikation:

Rhetorik:

- Die psychischen Grundqualitäten: Selbstakzeptanz, emotionale Ausdrucksfähigkeit
- Das äußere Erscheinungsbild: Haltung, Gesichtsausdruck, Gestik
- Das Sprechen: Atmung, Artikulation, Intonation, Modulation, Sprechpausen, Lautstärke
- Die Rede: Denkdisziplin, Strukturen, Argumentation, Überzeugungsvermögen, Glaubwürdigkeit
- Die sprachliche Gestaltung: Stilmittel, Grammatik, Eloquenz, Sprachcode

Präsentation, Kommunikation:

Die vier Seiten einer Nachricht („Vier-Ohren-Modell“ nach Friedmann Schulz von Thun)

Leitziele der Präsentation: Informationspräsentation, Überzeugungspräsentation

Inhalt der Präsentation: Kernaussagen, Hintergrundinformationen

Partnernaussage: Adressatenanalyse, teilnehmerorientierte Auswahl und Gestaltung (Visualisierung: die richtige Schrift, Blickfangpunkte, KISS-Regel, Farb-Wirkungen, Farbverläufe)

Selbstaussage: teilnehmerorientiertes Verhalten und Sprache

Persönlichkeitsentwicklung: - Persönlichkeitsentwicklung (Problemlösungskompetenz, Kontaktfähigkeit, Rollenflexibilität, Selbstkontrolle)

- psychische Entwicklung (Frustrationstoleranz, Impulskontrolle, Beziehungs-, Wahrnehmungsfähigkeit)
- soziale Entwicklung (Selbstorganisation, Kohärenzgefühl, Teamfähigkeit)
- Berufsbereich (Selbsteinschätzung, Belastungsfähigkeit, Zuverlässigkeit)

Literatur und Arbeitsmaterialien

Preißner (1998): Wissenschaftliches Arbeiten, München/ Wien

Watzlawick, Beavin, Jackson (2000): Menschliche Kommunikation, Göttingen

Kirchner, Baldur/Kirchner, Sebastian/Kirchner, Alexander (2006): Rhetorik für Manager. Wiesbaden

Birkenbihl, V. F. (1998): Kommunikation für Köpfer schnell trainiert. 5. Auflage, Landsberg am Lech

Hartmann, M./Funk, R./Nietmann, H.(2000): Präsentation. 6., aktualisierte Auflage, Weinheim und Basel

Lenzen, A. (1999): Präsentieren – Moderieren. Berlin

Mandel, S. (2000): Präsentationen erfolgreich gestalten. Wien/Frankfurt

Rogers, N. H. (1990): Frei reden ohne Angst und Lampenfieber. München

Scheler, U. (1995): Informationen präsentieren. Offenbach

Scheler, U. (1999): Vortragsfolien und Präsentationsmaterialien. Wien/Frankfurt

Schrader, E./Biene, J. (1983): Auswählen – Verdichten – Gestalten. Essen

Schulz von Thun, F. (1989): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Band 1, Reinbek

Schulz von Thun, u.a. (2003): Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte

Seifert, J. W. (1989): Visualisieren – Präsentieren – Moderieren. 13. Auflage, Offenbach

Weidenmann, B. (2002): 1000 Tipps & Tricks für Pinnwand und Flipchart. 2. Auflage, Weinheim und Basel

Will, H. (Hrsg.) (1991): Mit den Augen lernen. Weinheim/Basel

Zelazny, G. (1989): Wie aus Bildern Zahlen werden. Wiesbaden

Scholz, C. (2000): Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München

Skript: Wissenschaftliches Arbeiten

Skript, Folien: Personalmanagement



Nr: AL 4 / 1 AL 4 / 2* AL 4 / 3	Pflichtmodul: Wirtschaftsenglisch	Sprache: Englisch		Credits: 3 + 3 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS jährlich im SS*		Semesterlage: 1, 2*, 3	
		Workload: je 90 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: je 27 Std.	Selbststudium: je 63 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Wirtschaftsenglisch I		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Wirtschaftsenglisch II* (Vorleistung KL 60)		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Wirtschaftsenglisch III (Vorleistung Referat)		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> - Grundwortschatz des Wirtschaftsenglischen aufbauen - mündliche und schriftliche Verwendung dieses Wortschatzes - Übung von Kommunikationssituationen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang (am Telefon, Schriftverkehr, Präsentation, Vorstellungsgespräch) - Vertiefungen in der Kultur des Managements mit Schwerpunkt auf Prinzipien des professionellen Umganges und der Einführung einer „lernenden Organisation“ - Besprechungen internationaler Erfahrungen mit Kommunikation in der Wirtschaftswelt - Wortschatzvertiefung im Bereich Tourismus und Geographie sowie die Verwendung wissenschaftlicher Literatur im Bereich Tourismus-Management. 					
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Fortgeschrittene Grammatik und Kommunikationsgrundlagen - Begegnung mit verschiedenen Vortragssituationen und Zielgruppen auf Englisch - englischer Wortschatz der Volks- und Betriebswirtschaftslehre - Gespräche zu ausgewählten fachspezifischen Themen, kulturelle Untersuchungen und Vergleiche - Besprechung aktueller Themen der Wirtschaftswelt - Planspiel zur Gründung einer eigenen Firma - Webpage Design, Verkaufs- und Überzeugungspräsentationen, Eventmanagement, wissenschaftliche Literatur, angloamerikanischer Lebenslauf- und Anschreibensstil sowie Bewerbungsmappen und -gespräche - Unterschiede der angloamerikanischen Kultur im Vergleich zur deutschen und Europäischen Kultur. 					



Literatur und Arbeitsmaterialien

Business Vocabulary in Use, Bill Macull, Cambridge University Press 2002

Complete business writer's manual: model letters, memos, reports. Bell, Arthur Henry, Prentice-Hall 1992

Language reference for business English : grammar, functions and communication. Brieger, Nick Prentice Hall International 1992

English für Kaufleute. Sester, Franz and Sester, Elfriede, Langenscheidt Berlin 1999

The International Instant Business Plan. Berle, Gustave and Kirschner, Paul, Puma Publishing Company, Santa Maria, California 1996

Bizplan Builder. Kapron, Jill E. Southwestern Publishing Company 1997

Small Business Management, Longenecker, Justin, G., et al., South Western Publishing Company, Ohio 1997

Business in a Changing World, William H. Cunningham et al., South Western Publishing, 1996

Essential Manager's Manual, Rober Heller & Tim Hindle, DK Publishing 1998

Englisch Fürs Gespräch, Heidi Stani, Langenscheidt 1997

How to write a successful marketing plan : a disciplined and comprehensive approach. Roman G. Hiebing, Jr., Scott W. Cooper 2nd ed., Lincolnwood, Ill : NTC Business Books, c1997

Advertising manager's handbook. Bly, Robert W., Prentice Hall 1993

The Art of Negotiation – Tactics that Work, Leuz, Catherine K, *The Business Review*, April 1996

New International Business English, Jones, Leo and Alexander, Richard, Cambridge University Press 1996

The Fifth Discipline, Peter Senge, Doubleday/Currency, New York, 1990



Nr: AL 5 / 1 AL 5 / 2*	Pflichtmodul: TM Wirtschaftsenglisch	Sprache: Englisch		Credits: 3 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im SS jährlich im WS*		Semesterlage: 4, 5*	
		Workload: je 90 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: je 27 Std.	Selbststudium: je 63 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam <u>(verantwortlich)</u>		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Wirtschaftsenglisch IV (Vorleistung Hausarbeit)		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Wirtschaftsenglisch V*		Herr Dr. Caplan		Seminar	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen Siehe AL 4					
Inhalte Siehe AL 4					
Literatur und Arbeitsmaterialien Siehe AL 4					



