



# **Modulhandbuch**

## **Bachelor Tourismusmanagement**

Fakultät Angewandte Wirtschaftswissenschaften (School of Management)

Prüfungsordnung 01.10.2024

Stand: 02.10.2025 10:25

# Inhaltsverzeichnis

T-01 Statistische Anwendungen .....	4
T-02 Mathematische Anwendungen .....	7
T-03 Volkswirtschaft .....	10
T-04 Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden I .....	15
T-05 Externes Rechnungswesen .....	19
T-06 Grundlagen Tourismus (Angebot, Nachfrage) .....	22
T-07 English for Tourism I .....	26
T-08 Turismo: lengua y cultura I .....	30
T-09 Finanz-, Risikomanagement & Controlling .....	34
T-10 Recht & Compliance .....	39
T-11 Internes Rechnungswesen .....	50
T-12 Grundlagen Tourismusmanagement-Steuern .....	52
T-13 Reiseveranstaltungs- und Reisevertriebsmanagement .....	56
T-14 Marketing .....	60
T-15 Personal & Organisation .....	63
T-16 IT, KI & Data Mining .....	67
T-17 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement I .....	70
T-18 Unternehmensführung .....	74
T-19 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) I .....	79
T-20 Umweltmanagement .....	82
T-21 Empirische Sozialforschung .....	85
T-22 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement I .....	90
T-23 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement II .....	93
T-24 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) II .....	97
T-25 English for Tourism II .....	100
T-26 Turismo: lengua y cultura II .....	104
T-27 Betriebspraktikum .....	108
T-28 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) .....	112
T-29 Destinationsmanagement / Regionalentwicklung I .....	116
T-30 Tourismuspolitik .....	119
T-31 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement I .....	120
T-32 Hospitality-Management I .....	125
T-33 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement II .....	131



<b>T-34 Businessplanseminar</b> .....	134
<b>T-35 Destinationsmanagement / Regionalentwicklung II</b> .....	137
<b>T-36 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement II</b> .....	140
<b>T-37 Hospitality-Management II</b> .....	145
<b>T-38 Interkulturelle Kompetenz</b> .....	151
<b>T-39 Bachelorthesis</b> .....	155



## T-01 Statistische Anwendungen

Modul Nr.	T-01
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Hagl
Kursnummer und Kursname	T-01 Statistische Anwendungen
Lehrende	Prof. Dr. Stefan Hagl Corina Welsch
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb der Kenntnis der wesentlichen Methoden der Statistik und der Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen der Wirtschaftswissenschaften und beruflichen Praxis anzuwenden.

**Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:**

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der statistischen Modellierung in den Wirtschaftswissenschaften

Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Gruppenarbeit und Teamarbeit.



**Methodenkompetenz:** Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse statistischer Methoden zur Bearbeitung betrieblicher Aufgaben (Behandlung komplexer Zusammenhänge mit Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Funktionen (mehrerer) Variablen als Basis zum Verständnis von Modellen, empirische Datenerhebung, Datenanalyse, schließende Statistik, deskriptive Statistik)

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind zu vertieften eigenem Zeitmanagement und zum Selbststudium befähigt, da sie ca. 50 % mit virt. Lehre den Stoff erarbeiten.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- Sie wenden formale und mathematische Kompetenzen bei der formalen Beschreibung von Problemen an.
- Sie analysieren exemplarisch mathematische Berechnungen mit EXCEL.
- Sie besitzen Kenntnisse in den Grundlagen der deskriptiven und schließenden Statistik, im Besonderen in deren Anwendung auf betriebliche und betriebswirtschaftliche Sachverhalte.
- Sie wenden die erworbenen Kenntnisse bei der Lösung von Rechenaufgaben und Fallstudien zur statistischen Datenerhebung erfolgreich an.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Als Grundlagenmodul sind seine Kenntnisse notwendig für die Module "Volkswirtschaftslehre", "Investition und Finanzierung" und "Einkauf und Logistik".

Dieses Modul kann in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik", "Tourismusmanagement" und "Volkswirtschaftslehre" verwendet werden.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine Zugangsvoraussetzungen. Die Studierenden erhalten eine Liste, welche Teilkapitel sie virtuell bis zu welchem Präsenztermin vorbereiten müssen.

## **Inhalt**

Inhalte von **Statistik** sind folgende:

1. Grundbegriffe der Statistik: Erhebung, Merkmale, Skalen
2. Diskrete/klassierte Häufigkeitsverteilungen, grafische Darstellungen
2. Lageparameter und Streuungsmaße
3. Konzentrationsmaße und grafische Darstellung von Konzentration
4. Gliederungszahlen, Messziffern, Indexzahlen, Preis-/Mengenindizes
5. Bivariate Regressions- und Korrelationsanalyse
6. Wahrscheinlichkeitsrechnung



7. Zufallsvariablen und ihre diskreten und stetigen Verteilungen
8. Stichprobenverteilungen
9. Punktschätzung und Intervallschätzung
10. Signifikanztests, insbesondere Parametertests, Chi-Quadrat-Test und F-Test

## **Lehr- und Lernmethoden**

Blended Learning: interaktive Videos mit den Vorlesungen, Selbsttest am PC, seminaristischer Unterricht zum Fragen Beantworten, Aufgaben Lösen und Fallstudien Besprechen.

Gruppenarbeit

vorlesungsbegleitende Tutorien;

kollaboratives Lernen mit E-Learning

## **Empfohlene Literaturliste**

Bourier, G.: Beschreibende Statistik, Springer Gabler, 12. Aufl., 2014

Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Springer Gabler, 8. Aufl., 2013

Grabmeier J., Hagl, S.: Statistik - Grundwissen und Formeln, Haufe, 2. Auflage, 2012

Schwarze J.: Grundlagen der Statistik: Band 1, nwb Studium, 12. Aufl., 2014

Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik: Band 2, nwb Studium, 10. Aufl., 2013



## T-02 Mathematische Anwendungen

Modul Nr.	T-02
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Marcus Dittrich
Kursnummer und Kursname	T-02 Mathematische Anwendungen
Lehrende	Prof. Dr. Marcus Dittrich
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb der Kenntnis der wesentlichen Methoden der Wirtschaftsmathematik und der Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen des Tourismusmanagements anzuwenden. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

#### **Fachkompetenz:**

Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der mathematischen Modellierung im Tourismusmanagement,

#### **Sozialkompetenz:**



Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Gruppenarbeit und Teamarbeit.

### **Methodenkompetenz:**

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse mathematischer Methoden zur Bearbeitung betrieblicher Aufgaben:

- Finanzmathematik
- Lineare Gleichungssysteme
- Funktionen (mehrerer) Variablen als Basis zum Verständnis von Modellen
- Anwendung der Differentialrechnung zum Lösen von Optimierungsproblemen).

### **Persönliche Kompetenz:**

Die Studierenden sind zu vertieften eigenem Zeitmanagement und zum Selbststudium befähigt, da sie den Stoff zum Teil mit virtueller Lehre erarbeiten.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine

## **Inhalt**

- Mathematische Grundkenntnisse (Logik, Arithmetik, Folgen und Reihen)
- Funktionen mit einer unabhängigen Variablen (Abbildungen, Lineare und Nichtlineare Funktionen und ihre ökonomischen Anwendungen)
- Differentiation und ihre ökonomische Anwendung (Differentiationsregeln, Höhere Ableitungen, Kurvendiskussion, Elastizität)
- Lineare und Nichtlineare Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen und ihre ökonomische Anwendungen
- Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen (Partielle Ableitung auch höherer Ordnung, Extremwertbestimmung)
- Finanzmathematik (Zinseszinsrechnung und stetige Verzinsung, vor- und nachschüssige Rentenrechnung, Tilgungsrechnung, Kapitalwertmethode)

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Übungen.

Blended Learning: interaktive Videos mit Vorlesungen, Selbsttest am PC, seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen.

## **Besonderes**

50% virtueller Anteil



## Empfohlene Literaturliste

- Auer, B.; Seitz, F., Grundkurs Wirtschaftsmathematik, Gabler Verlag, 4. Auflage, 2013.
- Holland, H., Holland, D., Mathematik im Betrieb, 13. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2021.
- Puff, F., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler kompakt, 3. Auflage, vieweg+Teubner Verlag, Braunschweig, 2009.