Nr: AL 6	Pflichtmodul: Grundlegende Methoden	Sprache: Deutsch		Credits: 6 + 3 + 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 450 Std.		Prüfungsform: Projektbericht	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 135 Std.	Selbststudium: 315 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Statistik / Einführung SPSS		Herr Böttcher		Vorl./Übung	4
Finanzmathematik		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Marktforschung / Prognose-Management (mit Fallbeispiel) (Vorleistung Referat)		Frau Prof. Dr. Kissling		Seminar	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Statistik / Einführung SPSS:</u> Ziel ist es, die Studierenden in die Anwendung der beschreibenden und schließenden Statistik einzuführen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, Daten einer Stichprobe aufzubereiten und auszuwerten. Die Studierenden sollen schließlich aus der Analyse der Daten der Stichprobe mit Hilfe von Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung Schlüsse auf die Grundgesamtheit ziehen können. Eine Einführung in SPSS zielt darauf ab, auch sehr umfangreiche Datenbestände maschinell analysieren zu können.</p> <p><u>Finanzmathematik:</u> Die Studierenden sollen finanzmathematische Methoden kennen lernen und damit die Möglichkeit erhalten, zukünftige oder vergangene Zahlungsströme zu bewerten.</p> <p><u>Marktforschung / Prognosemanagement:</u> Die Teilnehmer sollen einen Überblick über die Aufgaben und Methoden der Marktforschung für Dienstleistungen erhalten. Sie sollen in die Lage versetzt werden, eine eigenständige empirische Erhebung zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Darüber hinaus sollen die Studierenden Prognosemethoden kennen- und richtig anwenden lernen. Die Teilnehmer sollen anhand eines Fallbeispiels aus dem Tourismus eine eigenständige empirische Erhebung planen, durchführen und mit Hilfe von SPSS auswerten.</p>					
Inhalte					
<p><u>Statistik / Einführung SPSS:</u> Grundlegende Begriffe der beschreibenden Statistik, Regressionsrechnung, klassische Wahrscheinlichkeitsrechnung, diskrete und stetige Zufallsvariablen, Parameterschätzung, Konfidenzintervalle, Hypothesentests, Varianzanalyse, Einführung in SPSS</p> <p><u>Finanzmathematik:</u> Zinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung, Abschreibungen, Wirtschaftlichkeit von Investitionen</p>					

Inhalte

Marktforschung / Prognosemanagement: Gegenstand und Rahmenbedingungen der Marktforschung im Dienstleistungsbereich. Externe Informationsquellen im Tourismus und Sport.

Primärerhebung: Stichprobenumfang, Stichprobenverfahren, Methoden der Befragung, Beobachtung und Tests. Datenanalyse. Quantitative und qualitative Prognoseverfahren.

- Auswertung von Sekundärquellen zum Untersuchungsgegenstand
- Planung des Marktforschungsprozesses und Festlegung der geeigneten Methode
- Feldarbeit
- Datenanalyse

Anfertigung eines Berichtes und Präsentation der Ergebnisse.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Precht, M. (2005): Angewandte Statistik I, München Wien

Willimczik, K. (1997): Statistik im Sport, Hamburg

Bosch, K. (1996): Großes Lehrbuch der Statistik, München Wien

Fisz (1989): Wahrscheinlichkeitsrechnung und mathematische Statistik, Berlin

Wittenberg/Cramer (2003): Datenanalyse mit SPSS für Windows, Stuttgart

Caprano (1992): Finanzmathematik, München

Ihrig/ Pflaumer (1992): Finanzmathematik, München

Kobelt/ Schulte (1991): Finanzmathematik, München

Köhler (1992): Finanzmathematik, München

Schwarze (1992): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne

Tietze (1992): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Braunschweig

Berekoven, L./ Eckert, W./ Eilenrieder, P. (2004): Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden

Seitz, E.; Meyer, W. (1995): Tourismusmarktforschung, München

Weis, H.C.; Steinmetz, P. (2002): Marktforschung, Ludwigshafen (Rhein)

Skript Statistik



Nr: AL 7	Pflichtmodul: Betriebswirtschaftliche Kompetenz	Sprache: Deutsch		Credits: 5 + 5	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 300 Std.		Prüfungsform: KL 120	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 82 Std.	Selbststudium: 218 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Kosten- / Leistungsrechnung		SP/Öko		Vorl./Übung	3
Buchführung / Bilanzierung		SPÖko/ N.N. (Mitarbeiter)		Vorl./Übung	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Kosten- / Leistungsrechnung:</u> Aufgaben und Gestaltungsmöglichkeiten der Kosten-/Leistungs-Rechnung (KLR) erkennen. Grundbegriffe verstehen und abgrenzen können. Kostentheoretische Grundlagen verstehen. Erfassungsprobleme der wichtigsten Kostenarten lösen können. Verstehen der Betriebsabrechnung im BAB inkl. Innerbetriebliche Leistungsverrechnung. Beherrschung der Kalkulationsverfahren. Begreifen der Betriebsergebnisrechnung und ihrer Verwendbarkeit. Verstehen der Deckungsbeitrags-, Plan- und Prozesskostenrechnung.</p> <p><u>Buchführung / Bilanzierung:</u> Verständnis der Grundzusammenhänge des Rechnungswesens, Beherrschen der Buchungstechnik, Einführung in die Jahresabschlusserstellung. Der Student soll vertraut sein mit den Zielen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses, der Aufstellung, Prüfung, Offenlegung der Rechnungslegung, des Inhalts der Bilanz, des Anhangs sowie des Lageberichts.</p>					
Inhalte					
<p><u>Kosten- / Leistungsrechnung:</u> Abgrenzung, Aufgaben und Aufbau der KLR. Kostenbegriff, Leistungsbegriff, Abgrenzungen. Kostenrechnungssysteme. Grundlagen der Kostentheorie. Gliederung der Kostenarten. Erfassung der Material- u. Personalkosten. Problematik der Kostensteuern. Ermittlung der kalkulatorischen Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse und Unternehmerlöhne, Instandhaltungskosten. Kostenstellenrechnung mit dem BAB. Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsrechnung. Betriebsergebnisrechnung nach dem Gesamt- und Umsatzkostenverfahren. Rechentechnik und Problematik der Kalkulationsverfahren. Teilkostenrechnungen und die Verwendung von Deckungsbeiträgen für Entscheidungen. Break-Even-Analysen. Plankostenrechnungen für die Kostenkontrolle. Einführung in die Prozesskostenrechnung als neuer Rechenansatz für Kalkulation und Kontrolle der Gemeinkosten.</p> <p><u>Buchführung / Bilanzierung:</u> Grundlagen und Grundbegriffe des Rechnungswesen; Techniken der doppelten Buchführung; Jahresabschluss: Bestandteile und Abschlussbuchungen. Vorschriften des Handelsrechts (insbes. HGB) für Ausweis, Bewertung, Bilanzierung (Wahlrechte, Gebote, Verbote). Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung/Bilanzierung. Aufbau der Jahresabschlussbilanz / § 266 HGB. Aufbau der Gewinn- und Verlustrechnung / § 275 HGB. Inhalt des Anhangs. Berichtspflichten im Lagebericht. Sanktionen beim Verstoß gegen Rechnungslegungsvorschriften.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Däumler, K.-D./Grabe, J. (2004): Kostenrechnung I, Berlin					
Schmolke, S./Deitermann, M. (2006): Industrielles Rechnungswesen – IKR, Darmstadt					
Skript: Kosten- und Leistungsrechnung					



Nr: AL 8	Pflichtmodul: Finanzmanagement	Sprache: Deutsch		Credits: 3 + 3 + 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 360 Std.		Prüfungsform: KL 120	
Voraussetzung für die Teilnahme: keine		Präsenz: 108 Std.	Selbststudium: 252 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Steuerlehre		Herr Prof. Dr. Bender		Vorl./Übung	2
Controlling		SP/Öko		Vorl./Übung	2
Finanzierung / Investition		Her Prof. Dr. Bender		Vorl./Übung	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Steuerlehre:</u> Die Studierenden sollen die Systematik der Unternehmensbesteuerung sowie die Besteuerung der Gesellschafter und deren Wirkungen kennen lernen.</p> <p><u>Controlling:</u> Controllingkonzept verständlich machen, Aktivitätszentren des Controlling beschreiben, Controlling auf verschiedenen Unternehmensebenen unterscheiden lernen, Struktur des Controlling-Berichtswesens herausarbeiten</p> <p><u>Finanzierung / Investition:</u> Die wichtigsten Methoden der Investitionsrechnung kennen lernen und an einfachen Beispielen selber anwenden können. Weiterhin die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten kennen und deren Anwendung erläutern können. Grundkenntnisse der Segmente der Finanzmärkte, des Bankensystems und der Deutschen Börse sowie ausgewählter derivativer Finanzinstrumente erwerben. Integriert sind Grundlagen der Finanzmathematik zu vermitteln, so dass die Studierenden diese anwenden können.</p>					
Inhalte					
<p><u>Steuerlehre:</u> Systematik der Steuerarten: Grundlagen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer</p> <p><u>Controlling:</u> Operative Planung: Begriffliche Grundlagen und Aufgabenstellung, Gesamtunternehmensplanung, Unternehmensbereichsplanung, Projektplanung, spezielle Planungsinstrumente Operative Kontrolle: Vergleichsrechnungen, Abweichungsanalyse Operative Steuerung: Erwartungsrechnung, Simulationsrechnung Operatives Berichtswesen: Aspekte des Berichtswesens, Berichtsgestaltung, Berichtswesenorganisation</p> <p><u>Finanzierung / Investition:</u> Statische und dynamische Investitionsrechnungen; Berücksichtigung des Risikos in Entscheidungsrechnungen. Grundlagen der Finanzplanung und der Optimierung der Kapitalstruktur, Systematisierung der Finanzierungsquellen und Analyse ausgewählter Finanzierungsinstrumente. Finanzmärkte in Deutschland. Grundidee, Systematisierung und Anwendung derivativer Finanzprodukte. Grundlagen finanzmathematischer Berechnungen.</p>					