## T-03 Volkswirtschaft

Modul Nr.	T-03
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Paul Bisani
Kursnummer und Kursname	T-03 Volkswirtschaft
Lehrende	Katharina Götz Dr. Veronika Sweet Stefan Swihota
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Gewichtung der Note	7/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses über wirtschaftliche Zusammenhänge in einer Volkswirtschaft sowie Besonderheiten der Freizeitwirtschaft ? Fähigkeit, volkswirtschaftliche, freizeitökonomische und wirtschaftspolitische Fragestellungen in das betriebliche Geschehen einzuordnen, zu bewerten und Handlungsempfehlungen bei Veränderungen zu erarbeiten.

**Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:**

**Fachkompetenz :** Die Studierenden kennen die wichtigsten volkswirtschaftlichen und freizeitökonomischen Begriffe, Theorien und Konzepte sowie Wirkungsweisen der Wirtschaftspolitik. Sie erkennen die Grenzen und Möglichkeiten der Wirtschaftspolitik.



Sie können eigenständig volkswirtschaftliche und freizeitökonomische Zusammenhänge sowie wirtschaftliche und wirtschaftspolitische Entwicklungen analysieren und beurteilen sowie dabei tourismusspezifische Gegebenheiten berücksichtigen. In diesem Zusammenhang können sie auch Handlungsempfehlungen für konkrete unternehmerische Aktivitäten entwickeln.

**Sozialkompetenz** : Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze zu für Tourismusunternehmen relevante gesamtwirtschaftlichen und freizeitökonomischen Fragestellungen im Team und präsentieren diese im Plenum.

**Methodenkompetenz** : Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken von Veränderungen in der Volkswirtschaft und am Freizeitmarkt rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

**Persönliche Kompetenz** : Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller wirtschaftspolitischer und freizeitökonomischer Fragestellungen zum Selbststudium befähigt sowie auch zu studien- und wissenschaftsorientiertem Zeitmanagement.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Für diesen Studiengang:

keine andere Verwendbarkeit, da Pflichtmodul

Für andere Studiengänge:

Das Modul ist in anderen Studiengängen der THD nicht verwendbar, da die Inhalte der Module in TM zu studiengangspezifisch sind, um in anderen Studiengängen angerechnet zu werden.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

## Inhalt

### T1103 Volkswirtschaft

1. Überblick über die wichtigsten volkswirtschaftlichen Grundbegriffe, Theorien und Fragestellungen

2. Grundtypen der Wirtschaftssysteme als Basis für das Verständnis der gegenwärtigen Wirtschaftsordnungen



3. Märkte, Wettbewerb und Preisbildung
  - 3.1. Überblick über die Theorie der Marktformen und Marktmechanismen
  - 3.2. Preisbildung unter verschiedenen Wettbewerbsbedingungen
  - 3.3. Verständnis der marktwirtschaftlichen Funktionen des Wettbewerbs
4. Angebots- und Nachfrageverhalten, Besonderheiten der touristischen Märkte
5. Grundzüge der makroökonomischen Theorie, gesamtwirtschaftliche Instabilitäten
6. Einblick in die Bedeutung des Geld- und Kreditwesens
7. Grundzüge des Staatshaushaltes und der Finanzpolitik, Unwirtschaftlichkeit im Staatssektor, Staatsverschuldung
8. Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Volkswirtschaft, Einkommens- und Vermögensverteilung, Problematik der Schattenwirtschaft
9. Außenwirtschaft und internationale Wirtschafts- und Währungsordnung
10. Konzepte und Zielsetzungen volkswirtschaftlicher Fremdenverkehrspolitik

### **T1104 Freizeitökonomie**

1. Definition Freizeitökonomie
  - 1.1. Freizeit und Menschenbild
  - 1.2. Dualismus von Arbeit und Freizeit
  - 1.3. Interkulturelle Bedeutung der Freizeit
  - 1.4. Ökonomie und Freizeit
2. Freizeittheoretische Erklärungsansätze?
  - 2.1. ?verhaltensorientiert betrachtet,
  - 2.2. ?gesellschaftsorientiert betrachtet und
  - 2.3. ? freizeitökonomisch betrachtet sowie
  - 2.4 ? ihre Bedeutung für den Konsum
3. Freizeitwert eines Standortes
  - 3.1. Region
  - 3.2. Destination
  - 3.3. Fremdenverkehrspolitik



4. Ökonomischer Wert der Freizeit (Freizeit und Lebensqualität)
5. Mikroökonomische Fragestellung der Freizeitökonomie
  - 5.1. Nutzenmaximum von Freizeit und Einkommen
  - 5.2. Gütertypen in der Freizeitwirtschaft
  - 5.3. Besonderheiten der individuellen Freizeitnachfrage
6. Freizeitmarkt und Freie-Zeit-Markt
  - 6.1. Freizeitkonsum
  - 6.2. Freizeitbeschäftigungen und -interessen
  - 6.3. Freizeitanbieter
  - 6.4. Konsum und Freizeitwelten in der Zukunft
7. Makroökonomische Fragestellungen
  - 7.1. Freizeitwirtschaft - ein Wachstumsmarkt
  - 7.2. Freizeitwirtschaft und Schattenwirtschaft
  - 7.3. Freizeitwirtschaft in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung

## **Lehr- und Lernmethoden**

Grundlagenvermittlung als Vorlesung,  
Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von  
Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen,  
Gruppenarbeit,  
Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes

## **Besonderes**

Regelmäßig 1 Gastvortrag

## **Empfohlene Literaturliste**

Oliver Lorz, Marten Endrikat, Horst Siebert, Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 16.  
Aufl., Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2022

Robert Richter, Grundfragen der volkswirtschaftslehre aus globaler sicht kipp & klar,  
Gabler Verlag, Wiesbaden 2021

Opaschowski, H. W., Pries, M., Reinhardt, U., 2006, Freizeitwirtschaft - Die Leitökonomie  
der Zukunft, LIT-Verlag.

Freeriks, R., Hartmann, R., Stecker, B., 2010, Freizeitwissenschaft, Oldenbourg Verlag.



Deutsche Bundesbank, Monatsberichte (zu Veranstaltungsbeginn bzw. während des Semesters vorgegebene Beiträge)

Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen werden vor Veranstaltungsbeginn umfassende Skripte mit Übungsaufgaben im iLearn bereitgestellt.



## T-04 Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden I

Modul Nr.	T-04
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-04 Wissenschaftliches Arbeiten & Forschungsmethoden
Lehrende	Dr. Melanie Hazod Prof. Dr. Johannes Klühspies N.N.
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsmethoden verfolgt das Ziel, den Studentinnen und Studenten ein fundiertes Verständnis und praxisnahe Fähigkeiten in der wissenschaftlichen Forschung und deren Methoden zu entwickeln. Es befähigt die Studentinnen und Studenten dazu, eigenständig wissenschaftliche Fragestellungen zu formulieren, umfassend relevante Fachliteratur zu identifizieren, kritisch zu bewerten und Forschungsansätze methodisch fundiert zu gestalten. Ein weiterer Fokus liegt



auf dem Erwerb von Kompetenzen in den Bereichen Datensammlung, -analyse und -interpretation sowie im wissenschaftlichen Schreiben und der Präsentation von Forschungsergebnissen. Die Studentinnen und Studenten lernen, die Bedeutung und den Mehrwert wissenschaftlicher Arbeit zu erkennen, sich einen umfassenden Überblick über aktuelle wissenschaftliche Diskurse zu verschaffen und mit unterschiedlichen wissenschaftlichen Positionen konstruktiv und kritisch umzugehen. Sie werden darauf vorbereitet, Forschungsergebnisse nach den Grundsätzen guter wissenschaftlicher Praxis klar und verständlich aufzubereiten.

Hierfür sind insbesondere folgende Fertigkeiten von Bedeutung:

- Effizientes und zielgerichtetes Recherchieren zu wissenschaftlichen Themen unter Einbeziehung vielfältiger Ressourcen wie Bibliotheken, dem Internet, Datenbanken und KI-Anwendungen.
- Fachgerechtes Aufbereiten von Informationen für schriftliche Arbeiten wie Hausarbeiten, Berichte zu Praxisprojekten und möglicherweise die Bachelorarbeit.
- Einhaltung der formalen Standards wissenschaftlichen Arbeitens, insbesondere korrekte Zitierweisen und die Nutzung präziser Sprache.
- Akribische Dokumentation und Analyse von Daten.
- Tiefgehendes Verständnis für das Lesen wissenschaftlicher Texte.
- Strukturiertes Verfassen wissenschaftlicher Texte.
- Kritische Analyse und Darstellung von Forschungsmaterial sowie die Präsentation von Ergebnissen.
- Beachtung wissenschaftsethischer Prinzipien, einschließlich der Vermeidung von Plagiaten.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

VW-102 Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsmethoden

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

### **Inhalt**

Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens: Dieser Bereich umfasst eine tiefgehende Einführung in die Philosophie der Wissenschaften, einschließlich des kritischen Denkens und der wissenschaftlichen Methodik. Es werden grundlegende Definitionen, die Ziele der Forschung sowie die ethischen Aspekte im Kontext naturwissenschaftlicher Untersuchungen hervorgehoben. Besondere Aufmerksamkeit gilt der Bedeutung und dem Aufbau von Hypothesen, Theorien und Modellen in den Naturwissenschaften.

Literaturrecherche und -bewertung: Hier erlernen die Studentinnen und Studenten fortgeschrittene Techniken der Literatursuche, einschließlich der Nutzung spezialisierter



Fachdatenbanken wie Researchgate, WebCat, Web of Science oder Scopus. Bewertungskriterien für wissenschaftliche Quellen werden mit einem kritikfähigen Fokus auf Peer-Review-Verfahren und den Impact Factor von Fachzeitschriften diskutiert. Es wird vermittelt, wie man die Relevanz und Glaubwürdigkeit wissenschaftlicher Publikationen einschätzt, um eine solide Grundlage für eigene Forschungsarbeiten zu schaffen.

Forschungsdesign und -methoden: Dieser Abschnitt vertieft qualitative und quantitative Forschungsmethoden mit einem Schwerpunkt auf deren Anwendung in den Naturwissenschaften. Es werden verschiedene Forschungsdesigns vorgestellt, darunter experimentelle Designs, Querschnitts- und Längsschnittstudien sowie mixed-methods Ansätze.

Datengewinnung und -analyse: Die Studentinnen und Studenten werden in erste Grundlagen der Datenerhebung eingeführt, mit einem Fokus auf experimentelle Techniken, Umfragemethoden und die Beobachtung. Die Betrachtung von Sekundärdaten aus dem Bereich der Geowissenschaften steht im Vordergrund.

Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren: Die Fähigkeit, Forschungsergebnisse klar und überzeugend zu kommunizieren, ist essenziell. Dieser Teil des Moduls behandelt die Struktur wissenschaftlicher Arbeiten, einschließlich der Anfertigung von Abstracts, Einleitungen, Methodik, Ergebnissen und Diskussionen. Die Studentinnen und Studenten lernen, wie man effektiv zitiert, um Plagiate zu vermeiden, und wie man Ergebnisse in wissenschaftlichen Journalen, Konferenzbeiträgen und Postern präsentiert. Ein besonderer Fokus liegt auf der visuellen Darstellung von Daten und der Nutzung von Präsentationssoftware zur Erstellung anschaulicher und informativer Präsentationen.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Das Modul kombiniert verschiedene Lehr- und Lernmethoden, um ein tiefgreifendes Verständnis der Inhalte zu gewährleisten:

- Vorlesungen vermitteln die theoretischen Grundlagen und Methoden.
- Seminare und Übungen dienen der Vertiefung des Stoffs durch Diskussionen, Gruppenarbeiten und praktische Übungen.
- Gastvorträge von Experten aus der Praxis bieten Einblicke in aktuelle Forschungsthemen und -methoden.
- Selbststudium und Literaturstudium ergänzen den Unterricht durch individuelle Recherche und Vertiefung.
- Projektarbeiten fördern das eigenständige wissenschaftliche Arbeiten anhand von realen Forschungsfragen.



## Empfohlene Literaturliste

Bergold, J., & Thomas, S. (2012). Partizipative Forschungsmethoden: Ein methodischer Ansatz in Bewegung. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 13, No. 1, p. 30).

Gröner, C. Forschungsmethoden Schreibtechniken, wiss. Sprache und Zitieren.

Fröhlich, M., Klein, M., & Emrich, E. (2023). Forschendes Lernen im und nach dem Studium Theorien, Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten. In *Sport: Das Lehrbuch für das Sportstudium* (pp. 29-54). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Zusätzlich wird empfohlen, aktuelle Fachartikel und Studien aus renommierten wissenschaftlichen Zeitschriften im Bereich der Verkehrswissenschaften und angrenzenden Disziplinen zu konsultieren, um ein Verständnis für die Anwendung der Forschungsmethoden in der Praxis zu entwickeln.



## T-05 Externes Rechnungswesen

Modul Nr.	T-05
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Petra Plininger
Kursnummer und Kursname	T-05 Externes Rechnungswesen
Lehrende	Marco Bauer Prof. Dr. Petra Plininger
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul *Rechnungswesen* soll die Studierenden fachlich in die Lage versetzen, sowohl Buchführung zu verstehen und Buchungen selbst durchzuführen als auch zur Kosten- und Leistungsrechnung einfache Konzepte und Instrumente zu entwickeln.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende methodischen Kompetenzen erreicht:

- Die Studierenden kennen die Buchungstechnik, um im Rahmen der Finanzbuchhaltung Geschäftsvorfälle abzubilden,



- Sie sind in der Lage, auf der Basis des HGB und EStG sowie den Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) Buchungen vorzunehmen,
- Sie kennen die grundlegenden Methoden und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR), um die Kostensituation in einem Unternehmen darzustellen und zu analysieren.
- Sie sind in der Lage, moderne Methoden und Instrument der KLR einzusetzen, um ein individuelles einfaches KLR-Konzept bzw. -instrument für ein mittelständisches Unternehmen zu entwickeln.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Das Modul ist ein Basisfach, das eine wichtige Voraussetzung für die Module „Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht“ und „Controlling und Treasury“ im 4. Sem. darstellt. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Controlling mit IT Anwendungen", Rechnungslegung und Bilanzanalyse", "Finanzmanagement und Finanzindustrie" sowie "Steuern- und Wirtschaftsprüfung":

Das Modul kann in den Studiengängen "Volkswirtschaftslehre", "Tourismusmanagement", "Wirtschaftsinformatik" sowie "International Management" und "Wirtschaftspsychologie" eingesetzt werden.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine; den Studierenden mit dem allgemeinen Abitur wird die Teilnahme am Propädeutikkurs „Buchführung“ empfohlen

## **Inhalt**

### **Externes Rechnungswesen**

- 1 Buchführungs- und Aufzeichnungsvorschriften
- 2 Organisation der doppelten Buchführung
- 3 Vermittlung der Buchungstechnik
- 4 Darstellung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB)
- 5 Sichere Verbuchung aller relevanten Geschäftsvorfälle unter Anwendung gesetzlicher Vorgaben für die Buchhaltung

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung mit gemeinsamer Erarbeitung des Stoffs anhand von Präsentationen und Übungsfällen; Seminaristischer Unterricht, Diskussionen und Teamarbeit



## **Besonderes**

Besuch eines Unternehmens (Praxisbesuch)

## **Empfohlene Literaturliste**

### **Pflichtlektüre:**

- Bornhofen , Buchführung 1, in aktueller (jährlich aktualisierte Auflage)
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, Verlag Vahlen, 2010
- Wedell, H., Grundlagen des Rechnungswesens, Band 1: Buchführung und Jahresabschluss, 11. Auflage, NWB-Verlag, Herne/Berlin, 2008

### **Zusätzlich empfohlene Literatur:**

- Coenenberg, A., Fischer, T., Günther, T. (2007), Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- Jórasz, W., Balzer, B., Kosten- und Leistungsrechnung: Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart



## T-06 Grundlagen Tourismus (Angebot, Nachfrage)

Modul Nr.	T-06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T-06 Grundlagen Tourismus (Angebot, Nachfrage)
Lehrende	Stephanie Brandl Prof. Dr. Suzanne Lachmann Theresa Troglauer
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses über wirtschaftliche Zusammenhänge in der Tourismusindustrie sowie deren Besonderheiten, Fähigkeit tourismuswissenschaftliche und -wirtschaftliche Fragestellungen adäquat in gegebene ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen einzuordnen bzw. deren Bedeutung zu bewerten und Handlungsempfehlungen bei Veränderungen zu erarbeiten.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die wichtigsten tourismusspezifischen Begriffe, Theorien und Konzepte sowie deren Wirkungsweisen. Sie erkennen die Grenzen



und Möglichkeiten tourismuswirtschaftlicher Aktivitäten. Sie kennen das Phänomen Tourismus unter der Berücksichtigung interdisziplinärer Ansätze. Sie sind in der Lage Nachfrage- bzw. Angebotsentwicklungen zu bewerten und sind mit den Besonderheiten touristischer Leistungen vertraut. Sie erwerben die Kompetenz verschiedene touristische Leistungsträger sowie deren Funktionen vorzustellen und zu klassifizieren. Die Studierenden sind fähig, tourismusrelevante Marktentwicklungen zu analysieren.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze zu für Tourismusunternehmen relevante ökonomischen, sozialen und ökologischen Fragestellungen im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken von Veränderungen der touristischen Märkte, bei Nachfragern und Leistungsträgern rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Die grundlegenden Prozessabläufe in der Tourismusindustrie sind ihnen vertraut. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt sowie auch zu studien- und wissenschaftsorientiertem Zeitmanagement.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Grundlage für insbesondere folgende Module ab dem 2. Semester

Tourismusmanagement:

T08 Grundlagen Tourismusmanagement, T11 Unternehmensführung, T13 Empirische Sozialforschung, T23 Businessplan, alle Kompetenzfelder KF-01 bis KF-07 und T 25 Bachelorarbeit.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die tourismuswirtschaftliche Grundbegriffe eine Rolle spielen. Z. B. für Geschäftsreisen aller Branchen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Regelmäßige Lektüre der fww, spätestens mit Aufnahme des Studiums, die Studienbewerber werden darüber beim Schnupperstudiumstag informiert.

## **Inhalt**

### 1. Grundlagen



- 1.1. Vom "Reisen" zum Tourismus
- 1.2. Entwicklung des Reisens
- 1.3. "Boombaktoren" des Reisens
- 1.4. Das System Tourismus
  
2. Bedeutung des Tourismus
  - 2.1. Allgemeine Beurteilungskriterien und -probleme des Tourismus
  - 2.2. Statistische Einschätzung
  - 2.3. Ökonomische Einschätzung
  - 2.4. Sozio-kulturelle Beurteilung
  - 2.5. Ökologische Beurteilung
  - 2.6. Tourismuskritik
  - 2.7. Individuelle Beurteilung
  
3. Die Nachfrageseite
  - 3.1. Vorbemerkung
  - 3.2. Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage
  - 3.3. Typologisierung der Tourismusnachfrage
  - 3.4. Die Reiseentscheidung
  - 3.5. Struktur der bundesdeutschen Reisenachfrage
  - 3.6. Das Reiseverhalten der Europäer
  
4. Das Tourismusangebot
  - 4.1. Vorbemerkung
  - 4.2. Einflussfaktoren auf das touristische Angebot
  - 4.3. Die Struktur des Angebotes: Produkte und Produzenten
  - 4.4. Hotellerie und Gastronomie
  - 4.5. Touristisches Transportwesen
  - 4.6. (Tourismus)Destinationen
  - 4.7. Reiseveranstalter
  - 4.8. Reisemittler
  - 4.9. Sonstige Leistungsträger
  
5. Touristische Märkte
  - 5.1. Ausgewählte Tourismusmärkte in Deutschland
  - 5.2. Ausgewählte internationale Tourismusmärkte

## **Lehr- und Lernmethoden**

Grundlagenvermittlung als Vorlesung, seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen in Kleingruppen, Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes.



Zur Verfügungstellung von touristischen Fachzeitschriften durch die Lehrende.

## **Besonderes**

Zentrales Grundlagenfach für alle weiteren Module

1 - 2 Gastvorträge von Führungskräften touristischer Leistungsträger

## **Empfohlene Literaturliste**

Berg, W., 2012, Tourismusmanagement, 3. Aufl., Friedrich Kiehl Verlag.

Bieger, T., Beritelli, P., 2013, Management von Destinationen, 8. Aufl., Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (7. Aufl.)

Conrady, R., et al., 2019, Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, 6. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag.

Dörnberg, von A., et al., 2018, Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management: Funktionen - Strukturen - Prozesse, 2. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (1. Aufl.)

Fugmann, R., 2017, Chinesische Touristen im Ausland: Im Spannungsfeld von Politik, Ökonomie und gesellschaftlichem Wandel, Profil Verlag. Hänssler, K. H., 2021, Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 10. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (9. Auflage)

Henschel, K., 2018, Hotelmanagement, 5. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (4. Auflage)

Holst, A., 2018, Kreuzfahrthäfen im Wettbewerb, De Gruyter Oldenbourg Verlag.

Kagermeier, A., 2020, Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt, 2. Aufl., UVK.

Schröder, V., 2017, Seilbahnunternehmen ? Verantwortlich für die Region?: Corporate Regional Responsibility im Tiroler Skitourismus, Profil Verlag.

Steinecke, A., Herntrei, M., 2017, Destinationsmanagement, 2. Aufl., UVK. E-Book vorhanden (1. Aufl.)

Wiesner, K. A., 2021, Standortmarketing, Kohlhammer Verlag.

Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein umfassendes Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt.



## T-07 English for Tourism I

Modul Nr.	T-07
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	T2101 English for Tourism I
Lehrende	Dozierende für AWP und Sprachen
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	2
ECTS	3
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Siehe Prüfungsplan AWP und Sprachen, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Gewichtung der Note	3/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul English for Tourism I zielt darauf ab, den Studierenden spezialisierte Sprachkenntnisse zu vermitteln, die für eine selbständige bzw. kompetente Tätigkeit in einem globalisierten Bereich des Tourismusmanagements notwendig sind. Das Ziel dabei ist es, die Beziehung der Studierenden zur englischen Sprache im geschäftlichen Bereich zu vertiefen und zu verfeinern, damit sie die Sprache effektiv und effizient als praktisches Kommunikationsmittel einsetzen können.

Im Modul werden die vier Grundfertigkeiten - Hören, Lesen, Sprechen und Schreiben - trainiert. Studierende erweitern ihren fachspezifischen Wortschatz und vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die sprachlichen Strukturen.



Das Hauptaugenmerk des Moduls ist die Optimierung der Sprachgewandtheit und die Verbesserung der Fähigkeit auf Englisch zu kommunizieren, um anspruchsvolle, längere Texte und Gespräche im fachlichen Kontext besser zu verstehen. Durch aufgabenbezogene Sprech-, Hör-, Lese- und Schreibaktivitäten optimieren Studierende ihre kommunikativen Fähigkeiten und erweitern ihr Ausdrucksvermögen. Dies ermöglicht ihnen sowohl das Teilnehmen an fachlichen Diskussionen, das Arbeiten im Team, das selbständige bzw. kompetente Erstellen relevanter Dokumente, und das erfolgreiche Präsentieren auf Englisch.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die folgenden Lernziele erreicht:

#### Fachkompetenz

Auf dem Niveau Englisch B2/C1 sollten die Studierenden in der Lage sein:

- Die englische Sprache auf einem sicheren Sprachniveau (B2/C1, GER) zu beherrschen und im Bereich Tourismusmanagement auch Fachdiskussionen und Verhandlungen zu verstehen und selbstwirksam daran teilzunehmen.
- Sie verfügen über Fähigkeiten, um Fachliteratur zu verstehen und zu analysieren und auf einem B2/C1 Niveau Texte zu verfassen.
- Die Studierenden besitzen Wissen über sprachliche Ausdrucksmittel auf B2/C1 Niveau im beruflichen Kontext.
- Sie verstehen komplexere Inhalte ihres Spezialgebietes und können relativ spontan und flexibel darüber diskutieren.
- Sie erwerben die Fähigkeit grammatikalische Strukturen funktionell und zielsicher in ihren zukünftigen Berufsfeldern anzuwenden.
- Eigene Meinungen und unterschiedliche Gesichtspunkte, wie auch die Abwägung der Vor- und Nachteile, können effektiv und möglichst spontan vorgebracht werden.

#### Methodenkompetenz

Die Methodenkompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, verschiedene Lern- und Arbeitsmethoden anzuwenden, um ihre sprachlichen und fachlichen Kenntnisse weiterzuentwickeln.

- Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten im Spracherwerb, in dem sie ihre individuellen Lernstile reflektieren.
- Sie können Informationen aus unterschiedlichen englischen Quellen filtern und für Diskussionen und Präsentationen verarbeiten.
- Sie sind in der Lage aktiv und möglichst selbstwirksam an Fachdiskussionen und -debatten im Bereich Tourismusmanagement teilzunehmen, indem sie Argumente präsentieren und konstruktives Feedback geben.
- Kritische Reflexion der eigenen Lernfortschritte und -strategien.

#### Soziale Kompetenz



Die soziale Kompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, in sozialen Interaktionen angemessen zu handeln, effektiv zu kommunizieren und erfolgreich in Gruppen zu arbeiten.

- Die Studierenden trainieren ihre sozialen Kompetenzen der Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit und des Verhandlungsgeschicks.
- Sie verfügen über kommunikative Fertigkeiten gemeinsam mit anderen Lösungen zu erarbeiten.
- Sie reflektieren ihre Lernerfahrungen aus eigenständigen Projekten und Teamarbeit.
- Sie empfinden Empathie und verfügen über die Fähigkeit, andere Perspektiven und Meinungen zu verstehen und angemessen zu reagieren.
- Sie erwerben die Fähigkeit zur konstruktiven Konfliktlösung und zur Vermittlung zwischen verschiedenen Standpunkten.

#### Persönliche Kompetenz

Die persönliche Kompetenz bezieht sich auf die individuellen Fähigkeiten, Einstellungen sowie Eigenschaften, die es den Studierenden ermöglichen, ihre Ziele zu erreichen, ihre persönliche Entwicklung voranzutreiben und erfolgreich zu agieren.

- Vermittlung von fundierten Sprachkenntnissen und Sozialkompetenzen, die für die persönliche Weiterentwicklung und die zukünftige Arbeitswelt elementar wichtig sind.
- Förderung der Problemlösungskompetenzen und der Fähigkeit, Lösungen relativ fließend auf Englisch zu erklären.

### **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Keine Verwendbarkeit in anderen Studiengängen.

### **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Die Voraussetzung, um am Modul erfolgreich teilnehmen zu können ist ein sicheres Sprachverständnis der englischen Sprache auf einem B2 Niveau, in Anlehnung an den Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER).

### **Inhalt**

- Tourismus heute
- Reiseveranstalter
- Eine Karriere im Tourismusbereich (Bewerbungen)
- Tourismusorganisationen und Fremdenverkehrsämter
- Reiseorte
- Reiseagenturen



- Reisevermittlungen
- Ein Reiseziel bewerben
- Kundenbeziehungen (mit Beschwerden umgehen)
- Hotelanlagen
- Touristeninformationszentren
- Die Vergangenheit vermarkten (Führungen, Denkmäler)
- Geschäftsreisen (Hotels, Fluglinien, Konferenzen)

## Lehr- und Lernmethoden

Der Fokus der Lehrmethoden liegt auf der Optimierung der vier Fertigkeiten (Hörverständnis, Sprechen, Lesen und Schreiben). Beispiele der angewendeten Lehrmethoden sind diverse Formen der Gruppen- und Einzelarbeit, Minipräsentationen, Übungen zum intensiven Lesen und Hören, Rollen- und Grammatikspiele, Loci-Methode, Laufdiktate, Übersetzungen, Peer-Feedback, Arbeit mit Lernstationen und verschiedenen Schreibaktivitäten zur Vertiefung des erlernten Stoffes.

Es werden wöchentlich Aufgaben zum Selbststudium gestellt.

## Besonderes

In allen Sprachkursen herrscht eine Anwesenheitspflicht von 75% um an der Prüfung teilnehmen zu dürfen.

## Empfohlene Literaturliste

Meyer, Erin (2016) *The Culture Map* , PublicAffairs: ISBN 978-1610392761

Doyle, C. (2016) *A Dictionary of Marketing* , 4th edition, Oxford University Press, Oxford: ISBN 978-0198736424

Emmerson, P. (2009) *Business Vocabulary Builder* , Macmillan Hueber, London Ismaning: ISBN 978-3190327225

Emmerson, P. (2007) *Business English Handbook Advanced* , Macmillan, Oxford: ISBN 978-3190625765

Murphy, R. (2012) *English Grammar in Use* , 4th edition, Cambridge University Press Klett, Cambridge Stuttgart: ISBN 978-3125354241

Strutt, P., Dubicka, I., O'Keeffe, M. (2015) *English for International Tourism - Upper Intermediate Coursebook*. 2. Aufl. Pearson Longman: ISBN 978-1447923916

Aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften, Zeitungen und von Webseiten.



## T-08 Turismo: lengua y cultura I

Modul Nr.	T-08
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	T2102 Turismo: lengua y cultura I
Lehrende	Dozierende für AWP und Sprachen
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	2
ECTS	2
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Siehe Prüfungsplan AWP und Sprachen, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Gewichtung der Note	2/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Spanisch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Turismo: lengua y cultura I (A2/1) zielt darauf ab, den Studierenden das Verstehen einfacher schriftlicher und mündlicher Informationen zu vermitteln.

Studierende sollen in der Lage sein, grundlegende Texte und Dialoge zu lesen und zu verstehen. Auch die Fähigkeit des Hörverstehens soll entwickelt werden, damit einfache Gespräche und Vorträge geführt werden können. Die Studierenden verbessern ihre mündlichen Kommunikationsfähigkeiten, sodass alltägliche Themen behandelt werden können und sie entwickeln die Fähigkeit, einfache Texte und kurze Mitteilungen zu schreiben.



Teil des Moduls ist der Aufbau des Basiswortschatzes und der Grammatikgrundkenntnisse. Zudem werden die Sprachkenntnisse in realen Situationen, z.B. bei Diskussionen, Präsentationen oder Rollenspielen praktisch angewendet. Darüber hinaus werden interkulturelle Kompetenzen entwickelt.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die folgenden Lernziele erreicht:

#### Fachkompetenz

Auf dem Niveau A2 sollten die Studierenden in der Lage sein:

- Einfache Anweisungen, Fragen und Anfragen zu verstehen und zu beantworten.
- Sich über grundlegende Themen des Alltags zu unterhalten.
- Kurze Texte zu lesen und grundlegende Informationen daraus zu erfassen.
- Einfache schriftliche Texte zu verfassen, z.B. kurze Beschreibungen oder Meinungsäußerungen.

#### Methodenkompetenz

Die Methodenkompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, verschiedene Lern- und Arbeitsmethoden anzuwenden, um ihre sprachlichen und fachlichen Kenntnisse weiterzuentwickeln.

- Einfache Lernstrategien anwenden, um Vokabular und grammatische Strukturen zu lernen und zu festigen.
- Wörterbücher und Online-Ressourcen nutzen, um unbekannte Begriffe und Ausdrücke zu verstehen.
- Einfache schriftliche Übungen und Aufgaben zur Festigung des Gelernten bearbeiten.
- Einfache Hörübungen verstehen.
- Mit anderen Studierenden in Lerngruppen diskutieren und Informationen austauschen.

#### Soziale Kompetenz

Die soziale Kompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, in sozialen Interaktionen angemessen zu handeln, effektiv zu kommunizieren und erfolgreich in Gruppen zu arbeiten.

- Höfliche und respektvolle Kommunikation in einfachen Alltagssituationen, z.B. beim Fragen nach Informationen oder dem Austausch von Meinungen.
- Zusammenarbeit in einfachen Gruppenübungen und Partnerarbeiten, um Aufgaben zu lösen.
- Teilnahme an einfachen Diskussionen und das Teilen eigener Erfahrungen und Ideen.

#### Persönliche Kompetenz

Die persönliche Kompetenz bezieht sich auf die individuellen Fähigkeiten, Einstellungen sowie Eigenschaften, die es den Studierenden ermöglichen, ihre Ziele zu erreichen, ihre persönliche Entwicklung voranzutreiben und erfolgreich zu agieren.



- Motivation und Engagement für das Erlernen der spanischen Sprache.
- Offenheit und Neugier gegenüber neuen Themen.
- Verantwortungsbewusstsein für das eigene Lernen und das Erreichen der Lernziele.
- Fähigkeit zur Selbstreflexion und zur Identifizierung eigener Stärken und Schwächen.
- Bereitschaft, Fragen zu stellen, um Unklarheiten zu beseitigen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Keine Verwendbarkeit in anderen Studiengängen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Für die Teilnahme am Modul werden Spanischkenntnisse auf dem Niveau A1 (gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen) vorausgesetzt sowie grundlegende Spanischkenntnisse des Themenbereichs "Reisen" (Transportmittel, Flughafen, Hotel etc.).