Literatur und Arbeitsmaterialien

Bornhofen, M. (2005/2006): Steuerlehre 1; Steuerlehre 2 und Lösungen 1/2, Wiesbaden

Wöhe: Allgemeine BWL (aktuelle Versionen)

Olfert, K. (2005): Kompakt-Training Finanzierung, Ludwigshafen

Olfert, K. (2005): Kompakt-Training Investition, Ludwigshafen

Bender, H. J. (2001): Kompakt-Training Leasing, Ludwigshafen

Skript Steuerlehre

Skript Finanzierung und Investition



Nr: TM 1 / 1 TM 1 / 2*	Pflichtmodul: Grundlagen der Tourismusökonomie	Sprache: Deutsch		Credits: 4 + 3 + 3*	
		Häufigkeit: jährlich im SS jährlich im WS*		Semesterlage: 2, 3*	
		Workload: 300 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 95 Std.	Selbststudium: 205 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Tourismuswirtschaft		Herr Prof. Dr. Quack		Vorl./Übung	3
Reisegeographie und Länderkunde (Vorleistung Hausarbeit)		Herr Prof. Dr. Quack		Seminar	2
Reiserecht*		Frau Grosser		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Tourismuswirtschaft:</u> Den Teilnehmern sollen Grundlagen des Systems Tourismus vermittelt werden. Es werden die Besonderheiten der touristischen Leistung erarbeitet. Die Teilnehmer sollen die tourismuswissenschaftlichen Disziplinen in den Gesamtkontext des Wissenschaftssystems einordnen können. Dabei lernen sie mit touristischen Modellen zu arbeiten. Es werden die heutigen Nachfrager und Anbieter im Tourismus analysiert.</p> <p>Die Nachfrager nach Urlaubsreisen werden von den Teilnehmern detailliert hinsichtlich ihrer Reiseentscheidung, ihres Buchungsverhaltens und ihres Reiseverhaltens betrachtet. Dafür werden Rahmenbedingungen, Einflussfaktoren und Urlaubsreisemotive hinzugezogen.</p> <p>Der Nachfragerseite wird die Anbieterseite gegenübergestellt. Leistungsträger werden im Hinblick auf die touristische Wertschöpfungskette untersucht. Dabei wird die Bedeutung des Tourismus kritisch hinterfragt. Abschließend lernen die Teilnehmer tourismuspolitische Organisationen und Grundstrukturen kennen und ordnen diese in mögliche Gestaltungskonzepte der Tourismuspolitik ein.</p>					
<p><u>Reisegeographie und Länderkunde:</u> Die Studierenden erlernen die Grundlagen und Grundbegriffe der Geographie sowie ihre Bedeutung für den Tourismus. Dabei wird der theoretische Hintergrund durch die Vorlesung übermittelt. Der anschließende Wissenstransfer wird von den Studierenden durch die praktische Umsetzung in Form eines Referates und einer schriftlichen Ausarbeitung geleistet. Die Studierenden sollen Länder und Regionen hinsichtlich ihres geographischen Potentials touristisch bewerten können.</p>					
<p><u>Reiserecht:</u> Die Studierenden sollen einen Überblick über die rechtlichen Grundlagen im Reiserecht erhalten und Berührungs- bzw. Schnittpunkte mit anderen Rechtsgebieten und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen erkennen. Sie sollen Fragestellungen, denen sie sich im Berufsalltag gegenübersehen werden kennen und einordnen können. Dazu entwickeln sie eigenständig Falllösungen für grundlegende reiserechtliche Probleme, hinterfragen den Sinn und Zwecke der anzuwendenden Normen sowie deren Entstehungsgeschichte und diskutieren insbesondere aktuelle Rechtsprechung.</p>					

Inhalte

Tourismuswirtschaft: Begriffssystem Tourismus, wissenschaftliche Einordnung, Besonderheiten der touristischen Leistung und touristische Modelle.

Die touristische Nachfrage: Erfassungsmethoden und Kennzahlen. Reiseentscheidungsprozess, Buchungs- und Reiseverhalten bei Urlaubsreisen. Kurzreisen, Geschäftsreisen und Nachfrage nach Kuren.

Die Bedeutung des Tourismus. Tourismuskritik. Tourismuspolitische Organisationen und Grundstrukturen. Gestaltungskonzepte innerhalb der Tourismuspolitik.

Das touristische Angebot: Überblick über die Aufgaben der einzelnen touristischen Anbieter innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette. Leistungen und Marktstrukturen bei Leistungsträgern (Hotellerie, touristische Transportunternehmen), Reiseveranstaltern, Reisemittlern und Destinationen/Attraktionen.

Inhalte

Reisegeographie und Länderkunde: Die Geographie als Hintergrund des Tourismus. Grundbegriffe und Grundlagen der physischen Geographie (Erdaufbau, Atmosphäre, Zeitzonen, u.a.). Grundlagen der Klimageographie (z.B. Klimazonen, Vegetationszonen, Allgemeine Zirkulation und Klimaphänomene). Grundlagen der Geomorphologie (Vulkanismus, fluviale und glaziale Formen, u.a.). Transfer der erworbenen theoretischen Kenntnisse auf ausgewählte Länderbeispiele unter Bezugnahme auf die touristischen Potentiale.

Reiserecht: - Allgemeines

Warum brauchen wir Reiserecht?, Rechtsgrundlagen des Reiserechts, geschichtliche Entwicklung des deutschen und europäischen Reiserechts .

- Der Reisevertrag: Gesetzliche Regelungen zum Reisevertrag, Reiserecht im BGB, Definition Pauschalreise und Reiseveranstalter, Abgrenzung zu ähnlichen Verträgen, Zustandekommen von Reiseverträgen, Reisebestätigung, Pflichten des Reiseveranstalters, Pflichten des Reisenden, nachträgliche Vertragsänderung der vereinbarten Leistungen und des Reisepreises durch den Reiseveranstalter, Gewährleistung im Reiserecht, besondere Gewährleistungsregelungen ausgewählter Reiseunternehmen, Kündigung/Storno/Regress, besondere Informationspflichten des Reiseveranstalters gegenüber dem Reisenden.

- Reisemittlerrecht: Vertragliche Beziehungen zwischen Reisenden, Reiseveranstalter und Reisebüro, Agenturvertrag, Reisebüro als Handelsmakler.

- Gastaufnahmeverträge: Vertragstypen, Rechtsgrundlagen des Beherbergungsvertrages, Vertragsschluss, vertragliche Pflichten, Nichtinanspruchnahme der Unterkunft, Gastwirthaftung für eingebrachte Sache, deliktische Haftung, Pfandrecht des Gastwirts.

- Wettbewerbsrecht im Touristikunternehmen: Irreführende Werbung, Preisangabenverordnung, Sittenwidrige Werbung.

- Sonstiges Reiserecht: Allgemeine Geschäftsbedingungen im Reiserecht, Rechtsgrundlagen von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe, arbeitsrechtliche Ausgestaltung von Fortbildungsmaßnahmen sowie zusätzliche aktuelle Entwicklungen und Rechtsprechung auf dem Gebiet des Reiserechts.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Freyer, W. (2001): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München; Wien

Mundt, J. W. (2001): Einführung in den Tourismus, München; Wien

Bieger, Th. (2004): Tourismuslehre – Ein Grundriss, Bern; Stuttgart; Wien

Bauer, J. (2005): Physische Geographie kompakt, München, u.a.

Becker, C./Hopfinger, H./Steinecke, A. (2004, Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus, Bilanz und Ausblick, München, u.a.

Liedtke H./Marcinek, J. (2002, Hrsg.): Physische Geographie Deutschlands, Gotha

Strahler, A./Strahler, A (1999): Physische Geographie, Stuttgart

Kaller, Paul (2005): Reiserecht, 2. Auflage, München

Nies, Irmtraud (2005): Reisebüro (Rechts- und Versicherungsfragen), 2. Auflage, München

Führich, Ernst R. (2005): Reiserecht, 5. Auflage, München

Eisner, Helmut (2005): Reiserecht Entscheidungen, 6. Auflage, Bonn

Klunzinger, Eugen (2004): Einführung in das bürgerliche Recht, 12. Auflage, München

Foliensammlung

Skript



Nr: TM 2 / 1 TM 2 / 2*	Pflichtmodul: Tourismusmanagement	Sprache: Deutsch		Credits: 5 + 2* + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS jährlich im SS*		Semesterlage: 3, 4*	
		Workload: 300 Std.		Prüfungsform: KL 120	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 95 Std.	Selbststudium: 205 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Tourismusmanagement und -marketing		Frau Prof. Dr. Kissling		Vorl./Übung	4
Projektmanagement*		Herr Prof. Dr. Wadsack		Vorlesung	1
Internationales Management		TM3 (Business Travel)		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Tourismusmanagement und -marketing:</u> Die Studierenden sollen auf Grundlage der Erkenntnisse aus dem Dienstleistungsmanagement das Management und Marketing der verschiedenen Träger im Tourismus verstehen, welches dem besonderen Charakter touristischer Dienstleistungen und der touristischen Leistungserstellung Rechnung tragen muss. Hierzu zählen die Prozessorientierung, Total Quality Management, touristische Leistungsketten und die Besonderheiten aufgrund der gemeinschaftlichen Erstellung eines touristischen Gesamtproduktes.</p> <p>Die Teilnehmer sollen die touristische Leistungskette verstehen und die Bedeutung des strategischen Managements und Zwecke der strategischen Planung erkennen, dazu unterschiedliche Ansätze und Analyseformen kennen lernen und einüben (z.B. Portfolio-A., SWOT-A., Benchmarking, Target Costing, Lebenszyklus-A.). Sie sollen den Nutzen von Informationsmanagementsystemen im Tourismus und die Bedeutung des Begriffes ‚Integration‘ in der Tourismusbranche erkennen sowie die Grundlagen des Personalmanagements und der (Dienstleistungs-) Qualität bzw. des Qualitätsmanagements als Teilbereiche des touristischen, strategischen Managements erlernen.</p> <p>Die Studierenden sollen die wesentlichen strategischen Konzepte im Tourismus-Marketing kennen und Ablauf und Organisation von Marketing-Entscheidungen verstehen. Sie sollen einen Überblick über den Einsatz der verschiedenen Instrumente im Tourismusmarketing und deren Abstimmung im Marketing-Mix bekommen.</p> <p>Grundbegriffe, Grundlagen und Methoden der Planung (insbes. der strategischen, operativen sowie Erfolgs- und Liquiditätsplanung) verstehen und sie einschätzen können. Wichtige Führungsmodelle v. a. für Dienstleistungsbetriebe hinsichtlich ihres Inhalts und ihrer Anwendungsaspekte kennen sowie Überblick über die Bedeutung der Personalführung und ihrer zentralen Funktionen haben und entscheidende Regeln für die wirksame Ausübung ausgewählter Führungsfunktionen begründen können. Grundbegriffe und Grundlagen der Unternehmensführung und –Leitung sowie Funktionen des Management kennen lernen und verstehen. Unternehmensziele und Zielbeziehungen einschätzen können sowie daraus zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft ableiten lernen. Theoretische Grundlagen von Veränderungsmanagement kennen. Aufgaben der Unternehmensführung und Vorgehen bei Veränderungsprozessen kennen und beurteilen lernen.</p> <p><u>Projektmanagement:</u> Die Studenten sollen die grundsätzliche Systematik des Projektmanagement mit dem Schwerpunkt auf Dienstleistungsprojekte kennen lernen und anwenden können.</p> <p><u>Internationales Management:</u> Beschreibung, wie sich Unternehmen internationalisieren. Erklärung, warum sich Unternehmen internationalisieren und auf welche Probleme sie dabei stoßen Vorstellung von Handlungsalternativen zur Lösung der Internationalisierungsprobleme</p>					

Inhalte

Tourismusmanagement und -marketing: Das System Tourismus. Strategisches Management. Strategische Planung (Umwelt- und Betriebsanalysen). Informationsmanagement. Vertikale und horizontale Integration. Personalmanagement. Qualitätsmanagement.

Strategisches Tourismus-Marketing: Marktsegmentierung; Differenzierung und Positionierung; marktfeldstrategische Optionen; Marketingstrategien für Marktführer, Herausforderer, Mitläufer und Nischenbesetzer.

Operatives Tourismus-Marketing: Entscheidungen im Marketing-Mix, insbesondere in der Leistungs- und Kommunikationspolitik; E-Commerce im Tourismus; Koordinations-, Organisations- und Controllingaufgaben im Marketing touristischer Unternehmen.

Grundbegriffe der Planung (z.B. Planung, Improvisation und Prognose, Vorteile und Stufen der Planung). Alternative Planungsverfahren. Teilkomplexe der Planung (Unternehmensleitbildplanung, strategische, operative, Erfolgs- und Liquiditätsplanung). Budgetierung (Plan-, Gewinn- und Verlustrechnung, Plan-Finanzrechnung, Plan-Bilanz). Bedeutung und Inhalte der Personalführung. Management-by-xxx-Modelle (Grundzüge, Voraussetzungen sowie Vorteile und Schwachpunkte ausgewählter Modelle). Ausgewählte Führungsfunktionen und ihre wirksame Anwendung (vor allem Informieren, Loben, Beanstanden). Verstehen des Zusammenhanges von Menschenbildern und Führungsstilen.

Grundlagen der Unternehmensführung und Funktionen des Managements. Unternehmensziele und Zielbeziehungen. Zielorientierte Tätigkeiten der Führungskraft. Controlling. Betriebliche Entscheidungen. Theoretische Grundlagen; Vorgehen bei Veränderungsprozessen. Ausgewählte Instrumente der Organisationsentwicklung.

Projektmanagement: Merkmale von Projekten und Besonderheiten von Dienstleistungsprojekten und das Grundverständnis von Projektauftrag, -auftraggeber und -auftragnehmer werden heraus gearbeitet.

Schritte des Projektmanagement werden in ihren wesentlichen Komponenten vorgestellt:

- Projektakquisition (u. a. Stufen der Projektakquisition, Preisgestaltung, Projektvertrag)
- Projektkonzept (u. a. Zielformulierung, Arbeitsphasen)
- Projektplanung (u. a. Planungsmethoden, Zeit-/Kostenplanung)
- Projektteam (u. a. Projektstart, Teambildung, Motivation)
- Rolle des Projektleiters
- Projektcontrolling
- Projektabschluss (u. a. Berichterstattung, Präsentation, Abschlussarbeiten)
- Behandlung von Projektkrisen

Internationales Management: Relevanz der Wissenschaftsdisziplin „Internationales Management“

- Klassifizierung internationaler Unternehmen
- Organisationsstrukturen internationaler Unternehmen
- Grundlagen internationaler Unternehmenstätigkeit
- Strategisches Management internationaler Unternehmen
- Beschaffung, Marketing, Controlling internationaler Unternehmen
- Internationales Personalmanagement
- Kulturelle Aspekte internationaler Unternehmen

Literatur und Arbeitsmaterialien

Freyer, W. (1997): Tourismus-Marketing, München

Müller, H. (2000): Qualitätsorientiertes Tourismusmanagement, Bern

Pompl, W./Lieb, M.G. (Hrsg., 1997): Qualitätsmanagement im Tourismus, München

Bastian, H./ Born, K./ Dreyer, A. (1999): Kundenorientierung im Touristikmanagement, München

von Rosentstiel u. a. (2003): Führung von Mitarbeitern, 5. überarb. Aufl., Stuttgart

Doppler, K./ Lauterburg, Ch. (2005): Change Management: den Unternehmenswandel gestalten, 11. Aufl., Frankfurt/M.