## **Inhalt**

Kerninhalte des Kurses sind Grammatik und Wortschatz. Wichtige Aspekte, die innerhalb des Kurses berücksichtigt werden, sind: Landeskunde, interkulturelle Kompetenz und Aussprache. Arbeit, Dienstreise, Familie, Charakter und Aussehen, Kleidung, Farben und Zahlen sind einige Themen, die im Kurs behandelt werden. Des Weiteren werden zusätzliche Themen, je nach der aktuellen Entwicklung in Literatur und Praxis hinzugefügt. Folgende kommunikative Situationen und grammatische Themen werden unter anderem behandelt:

Kommunikationssituationen:

- Über Kleidung sprechen
- Über Wetter sprechen
- Über Bedürfnisse sprechen
- Über Beziehungen sprechen
- Über Arbeitsstellen und Arbeitsvorgängen in einem Unternehmen sprechen
- Menschen und Charakter beschreiben
- Meinung äußern
- Planen
- Vorschläge machen

Grammatik und Redemittel (gemäß Plan curricular del Instituto Cervantes):

- Die Verben traer, llevar, venir
- Komparativ



- Tener/hay que + Infinitiv
- Unregelmäßige Verben
- Konnektoren: pero, además
- estar + gerundio
- Demonstrativpronomen: este, ese, aquel
- ir a + infinitivo

## Lehr- und Lernmethoden

Der Fokus der Lehrmethoden liegt auf der Optimierung der vier Fertigkeiten (Hörverständnis, Sprechen, Lesen und Schreiben). Beispiele der angewendeten Lehrmethoden sind diverse Formen der Gruppen- und Einzelarbeit, Minipräsentationen, Übungen zum intensiven Lesen und Hören, Rollen- und Grammatikspiele, Loci-Methode, Laufdiktate, Übersetzungen, Peer-Feedback, Arbeit mit Lernstationen und verschiedenen Schreibaktivitäten zur Vertiefung des erlernten Stoffes.

Es werden wöchentlich Aufgaben zum Selbststudium gestellt.

## Besonderes

In allen Sprachkursen herrscht eine Anwesenheitspflicht von 75% um an der Prüfung teilnehmen zu dürfen.

## Empfohlene Literaturliste

### Kursbuch:

Xicota, Núria/Sanz, Carlos, 2018, Turismo 1 - Kurs- und Arbeitsbuch, Hueber Verlag.  
ISBN: 978-3-19-514507-7

### Weitere Literaturempfehlungen:

Bouvet Pla, Montserrat, Marcé Álvarez, Pilar, 2016, Entorno turístico, Verlag: SGEL/  
Hueber. ISBN: 978-84-9081-602-8

Díaz Gutiérrez, E., 2014, Meta profesional, Klett Verlag. ISBN: 978 3125154605

Gómez, Alba u.a., 2019, Profesionales del Turismo Curso de Español, Klett Verlag. ISBN: 978-3125154674

López Moreno, Cristina, 2010, Un año en España: Nivel A1+/A2+, Verlag: Sociedad General Española de Librería. ISBN: 978-8497784306

López Ripoll, Silvia, 2014, Destino erasmus 1: Curso de español. Estudios Hispánicos Universidad de Barcelona. Nivel inicial. Verlag: Sociedad General Española de Librería. ISBN: 978-3192345067



## T-09 Finanz-, Risikomanagement & Controlling

Modul Nr.	T-09
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Kursnummer und Kursname	T2103 Finanz-, Risikomanagement & Controlling
Lehrende	Prof. Andreas Igl Prof. Dr. Thomas Meier Christoph Neub Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Finanz- und Risikomanagement in Tourismusbetrieben soll die Studierenden in die Lage versetzen planvoll mit Risiken umgehen zu können und finanzwirtschaftliche Fragestellungen bearbeiten zu können.

Nach Absolvieren des Moduls Finanz- und Risikomanagement in Tourismusbetrieben haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:



- Sie verstehen die wesentlichen Finanzwirtschaftlichen Grundbegriffe, Ziele und Instrumente.
- Sie erwerben ein grundlegendes Verständnis für finanz- und investitionswirtschaftliche Zusammenhänge und sind befähigt Investitions- und Finanzierungsentscheidungen vorzubereiten und in das betriebliche Geschehen einzuordnen.
- Die Studierenden erwerben anhand von ausgewählten Fallbeispielen, das unverzichtbare Wissen aus den Bereichen Kapitalbeschaffung und Kapitaldisposition, mit denen Tourismusunternehmen in Berührung kommen.
  
- Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Finanzmanagements im Führungssystem der Unternehmen.
  
- Sie verstehen die Auswirkungen von Innenfinanzierungs- und Außenfinanzierungsentscheidungen für touristische Unternehmen.
  
- Sie sind in der Lage, verschiedene Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Investitionen und Finanzprodukten anzuwenden und deren Ergebnisse zu beurteilen.
  
- Sie können verschiedene Finanzprodukte hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile beurteilen.
- Sie erwerben anhand von Beispielen tiefgreifende Kenntnisse über Zusammenhänge und Auslöser von Risiken sowie Krisen, die Tourismusbetriebe berühren können.
  
- Sie verstehen, dass Risiko- und Krisenmanagement ein fester Bestandteil der Unternehmensführung ist und Risiken nie vollständig beherrscht und ausgeschlossen werden können.
  
- Sie können eigenständig eine Risikoanalyse (Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikoaggregation) durchführen und können Strategien zur Risikobewältigung (Risikovermeidung, Risikoverminderung, Risikoüberwälzung, Risikodiversifikation, Risikoübernahme) erstellen.
  
- Die Studierenden lernen Risiken im Finanzbereich, welche einen Schwerpunkt bilden, zu erkennen, Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Finanzprodukten anzuwenden und Chancen und Risiken verschiedener Finanzprodukte zu erkennen und zu bewerten sowie Bonitätsprüfungen vorzubereiten bzw. durchzuführen.

*Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:*



*Fachkompetenz /Kenntnisse : Die Studierenden kennen die wichtigsten Finanzprodukte, Investitionsrechenverfahren sowie die Grundzüge der Finanz- und Investitionsplanung. Sie können eigenständig einfache Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Risikoanalysen durchführen.*

*Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Team- bzw. Gruppenarbeit.*

*Methodenkompetenz: Die Studierende verfügen über ausreichend grundlegende Methodenkenntnis se, um Finanzprodukte zu bewerten und verschiedene Wirtschaftlichkeitsberechnungen anzuwenden und deren Ergebnisse zu beurteilen. Ferner können sie die wichtigen Methoden der Risikoanalyse (Szenario, Prozess, Schadensfall) praktisch anwenden und einsetzen.*

*Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind durch das Behandeln gängiger Finanz- und Investitions- und Risikomanagementfragen zum treffen einfacher Entscheidungen sowie zum Selbststudium befähigt.*

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

keine andere Verwendbarkeit, da Pflichtmodul

Für andere Studiengänge:

keine andere Verwendbarkeit

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

## **Inhalt**

T74142

1. Grundlagen des Risiko- und Krisenmanagements
2. Wirkungsbereiche von Krisen
3. Anlässe zur Installation eines Risikomanagementsystems
4. Überblick über Inhalt des Risikomanagementprozesses
5. Risikoanalyse
  - 5.1. Informationen als Grundlage der Risikoidentifikation
  - 5.2. Identifikation von Risikofeldern



### 5.3. Instrumente der Risikoidentifikation

### 5.4. Risikobewertung und Risikoaggregation

## 6. Bildung von Risikostrategien/Maßnahmen

### 6.1. Risikovermeidung

### 6.2. Risikoverminderung

### 6.3. Risikoüberwälzung

### 6.4. Risikodiversifikation

### 6.5. Risikoübernahme

## 7. Risikohandhabung

### 7.1. organisatorische Handhabung

### 7.2. Festlegung von Zuständigkeiten

## 8. Risikoüberwachung

## 9. Instrumente des Risiko- und Krisenmanagements

10. Management betrieblicher Risiken durch Finanzprodukte, Versicherungen für  
Tourismusbetriebe (Grundzüge des Versicherungsmanagements)