Literatur und Arbeitsmaterialien

Diethelm, Gerd (2000): Projektmanagement, Band 1: Grundlagen, Herne/Berlin: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe

Steinle, Claus, Bruch, Heike, Lawa, Dieter (Hrsg.) (1998): Projektmanagement. Instrument effizienter Dienstleistung, 2. Auflage, Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Zeitung

Kutschker, M.; Schmid, S. (2005): Internationales Management, München, Wien

Scherm, E.; Süß, S. (2001): Internationales Management, München

Pompl, W.; Lieb, M.G. (2002): Internationales Tourismus-Management, München

Backhaus, K.; Büschken, J.; Voeth, M. (1998): Internationales Marketing, Stuttgart

Porter, M.E. (1999): Wettbewerbsstrategie, Frankfurt/Main, New York

Mintzberg, H.; Ahlstrand, B.; Lampel, J. (1999): Strategy Safari, Frankfurt, Wien

Skript: Unternehmensführung

Skript: Projektmanagement



Nr: TM 3/1a	Pflichtmodul: Vertiefung Business Travel I	Sprache: Deutsch		Credits: 6* + 3	
		Häufigkeit: jährlich im SS* jährlich im WS		Semesterlage: 4*, 5	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 189 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Travel-Management-Prozesse*		<u>Herr Prof. Dr. Thiesing</u>		Vorl./Übung	4
Reisemittlermanagement Business Travel		Herr O'Connor		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Travel-Management-Prozesse:</u> Darstellung der Prozesskette Business Travel, Beschreibung der an der Wertschöpfungskette beteiligten Institutionen, Vorstellung von Lösungsansätzen zur Optimierung der Geschäftsprozesse, Erläuterung der theoretischen Ansätze anhand von Praxisbeispielen.</p> <p><u>Reisemittlermanagement Business Travel:</u> Bedeutung der Geschäftsreisebüros in der Prozesskette Business Travel, Beschreibung der Dienstleistungen eines Business Travel Büros, Darstellung des In- und Outsourcing von Dienstleistungen als Gestaltungselemente der Zusammenarbeit mit Reisebüros, Erläuterung der theoretischen Ansätze anhand von Praxisbeispielen.</p>					
Inhalte					
<p><u>Travel-Management-Prozesse:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Business Travel im Kontext der Betriebswirtschaftlehre - Die Prozessbeteiligten Reisende, Unternehmen, Reisemittler, Leistungsträger und externe Dienstleistungsunternehmen - Instrumente zur Optimierung der Prozesskette: Kreditkarten, Buchungssysteme, Abrechnungssysteme, Work-Flow-Systeme - Die Funktionen des Travel Managers im Unternehmen - Praxisbeispiele von Unternehmen, Reisemittlern und Dienstleistungsunternehmen im Business Travel Management <p><u>Reisemittlermanagement Business Travel:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nationale und internationale Geschäftsreisebüros - Detaillierte Analyse der Dienstleistungen eines Geschäftsreisebüros - Strategisches Management von Geschäftsreisebüros - Nationale und internationale Reisebüroausschreibungen - Praxisbeispiele der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Reisebüros 					



Literatur und Arbeitsmaterialien

Otto-Rieke, Gerd (Hrsg.) (1999): Modernes Geschäftsreisemanagement: 25 Jahre VDR, München
Otto-Rieke, Gerd (Hrsg.) (2000-2004): Modernes Geschäftsreisemanagement 2001-2004, München
Melzer, Markus (2000): Geschäftsreise online, München
Zimmermann, Andrea (2000): Wirksame Reiserichtlinien, München
Wilbers, Andreas (2001): Partner Reisebüro, München
Lehrburger, Hans (2001): Geschäftsreise-Analyse, München
Zimmermann, Andrea (2002): Geschäftsreisekosten, München
Kressel, Dietrich (2002): Geschäftsreise und Recht, München
Brochhausen, Ewald/Melzer, Markus/Thurner, Marcus/Vordenbäumen, Hendrik (2004): SAP Travel Management, Bonn
Foliensammlung



Nr: TM 3/2a	Pflichtmodul: Vertiefung Business Travel II	Sprache: Deutsch		Credits: 3 + 3 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: KL 90	
Voraussetzung für die Teilnahme: keine		Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 189 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Kongress- und Tagungsmanagement		Herr Prof. Dr. Thiesing		Vorl./Übung	2
Hotelmanagement		Frau Huhn		Vorl./Übung	2
Verkehrsträgermanagement		Frau Belkner		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Kongress- und Tagungsmanagement:</u> Bedeutung des Kongress- und Tagungsmanagements im Business Travel, Beschreibung der Organisation von Veranstaltungen, Darstellung des In- und Outsourcing bei der Organisation von Veranstaltungen, Erläuterung der theoretischen Ansätze anhand von Praxisbeispielen.</p> <p><u>Hotelmanagement:</u> Die Teilnehmer sollen den deutschen Hotelmarkt mit seiner Marktstruktur und seinen Marktentwicklungen sowohl aus Anbietersicht als auch aus Nachfragersicht kennen lernen. Dabei werden neben der Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft auch wesentliche Strukturmerkmale des Beherbergungsgewerbes vermittelt. Es werden die Betriebsarten erarbeitet und mögliche Betreiberformen in der Hotellerie unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten analysiert. Die bereits bekannten Besonderheiten der Dienstleistung werden von den Teilnehmern in Bezug auf die Hotelleistung erneut betrachtet. Dies geschieht unter den Aspekten der Investition und Finanzierung, des Controllings, des Marketings, des Personal- und des Qualitätsmanagements. In diese Betrachtung fließen die aktuellen Konjunkturberichte des deutschen Hotel und Gaststättengewerbes mit ein.</p> <p><u>Verkehrsträgermanagement:</u> Einordnung der Verkehrsträger im Business Travel, Beschreibung der Dienstleistungen der Verkehrsträger für Unternehmen, Darstellung der absatzpolitischen Instrumente von Verkehrsträgern, Erläuterung der theoretischen Ansätze anhand von Praxisbeispielen.</p>					

Inhalte

Kongress- und Tagungsmanagement:

- Daten zu nationalen und internationalen Kongressen und Tagungen
- Organisationen/Vereine/Verbände im Tagungs- und Kongressmanagement
- Planungsphase von Kongressen und Tagungen
- Briefing
- Budget
- Wahl der Location
- Pressearbeit
- Gestaltung von Tagungspaketen
- Erstellung von Tagungsunterlagen
- Praxisbeispiele aus dem Tagungs- und Kongressbereich

Hotelmanagement:

Der deutsche Hotelmarkt in Zahlen und die Markenhotellerie in Deutschland. Strukturmerkmale im Beherbergungsgewerbe. Die Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft. Mögliche Betreiberkonzepte in der Hotellerie und ihre wirtschaftlichen Vor- und Nachteile. Besonderheiten der Investition und Finanzierung, des Controllings, des Marketings, des Personalmanagements und des Qualitätsmanagements in der Hotellerie.

Verkehrsträgermanagement:

- Daten zu nationalen und internationalen Verkehrsträger
- Abgrenzung der Verkehrsträger Flug, Bahn, Mietwagen, Fuhrpark
- Zusammenarbeit der Unternehmen mit den Verkehrsträgern (Buchungswege, Preispolitik, Qualitäts- und Servicepolitik)
- Integratives Verkehrsträgermanagement
- Praxisbeispiele von Verkehrsträgern

Literatur und Arbeitsmaterialien

Schreiber, Michael-Thaddäus (2002): Kongress- und Tagungsmanagement, 2. Auflage, München, Wien

Beckmann, Klaus (2003): Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement, Berlin

Bleile, Gerhard/Schüller, Kurt/Wiesner, Marcus(2003): schüller´s Veranstaltungsfibel, Bad Kreuznach

Bruhn, Manfred (2002): Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz, 4. Auflage, Wiesbaden

Arnold, Dieter (2003): Erfolgreiches Messemarketing, Renningen

Güllemann, Dirk (2003): Veranstaltungsmanagement und Recht, 2. Auflage, Neuwied, Kriftel

Funke, Elmar/Müller, Günter (2003): Handbuch zum Eventrecht, 2. Auflage, Köln

Lindner, Wilfried (2001): Taschenbuch Pressearbeit, 2. Auflage, Heidelberg 2001

Mehrmann, Elisabeth/Plaetrich, Irmhild (2003): Der Veranstaltungs-Manager, 2. Auflage, München

Nuissl, Ekkehard/Conein, Susanne (2003): Tagungsdidaktik, Bielefeld

Henschel, Karla (2001): Hotelmanagement. München, Wien

Dettmer, Harald (Hrsg.) (1999): Betriebswirtschaft für das Gastgewerbe (managementorientiert), 2., vollständig überarbeitete und ergänzte Aufl., Hamburg

Sterzenbach, Rüdiger/Conrady, Roland (2003): Luftverkehr, 3. Auflage, München

Pompl, Wilhelm (2002): Luftverkehr, 4. Auflage, Berlin

Schmidt, Eberhard G.H. (2000): Handbuch Airlinemanagement, München

Maurer, Peter (2003): Luftverkehrsmanagement, 3. Auflage, München

Meffert, Heribert (2000): Verkehrsdienstleistungsmarketing, Wiesbaden

Foliensammlung



Nr: TM 3/3a	Pflichtmodul: Case Studie Business Travel	Sprache: Deutsch		Credits: 9	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projektbericht	
Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 159 Std.			
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Travel-Management-Projekt / Case Studies		<u>Herr Prof. Dr. Thiesing</u>		Seminar	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Travel-Management-Projekt / Case Studies:</u> Vertiefung der theoretischen Erkenntnisse aus den Veranstaltungen Travel Management Prozesse und Reisemittlermanagement Business Travel sowie Einblick in die Probleme der praktischen Umsetzung. Bearbeitung von Fallstudien und/oder Projekten. Arbeit im Team, moderierte Workshops.</p>					
Inhalte					
<p><u>Travel-Management-Projekt / Case Studies:</u> Untersuchung von Fallbeispielen zur Optimierung der Prozesskette im Business Travel Management</p>					

Literatur und Arbeitsmaterialien

Otto-Rieke, Gerd (Hrsg.) (1999): Modernes Geschäftsreisemanagement: 25 Jahre VDR, München

Otto-Rieke, Gerd (Hrsg.) (2000-2004): Modernes Geschäftsreisemanagement 2001-2004, München

Melzer, Markus (2000): Geschäftsreise online, München

Zimmermann, Andrea (2000): Wirksame Reiserichtlinien, München

Wilbers, Andreas (2001): Partner Reisebüro, München

Lehrburger, Hans (2001): Geschäftsreise-Analyse, München

Zimmermann, Andrea (2002): Geschäftsreisekosten, München

Kressel, Dietrich (2002): Geschäftsreise und Recht, München

Brochhausen, Ewald/Melzer, Markus/Thurner, Marcus/Vordenbäumen, Hendrik (2004): SAP Travel Management, Bonn

Schreiber, Michael-Thaddäus (2002): Kongress- und Tagungsmanagement, 2. Auflage, München, Wien

Beckmann, Klaus (2003): Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement, Berlin

Bleile, Gerhard/Schüller, Kurt/Wiesner, Marcus(2003): schüller´s Veranstaltungsfibel, Bad Kreuznach

Bruhn, Manfred (2002): Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz, 4. Auflage, Wiesbaden

Arnold, Dieter (2003): Erfolgreiches Messemarketing, Renningen

Güllemann, Dirk (2003): Veranstaltungsmanagement und Recht, 2. Auflage, Neuwied, Kriftel

Funke, Elmar/Müller, Günter (2003): Handbuch zum Eventrecht, 2. Auflage, Köln

Lindner, Wilfried (2001): Taschenbuch Pressearbeit, 2. Auflage, Heidelberg 2001

Mehrmann, Elisabeth/Plaetrich, Irmhild (2003): Der Veranstaltungs-Manager, 2. Auflage, München

Nuissl, Ekkehard/Conein, Susanne (2003): Tagungsdidaktik, Bielefeld

Henschel, Karla (2001): Hotelmanagement. München, Wien

Dettmer, Harald (Hrsg.) (1999): Betriebswirtschaft für das Gastgewerbe (managementorientiert), 2., vollständig überarbeitete und ergänzte Aufl., Hamburg

Sterzenbach, Rüdiger/Conrady, Roland (2003): Luftverkehr, 3. Auflage, München

Pompl, Wilhelm (2002): Luftverkehr, 4. Auflage, Berlin

Schmidt, Eberhard G.H. (2000): Handbuch Airlinemanagement, München

Maurer, Peter (2003): Luftverkehrsmanagement, 3. Auflage, München

Meffert, Heribert (2000): Verkehrsdienstleistungsmarketing, Wiesbaden

Foliensammlung

Nr: TM 3/1b	Pflichtmodul: Vertiefung Leisure Travel I	Sprache: Deutsch		Credits: 3* + 3* + 3	
		Häufigkeit: jährlich im SS* jährlich im WS		Semesterlage: 4*, 5	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 189 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Reiseveranstaltermanagement*		Frau Belkner		Vorl./Übung	2
Management von Zielgebieten und Tourismusorganisationen*		Herr Prof. Dr. Quack		Vorl./Übung	2
Reisemittlermanagement Leisure Travel		Prof. Dr. Küblböck		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Reiseveranstaltermanagement:</u> Die Studierenden sollen die Rolle der Reiseveranstalter in der touristischen Prozesskette erkennen. Sie sollen die Besonderheiten des Produktes Pauschalreise und die Struktur und Entwicklung des deutschen und internationalen Reiseveranstaltermarktes verstehen. Die Behandlung des Strategischen Managements, der Leistungserstellung und der Marketingaufgaben von Reiseveranstaltern soll die theoretische Grundlage für die eigenständige Bearbeitung von Fallbeispielen in der Veranstaltung <i>Reiseveranstaltermanagement-Projekt/ Case Studies bilden</i>.</p> <p><u>Reisemittlermanagement Leisure Travel:</u> Die Studierenden sollen die Rolle der Reisemittler in der touristischen Prozesskette erkennen. Sie sollen die Struktur und Entwicklung des deutschen und internationalen Reisemittlermarktes verstehen und Einblick in das Strategische Management, die Prozesse und das Marketing von Reisemittlern erhalten.</p>					
Inhalte					
<p><u>Reiseveranstaltermanagement:</u> Strategisches Management (Integration, Internationalisierung), Leistungserstellung (Planung, Einkauf, Kalkulation) und Marketing von Reiseveranstaltern (Produktgestaltung, Qualitätsmanagement, Kataloggestaltung, Vertrieb), E-Commerce und Dynamic Packaging, Besonderheiten der Besteuerung.</p> <p><u>Reisemittlermanagement Leisure Travel:</u> Struktur und Entwicklung des nationaler und internationalen Reisemittlermarktes, Wirtschaftlicher und rechtlicher Status, Analyse der Dienstleistungen eines Touristik-Reisebüros, Betriebswirtschaftliche Struktur, Strategisches Management von Reisebüros, E-Commerce.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Kirstges, T. (2005): Expansionsstrategien im Tourismus: Marktanalyse und Strategiebausteine unter besonderer Berücksichtigung mittelständischer Reiseveranstalter, Wilhelmshaven</p> <p>Mundt, J.W. (2000): Reiseveranstaltung: Lehr- und Handbuch, München u.a.</p> <p>Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1 und 2, Berlin u.a.</p> <p>Freyer, W.; Pompl, W. (Hrsg.) (1999): Reisebüro-Management, München u.a.</p> <p>Maess, Th.; Erben, Th. (1997): Das Reisebüro: Erfolgreich gründen und führen, Neuwied u.a.</p> <p>Skript</p> <p>Foliensammlung</p>					

Nr: TM 3/2b	Pflichtmodul: Vertiefung Leisure Travel II	Sprache: Deutsch		Credits: 3 + 3 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: KL 90	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 189 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Touristische Märkte		Herr Prof. Dr. Quack		Vorl./Übung	2
Hotelmanagement		Frau Huhn		Vorl./Übung	2
Nachhaltiges Tourismusmanagement		Herr Prof. Dr. Küblböck		Vorl./Übung	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Touristische Märkte:</u> Erkennen der touristischen Destinationen als eigenständige Wettbewerbseinheiten im Tourismus. Erlernen der Problematik und Besonderheiten des Managements und Marketings von Tourismusorganisationen und touristischen Zielgebieten. Vermittlung des theoretischen Hintergrundwissens als Grundlage für die eigenständige Bearbeitung von Fallbeispielen (<i>Destinationsmanagement-Projekt/ Case Studies</i>). Kennen lernen der Besonderheiten der verschiedenen Tourismuskategorien: Der Tourismusmarkt des Kulturtourismus, Städtetourismus, Gesundheitstourismus, Sporttourismus, Kreuzfahrten etc.. Gruppenarbeiten zur Einschätzung der Relevanz einzelner Tourismusformen in Deutschland und Europa.</p> <p><u>Hotelmanagement:</u> Die Teilnehmer sollen den deutschen Hotelmarkt mit seiner Marktstruktur und seinen Marktentwicklungen sowohl aus Anbietersicht als auch aus Nachfragersicht kennen lernen. Dabei werden neben der Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft auch wesentliche Strukturmerkmale des Beherbergungsgewerbes vermittelt. Es werden die Betriebsarten erarbeitet und mögliche Betreiberformen in der Hotellerie unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten analysiert. Die bereits bekannten Besonderheiten der Dienstleistung werden von den Teilnehmern in Bezug auf die Hotelleistung erneut betrachtet. Dies geschieht unter den Aspekten der Investition und Finanzierung, des Controllings, des Marketings, des Personal- und des Qualitätsmanagements. In diese Betrachtung fließen die aktuellen Konjunkturberichte des deutschen Hotel und Gaststättengewerbes mit ein.</p> <p><u>Nachhaltiges Tourismusmanagement:</u> Die Studierenden können Zusammenhänge zwischen dem Handlungsfeld Tourismus und ökologischen Fragestellungen erkennen und bewerten. Im Rahmen eines umweltverträglichen Tourismusmanagements entwickeln die Studierenden Problembewusstsein und entsprechende Handlungskompetenz im Hinblick auf die Nachhaltigkeit.</p>					

Inhalte

Touristische Märkte: Struktureller Aufbau der Tourismusorganisation in Deutschland und den Nachbarstaaten. Vor- und Nachteile der Aufbauorganisation in Deutschland.

Management und Marketing von Tourismusorten und -regionen: Organisationsformen, Unternehmensführung, Wirtschaftlichkeitsverbesserungen, Marketingprozesse für Destinationen.

Planungssysteme für eine Destination: Entwicklung touristischer Leitbilder.

Inhaltliche Abgrenzung der relevanten Tourismusformen. Bedeutung der jeweiligen Märkte anhand der Untersuchung diverser Kennzahlen, Verbreitung und touristischem Stellenwert. Angebots- und Nachfrageranalyse (inklusive zielgruppenspezifischen Untersuchungen des jeweiligen Segments).

Untersuchung von Fallbeispielen anhand einzelner Destinationen bzw. Reiseveranstalter.

Hotelmanagement: Der deutsche Hotelmarkt in Zahlen und die Markenhotellerie in Deutschland.

Strukturmerkmale im Beherbergungsgewerbe. Die Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft. Mögliche Betreiberkonzepte in der Hotellerie und ihre wirtschaftlichen Vor- und Nachteile. Besonderheiten der Investition und Finanzierung, des Controllings, des Marketings, des Personalmanagements und des Qualitätsmanagements in der Hotellerie.

Nachhaltiges Tourismusmanagement: Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Berührungspunkte von Tourismus und Ökologie (Umweltaspekte von Tourismus). Vertiefend werden Grundlagen des Umweltmanagements (ISO 14001 und EMAS), Konfliktvermeidungsmechanismen, wie planerische Vorgaben, Umweltpolitik und Vorsorgeorientierung behandelt. Im Rahmen von Fallstudien werden die Kenntnisse des Umweltmanagements auf die Akteure im Tourismus bezogen und Handlungsszenarien für ein Nachhaltiges Tourismusmanagement entwickelt.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Kirstges, T. (2005): Expansionsstrategien im Tourismus: Marktanalyse und Strategiebausteine unter besonderer Berücksichtigung mittelständischer Reiseveranstalter, Wilhelmshaven

Pompl, W. (1994): Touristikmanagement 1 und 2, Berlin u.a.

Henschel, Karla (2001): Hotelmanagement, München, Wien

Dettmer, Harald (Hrsg.) (1999): Betriebswirtschaft für das Gastgewerbe (managementorientiert), 2., vollständig überarbeitete und ergänzte Aufl., Hamburg

Skript

Foliensammlung



Nr: TM 3/3b	Pflichtmodul: Case Studie Leisure Travel	Sprache: Deutsch		Credits: 9	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projektbericht	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 159 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Touristikmanagement oder Destinationsmanagement / Case Studies		Herr Prof. Dr. Küblböck		Seminar	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Touristikmanagement oder Destinationsmanagement / Case Studies:</u> Vertiefung der theoretischen Erkenntnisse aus der Veranstaltung Management von Zielgebieten und Tourismusorganisationen und Einblick in die Probleme der praktischen Umsetzung. Bearbeitung von Fallstudien und/oder Projekten. Arbeit im Team, moderierte Workshops.</p> <p>Vertiefung der theoretischen Erkenntnisse aus den Veranstaltungen Reiseveranstalter- und Reisemittlermanagement sowie Einblick in die Probleme der praktischen Umsetzung. Bearbeitung von Fallstudien und/oder Projekten. Arbeit im Team, moderierte Workshops.</p>					
Inhalte					
<p><u>Touristikmanagement oder Destinationsmanagement / Case Studies:</u> Untersuchung der Vor- und Nachteile bestehender Rechtsformen, Fallbeispiele zu Unternehmensführung, Wirtschaftlichkeitsverbesserungen und Marketingprozessen für Destinationen. Planungssysteme für eine Destination: Erarbeitung und Entwicklung touristischer Leitbilder.</p> <p>Untersuchung von Fallbeispielen zu Unternehmensführung und Marketing von Reiseveranstaltern, Reisemittlern und anderen Anbietern. Marktanalysen und Machbarkeitsstudien.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Bieger, T. (2008): Management von Destinationen. München, Wien</p> <p>Freyer, W. (2007): Tourismusmarketing. München, Wien</p> <p>Flick, U. (2000): Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reineck bei Hamburg</p> <p>Girtler, R. (2001) Methoden der Feldforschung. Wien</p> <p>Kromrey, H. (2000): Empirische Sozialforschung. Opladen</p> <p>Mayring, P. (1996): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim</p> <p>Foliensammlung</p> <p>Projektbezogenes Material der Kooperationspartner</p>					



Nr: TM 4	Pflichtmodul: Fachtagung	Sprache: Deutsch		Credits: 3 + 5*	
		Häufigkeit: jährlich im SS* jährlich im WS		Semesterlage: 3, 4*	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projektbericht	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 81 Std.	Selbststudium: 159 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Veranstaltungsmanagement: Theorie und Praxis		TM4		Seminar	2
Veranstaltungsmanagement: Theorie und Praxis*		TM4		Seminar	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Die Studierenden sollen die Instrumentarien des Veranstaltungsmanagements in ihrer theoretischen Funktion und in der praktischen Anwendung kennen lernen. Die konkrete Planung und Durchführung der Fachtagung Tourismusmanagement bildet dazu den Rahmen.					
Inhalte					
Veranstaltungsmanagement wird als konkreter, gestalteter und dokumentierter Prozess erlebt. Netzplantechnik, Methoden der Zeiteffizienz, Kostenkalkulation, Entwicklung von Sponsoringmodulen und ihre Vermarktung, Locationmanagement, Catering, die Rolle des Projektleiters werden von den Studierenden in einem konkreten Verwendungsrahmen erprobt. Die gesammelten Erfahrungen werden dokumentiert und kritisch reflektiert.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Boy, J.; Dudek, Chr.; Kuschel, S. (2000): Projektmanagement, Offenbach					
Fircks von, A. (1999): Veranstaltungen perfekt organisieren, Berlin					
Steinbuch, P.A. (2000): Projektorganisation und Projektmanagement, Ludwigshafen					
Folien, Skript					



Nr: TM 5 / 1 TM 5 / 2* TM 5 / 3 TM 5 / 4* TM 5 / 5	Pflichtmodul: Fremdsprachliche Kompetenz	Sprache: fallweise		Credits: 3 + 2* + 3 + 2* + 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS jährlich im SS*		Semesterlage: 1 - 5	
		Workload: 480 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 136 Std.	Selbststudium: 344 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Zweite Fremdsprache I		N.N.		Seminar	2
Zweite Fremdsprache II* (Vorleistung KL 60)		N.N.		Seminar	1
Zweite Fremdsprache III		N.N.		Seminar	2
Zweite Fremdsprache IV* (Vorleistung Hausarbeit)		N.N.		Seminar	1
Zweite Fremdsprache V (Vorleistung KL 90)		N.N.		Seminar	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen Sprachanfänger sollen mit den Grundlagen der beruflichen Kommunikation vertraut gemacht werden.					
Inhalte Erarbeiten einer Grundlage Vokabeln und Grammatik der jeweiligen Fremdsprache. Gesprächsführung und Ausdruck in der täglichen Anwendung.					
Literatur und Arbeitsmaterialien Je nach Fremdsprache.					



Nr: TM 6	Pflichtmodul: Betreute Praxisphase mit Bachelorarbeit und Kolloquium	Sprache: Deutsch		Credits: 30 (18* + 12)	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 6	
		Workload: 900 Std.		Prüfungsform: BA	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 0 Std..	Selbststudium: 900 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam <u>(verantwortlich)</u>		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Betreute Praxisphase*		Betreuender Dozent		B	-
Bachelorarbeit und Kolloquium		Betreuender Dozent		B	-
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: TM					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Mit ihrer Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Problem-/Aufgabenstellung aus ihrer Fachrichtung, die von einem Betreuer(in) / Erstprüfer(in) nach Absprache mit dem Studierenden formuliert wird, selbständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können. Das genaue Verfahren dazu regelt die Prüfungsordnung.</p>					
Inhalte					
<p>Die jeweilige Problem-/Aufgabenstellung.</p> <p>Die betreute Praxisphasen werden in aller Regel so gestaltet, dass die Studierenden an einem Projekt in der Praxisstelle mitarbeiten bzw. in diesem Rahmen ein in sich abgeschlossenes Teilprojekt erhalten. Neben der allgemeinen Orientierung in dem Unternehmen / in der Praxisstelle bzw. der Einrichtung einer Arbeitsumgebung, verwenden die Studierenden die erste Zeit des Praxissemesters darauf, sich einzuarbeiten. In aller Regel wird aus der von der Praxisstelle gestellten Problem-/Aufgabenstellung das eigentliche Thema für die Bachelorarbeit in Abstimmung mit dem Betreuer der Hochschule abgeleitet. Nach der offiziellen Ausgabe des Themas durch den Prüfungsausschuss ist die eigentliche Erstellung der Bachelorarbeit ein kontinuierlicher Prozess, der in aller Regel während des Praxissemesters (im letzten Drittel) begonnen wird und nach Beendigung intensiviert wird. Die Betreuung der betreuten Praxisphase und die Betreuung der Bachelorarbeit erfolgt i. d. R. durch denselben Betreuer.</p> <p>Da die Bachelorarbeit während der Praxisphase begonnen werden soll, drücken die Credits eine anteilige Wertung von Praxisphase und Bachelorarbeit aus.</p>					
Voraussetzung für die Teilnahme					
<p>Die Bedingungen zum Beginnen der Bachelorarbeit werden durch die Prüfungsordnung und deren ergänzender Beschlüsse des Prüfungsausschusses geregelt.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien und Arbeitsmaterialien					
<p>Die jeweils relevanten Literatur und Arbeitsmaterialien.</p>					



**Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter**

Anlage 3

Praxissemesterrichtlinie Bachelor-Studiengänge

§ 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung gilt für alle grundständigen Bachelorstudiengänge der Karl-Scharfenberg-Fakultät Salzgitter der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel.

§ 2 Ziele und Grundsätze

- (1) Gemäß den Prüfungsordnungen für grundständige Bachelorstudiengänge ist eine betreute Praxisphase (Praxissemester), die auch im Ausland durchgeführt werden kann, in das Studium integriert.
- (2) Im Praxissemester sollen die Studierenden lernen, das durch das Studium erworbene Wissen in ein dem Ausbildungsziel entsprechendes Handeln umzusetzen. Das praktische Studium im Praxissemester soll unter der Anleitung durch den Ausbildungsbetrieb (Praxisstelle) und die Fachhochschule erfolgen. Im Praxissemester sollen weitgehend selbständige Leistungen erbracht werden.
- (3) Während eines Praxissemesters sollen die Studierenden verschiedene Aspekte der betrieblichen Entscheidungsprozesse sowie deren Zusammenwirken kennen lernen und vertiefte Einblicke in technische, organisatorische, ökonomische, rechtliche und soziale Zusammenhänge des Betriebsgeschehens erhalten.
- (4) Im Allgemeinen wird mit der Praxisstelle die Ausführung einer praktischen Aufgabe vereinbart. Die Aufgabenstellung soll in fachlicher und terminlicher Hinsicht überschaubar sein, dem Ausbildungsstand der Studierenden entsprechen und auf das Lernziel des Praxissemesters ausgerichtet sein.

§ 3 Zulassung zum Praxissemester

- (1) Die Studierenden werden zu einem Praxissemester zugelassen, wenn
 - die Anmeldung bis zum letzten Tag des Prüfungszeitraumes des vor dem Praxissemester liegenden Theoriesemesters erfolgt ist,
 - die Praxisstelle durch die/den Praxissemesterbeauftragte(n) anerkannt wurde,
 - der Praxissemestervertrag durch die Hochschule ohne Beanstandungen geprüft wurde,
 - eine fachlich kompetente und prüfungsberechtigte Lehrkraft der Fakultät ihre Betreuung zugesichert hat.
- (2) Die Zulassung zum Praxissemester setzt voraus, dass bis auf die Modulprüfungen des letzten Theoriesemesters vor dem Praxissemester und zwei Modulprüfungen des vorletzten Theoriesemesters vor dem Praxissemester alle Modulprüfungen bestanden wurden.

§ 4 Beginn und Dauer des Praxissemesters

- (1) Ein Praxissemester beginnt parallel zum Verwaltungssemester am 1.3. (Sommersemester) bzw. 1.9. (Wintersemester) eines jeden Jahres. Abweichend kann ein Praxissemester auch bereits nach Beendigung des vorangegangenen Prüfungszeitraumes begonnen werden.
- (2) Die berufspraktische Tätigkeit muss mindestens 18 Wochen betragen (ohne Urlaub), dabei ist von der üblichen betrieblichen Wochenarbeitszeit auszugehen.
- (3) Das Praxissemester ist in einem zusammenhängenden Zeitraum bei nur einer Praxisstelle durchzuführen. In Ausnahmefällen kann durch einen begründeten Antrag an die/den zuständige(n) Praxissemesterbeauftragte(n) die Zerteilung eines Praxissemesters genehmigt werden.

§ 5 Betreuung des Praxissemesters durch die Hochschule

- (1) Die Fakultät beauftragt HochschullehrerInnen ihrer Fakultät als Praxissemesterbeauftragte, die eine sachgerechte Durchführung der Praxissemester überwachen und als AnsprechpartnerInnen gelten. Zu ihren Aufgaben gehört die Koordinierung der zwischen den Praxisstellen außerhalb der Hochschule und der Hochschule auftretenden Fragen, insbesondere die Genehmigung der Praxisstellen.
- (2) Die Studierenden werden während des Praxissemesters durch eine fachlich kompetente und prüfungsberechtigte Lehrkraft der Fakultät betreut.
- (3) Für die organisatorische Abwicklung der Praxissemester ist in Absprache mit der Fakultät Career Service zuständig. Er entwickelt und aktualisiert in Zusammenarbeit mit der Fakultät Konzepte zur Durchführung von Praxissemestern und informiert und berät die Studierenden bei Fragen, die das Praxissemester und die Praxisstellen betreffen.

§ 6 Durchführung des Praxissemesters

- (1) Das Praxissemester vorbereitende und begleitende Veranstaltungen werden von dem Career Service in Abstimmung mit der Fakultät organisiert und durchgeführt.
- (2) Die Wahl der Praxisstelle ist den Studierenden freigestellt. Vor Beginn eines Praxissemesters ist zwischen der/dem Studierenden und der Praxisstelle ein Vertrag abzuschließen. Grundsätzlich ist jedoch vor Abschluss des Vertrags die Zustimmung der oder des Praxissemesterbeauftragten unter Vorlage des Ausbildungsvertrags einzuholen.
- (3) Das Praxissemester soll möglichst in Tätigkeitsbereichen durchgeführt werden, die der Ausbildungsrichtung entsprechen oder als verwandte Fachgebiete anzusehen sind.

- (4) Die Praxisstelle soll neben den vertraglichen Festlegungen u. a. gewährleisten, dass
- ein geeigneter Arbeitsplatz zur Verfügung steht,
 - während des gesamten Praxissemesters ein dem Ausbildungsziel entsprechendes Arbeiten gewährleistet ist,
 - zur Betreuung der berufspraktischen Tätigkeit ein sachkundiger Mitarbeiter zur Verfügung steht.

§ 7 Anerkennung des Praxissemesters

- (1) Wurde das Praxissemester vorschriftsmäßig durchgeführt, ein Tätigkeitsnachweis von der Praxissemesterstelle beigebracht sowie der von Career Service herausgegebene Fragebogen zur Praxissemesterstelle ausgefüllt und abgegeben, wird das Praxissemester als "mit Erfolg abgeleistet" anerkannt. Wurde für einen Studiengang eine begleitende Veranstaltung für das betreffende Praxissemester angesetzt, so ist die Teilnahme Voraussetzung für die Anerkennung des Praxissemesters.
- (2) Die Anerkennung des Praxissemesters wird in folgenden Fällen verweigert:
- die Praxissemesterstelle weist nach, dass den Verpflichtungen aus dem geschlossenen Ausbildungsvertrag nicht nachgekommen wurde,
 - die oder der Studierende war wegen nachgewiesener Krankheit oder anderer anerkannter triftiger Gründe in mehr als 1/3 der im Ausbildungsvertrag vereinbarten Arbeitszeit nicht arbeitsfähig.
- (3) Angefertigte Bachelorarbeiten werden unabhängig von den Leistungen im Praxissemester bewertet.

§ 8 Anerkennung von äquivalenten Tätigkeiten

Der einschlägige Abschluss einer Berufsausbildung wird grundsätzlich nicht auf die verlangte berufspraktische Tätigkeit im Praxissemester angerechnet. Dies gilt auch für sonstige berufspraktische Tätigkeiten.