11. Ermittlung von Finanzrisiken (Liquiditäts-, Bonitäts-, Adressenausfallrisiken etc.)

12. Gestaltungsmöglichkeiten bei Finanzkontrakten zur Risikovermeidung

13. Optimierung von nachgefragten Finanzierungs- und Risikoübernahmeleistungen und  
ihre betriebliche Nutzung

13.1. Grundzüge der Finanzchemie und des Financial Engineering

13.2. praktischer Einsatz von Instrumenten zur Begrenzung von Zins-, und sonstigen  
Preisrisiken)

## T6141 Finanzmanagement

### 1. Grundlagen

1.1 Finanz- und investitionswirtschaftliche Begriffsdefinitionen

1.2 Aufgaben und Ziele der Finanz- und Investitionswirtschaft

1.3 Bilanzanalyse als Grundlage

### 2. Investition

2.1 Investitionsplanungsprozess

2.2 Verfahren der Investitionsrechnung (statisch, dynamisch, stochastisch)



## 2.3 Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Sach-, Finanz- und immateriellen Investitionen

### **3. Finanzierung**

3.1 Finanzplanungsprozess

3.2 Finanzierungsarten (Innenfinanzierung, Außenfinanzierung)

3.3 Sonderformen der Finanzierung (z.B. Leasing)

3.4 Zahlungsverkehr

3.5 Risikoabsicherung

### **Anwendung in der Tourismus- und Freizeitindustrie**

Besondere Herausforderungen für das Finanzmanagements im Tourismus

Bilanz- und Finanzierungsstruktur im Tourismus

Finanzierungstrends im Tourismus (z.B. Crowdfunding)

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

### **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übung

### **Besonderes**

Kompetenzfeld Finanz- und Risikomanagement in Tourismusbetrieben

Besonderes:

Ein bis zwei Gastvorträge von Praktikern

### **Empfohlene Literaturliste**

Bernet, B., Bieger, T., 1999, Finanzierung im Tourismus, Haupt Verlag.

Ehrmann, H., 2005, Kompakt-Training - Risikomanagement, Kiehl Verlag.

Glaeßer, D., 2005, Handbuch Krisenmanagement im Tourismus, Erich Schmidt Verlag.

Prätsch, J., Schikorra, U., Ludwig, E., Finanzmanagement, 3. Aufl., Springer Verlag.



## T-10 Recht & Compliance

Modul Nr.	T-10
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Josef Scherer
Kursnummer und Kursname	T2104 Recht & Compliance
Lehrende	Prof. Dr. Andreas Grötsch Dr. Jürgen Heinrich Udo Heller Prof. Dr. Josef Scherer
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	8/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Die Veranstaltung soll **Transparenz und Verständnis** für das oft "nebulös" wirkende Thema erzeugen und **klare Strukturen** und **praktische Arbeitshilfen** aufzeigen.

Die Teilnehmenden sollen nach der Veranstaltung wissen, verstehen und mit einfachen Worten erklären können,

- was die relevanten Bestandteile der dargestellten Prozesse / Systeme / Organisation sind,
- inwieweit es sie selbst betrifft (Rolle, Aufgaben, Verantwortung, Nutzen) und



- wie die für sie relevanten Prozessabläufe diesbezüglich angereichert werden.

Außerdem sollen die Teilnehmenden befähigt werden, die einschlägigen Anforderungen an ihren eigenen Arbeitsbereich als Ziele transparent zu machen und zu erfüllen.

Durch Darstellung der Wertbeiträge des Systems / der Prozesse für Unternehmen / Organisation und Mitarbeiter soll Bewusstsein, Interesse und Motivation zum "proaktiven Leben" des Systems erzeugt werden.

Die Teilnehmenden sollen im dargestellten Modul *Recht* vertiefte Einblicke mit anwendungsbezogenen Fallbeispielen in betriebswirtschaftlichen Funktionen (Risiko-, Compliance- und Personalmanagement) erhalten, grundlegende und anwendungsbezogene Kenntnisse im Bereich Recht erwerben und in die Lage versetzt werden, praxisrelevante Problemstellungen aus diesem Bereich einer betrieblich organisatorischen Lösung, bei Standardproblemen unter Umständen sogar in Form von Verfahrensanweisungen und Prozessbeschreibungen zuzuführen.

Darüber hinaus wird erwartet, dass sie nach Absolvierung dieses Moduls die relevanten Inhalte mit eigenen Worten verständlich erklären können. Außerdem sollen sie folgende Lernziele erreicht haben:

- Sie sind in der Lage, ein digitalisiertes Integriertes standardorientiertes (GRC-) Managementsystem bzw. einschlägige Prozessabläufe zu konzeptionieren und zu implementieren und die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Compliance-, Risiko- und IKS-Komponenten anzureichern.
- Sie können Problemfälle über die Methode der richterlichen Falllösungsmethode lösen.
- Sie setzen das erworbene Wissen über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen in Unternehmen / Organisationen um.
- Sie haben die Fähigkeit, Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen.
- Mittels SWOT-Analysen, Soll-Ist-Vergleichen, etc. sind die Teilnehmer:innen in der Lage, Handlungsempfehlungen zur Steuerung von Governance- (Unternehmensführung und -Überwachung-) Risiken abzugeben.
- Sie kennen die Methoden von Audits und orientieren sich bzgl. Der einschlägigen Themen primär am "Aktuellen Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung (Compliance)" und sekundär am "Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis". Dabei ziehen sie die ihnen dem Grunde nach bekannten Standards (Regelwerken (internationaler) institutionalisierter Sachverständigen?Gremien) (z.B. DIN/ISO/COSO/IDW/DIIR/etc.) heran.
- Sie sind in der Lage, unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen, die Vernetzung innerhalb der diversen Unternehmensfunktionen



- (Führungs-, Kern-, - und Unterstützungsprozess-themen) zu verstehen und eine entsprechende Architektur zu konzipieren und zu verbessern.
- SWOT-Analysen und Soll-Ist-Vergleiche im Rahmen von praktischer Tätigkeit im Unternehmen (oder anhand von Case-studies) ermöglichen den Teilnehmenden im Berufsleben die Organisation von Unternehmen oder Teilbereichen zu verbessern.
  - Sie reflektieren die Thematik im internationalen Kontext (z. B. internationales Recht, internationale Standards), sie reflektieren alle Inhalte unter dem Aspekt der Digitalen Transformation und der Modellierung als Prozessabläufe.
  - Wissen und Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen einzuordnen und problemorientiert auch bei der Lösung komplexer Probleme mit Tourismus zu kombinieren.
  - Innovative Methoden bei der Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme im Tourismus anzuwenden

**Nach Absolvieren des Moduls sollen die Teilnehmenden folgende Kompetenzen erworben haben:**

- Prozesskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage wirtschaftliche Prozesse im Tourismus auf unterschiedlichsten Ebenen zu analysieren, zu bewerten und ggf. anzupassen.
- Methodenkompetenz: Über die Prozesskompetenz hinaus verfügen die Studierenden über Kenntnisse in überfachlichen und inter-/multidisziplinären Methoden und können diese anwenden.
- Überfachlich: Die erworbenen Kompetenzen gehen über den Bereich Tourismus hinaus.

**Wertbeitrag des Moduls / der Lehrveranstaltung**

Mit wenig zeitlichem Aufwand erhalten die Teilnehmer:innen

- von Dozenten / Coaches mit hoher einschlägiger persönlicher, fachlicher und pädagogischer Kompetenz
- Transparenz in leicht einprägsamer Form über die an sie und die Organisation gerichtete Anforderungen sowie
- pragmatische und strukturierte Umsetzungsempfehlungen
- anhand von Checklisten, Mustern, Prozessablaufbeschreibungen

und

- anhand von virtuellen Kursen mit vielen kurzen Folgen.

**Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

keine



## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen:

*Scherer* : Resilienz und Zukunftsfähigkeit - GRC als "Klammer verschiedener Managementsystem-Inseln"

Zum kostenlosen Download auf [scherer-grc.net/publikationen](http://scherer-grc.net/publikationen)

Darüber hinaus auf die Inhalte der einschlägigen Aufsätze von *Scherer/Fruth/N.N.* :

Vgl. hierzu [scherer-grc.net/publikationen](http://scherer-grc.net/publikationen)

Und

Anlage: Publikationsverzeichnis

die Bücher *Scherer/Fruth* (Hrsg.):

- Digitalisierung, Nachhaltigkeit und "Unternehmensführung 4.0" (Resilienz und Zukunftsfähigkeit) - Die Verknüpfung von Digitalisierung, Nachhaltigkeit und GRC mit Strategie, Zielerreichung und (Nachhaltigkeits-)Berichterstattung, 2021
- Integriertes Managementsystem "on demand", 2018
- Integriertes Compliance-Managementsystem, 2018
- Digitalisiertes Integriertes Risiko-Managementsystem, 2019
- Integriertes Qualitäts-Managementsystem, 2018
- Handbuch Integriertes Personal-Managementsystem, 2018
- Handbuch Integriertes Corporate Social Responsibility (CSR)- / Nachhaltigkeits-Managementsystem, 2019

## Inhalt

### Lehrveranstaltung T2203 Wirtschaftsprivatrecht (4SWS)

Prof. Dr. Scherer: Classic vhb (I): Einführung in Governance, Risk und Compliance (GRC) (2 SWS)

1. Governance, Risk und Compliance: Überblick und Einführung

1.1 "Das Richtige richtig tun!"

1.2 Was bringt ein Integriertes (GRC-) Kombi-Managementsystem on demand - Rechtssicherheit, Transparenz, Effizienz und Zielerreichung

1.3 Anforderungen an ein Integriertes (GRC-) Kombi-Managementsystem on demand

2. Arbeitshilfen und eine erste BGH-Entscheidung

2.1 Arbeitshilfen / Tools für ein Integriertes (GRC-) Workflow-Managementsystem on demand

2.2 Erste Entscheidung des BGH zur Auswirkung eines (zertifizierten) Compliance-Managementsystems auf die Haftung von Unternehmen und Management



- 3. Human Workflow Management, Digitalisierung von Geschäftsprozessen
- 4. Integriertes Compliance-Managementsystem mit GRC (Block 1) und seine Vorteile
  - 4.1 Integriertes Compliance (!) -Managementsystem mit Governance, Risk und Compliance (GRC)
    - Einführung
  - 4.2 Vorteile (Benefits) eines "Integrierten" und "Standardorientierten" Compliance-Managementsystems
- 5. Begriffserklärungen, Standards und Methoden im Compliance-Managementsystem
  - 5.1 Definitionen / Begriffserklärungen im Compliance-Managementsystem
  - 5.2 Rechtlicher Rahmen für ein CMS
  - 5.3 Standards im Bereich Compliancemanagement
  - 5.4 Tools und Methoden im Compliance-Managementsystem
- 6. Konzeptionierung sowie Analysen und Ableitung des Unternehmensrahmens (Block 2)
  - 6.1 Prozessmanagement-Methode im Bereich GRC
  - 6.2 Konzeptionierung eines Compliance-Managementsystems (CMS)
  - 6.3 Analyse von Unternehmen, Umfeld, etc. und Ableitung des Unternehmensrahmens: "Block 2"
    - Hier: Unternehmensanalyse
  - 6.4 Umfeldanalyse
  - 6.5 Darstellung und Bewertung der Anforderungen der "interessierten Gruppen": Interested Parties Analyse
- 7. Unternehmensrahmen
  - 7.1 Risiko-Bewertung von Unternehmens-, Umfeld-, Interested Parties-Analyse und Ableitung des "Unternehmensrahmens":
    - Zunächst: Ableitung von Unternehmens-Strategie und -Politik
  - 7.2 Unternehmensrahmen: Organisatorischer Rahmen
  - 7.3 Unternehmensrahmen: Unternehmensweite Kommunikation und Dokumentation
- 8. Allgemeine Regeln des Compliance-Managementsystems (Block 3)
  - 8.1 Allgemeine Regeln des Compliance-Managementsystems (Block 3):  
Selbstverpflichtung (Tone from the Top), Ziele und Strategie des CMS, Anwendungsbereich des CMS, CMS-Politik
  - 8.2 Allgemeine Regeln des Compliance-Managementsystems (Block 3):  
Funktionen: Verantwortlichkeiten und Befugnisse / Inhalte in Stellenbeschreibungen / erforderliche Kompetenzen / Schnittstellen
  - 8.3 Ombudsmannsystem
- 8.Outsourcing von Compliance-Management-Funktionen



## 9. Weitere Allgemeine Regelungen eines Integrierten Compliance-Managementsystems mit GRC (Block 3)

9.1 Weitere Themen aus den "Allgemeinen Regelungen" des CMS: Kultur und Awareness (Pkt. 3.6), Kommunikation (Pkt. 3.7), Dokumentation (Pkt. 3.8), Ressourcen (Pkt. 3.9), Anreiz- und Sanktionssystem (Pkt. 3.10), IT-Unterstützung bzgl. CMS (Pkt. 3.10)

9.2 Antifragilität des Compliance-Managementsystems

9.3 Als Entscheider richtig absichern

## 10. Überwachung

10.1 Überwachung und Bewertung des Compliance-Managementsystems

10.2 Die Welt(en) der Überwacher

## 11. Audit und Business Continuity Management

11.1 Audit und Zertifizierung

11.2 Business Continuity Management bzgl. des Compliance-Managementsystems

## 12. Kernbereich eines Integrierten Compliance-Managementsystem mit GRC (Block 4)

12.1 Kernbereich des Compliance-Managementsystems ("Block 4")

Identifikation und Bewertung von Zielen, Anforderungen und erforderliche Maßnahmen zur Erreichung der Ziele des CMS

12.2 Allgemeine Prophylaxe- und Reaktionsmaßnahmen, insbesondere der Compliance-Risikomanagementprozess und die "Four lines of defense"

12.3 Installation eines Compliance-Management-Zielabweichungs-Erkennungs-und Reaktions-Prozesses

## 13. Spezielle Themen im Compliancemanagement und Integration in Prozesse

13.1 Spezielle Themen im Bereich Compliancemanagement

"Querschnitts"-Rechtsgebiete, die in (fast) allen Prozessen vorkommen

Verteilung der Compliance-Verantwortung nach Rechtsgebieten

Vorbereitung der Prozesslandschaft zur Erfüllung der Anforderungen spezieller Compliance-Themen

13.2 Integration von Compliance / GRC in Prozesse

13.3 Workshop: "Prozessmodellierung"

## 14. Product-Compliance

14.1 Compliance in einzelnen Prozessthemenbereichen: Product-Compliance: Vertragliche Haftung

14.2 Compliance in einzelnen Prozessthemenbereichen: Produkthaftung

## 15. Compliance in verschiedenen Unternehmens-Bereichen

15.1 Compliance in einzelnen Prozessthemenbereichen am Beispiel: Compliance in Einkaufsprozessen



## 15.2 Business Partner / Supplier-Screening-Pflichten bei Delegation von Aufgaben auf Externe

Janina Eigen: Risiko- und Compliance-Management in der Theorie und Praxis (1 SWS)

### 1. Compliance Management

#### 1.1 Definition Compliance

#### 1.2 Ethik

#### 1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen

#### 1.4 Normen und Standards

### 2. Risikomanagement

#### 2.1 (Risiko-) Management

#### 2.2 Gesetzliche Rahmenbedingungen

#### 2.3 Risikomanagement-Prozess

#### 2.4 Zusätzliche Informationen zum Risikomanagement

RiAG Löffler: Governance, Risk und Compliance im Bereich Leistungserbringung und After Sales und Produkthaftungsrecht (1 SWS)

Kern dieses Vorlesungsteil ist das Thema Produkthaftung. Dazu beinhaltet die Vorlesung nach einer kurzen Einführung zur Thematik über weite Strecken zunächst die kaufrechtliche Sachmängelgewährleistung. Es folgen dann noch Grundzüge zur außervertraglichen sog. deliktischen Produzentenhaftung, dem Produkthaftungsgesetz, dem Produktsicherheitsgesetz, persönlichen/strafrechtlichen Verantwortlichkeiten und einem kleinen Ausblick über den Tellerrand hin zur internationalen Produkthaftung.

## **Lehrveranstaltung T2204 Tourismusrecht (2 SWS)**

Prof. Dr. Scherer: Classic vhb (II): Governance, Risk und Compliance im Bereich Personal / HR

### 1. Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen persönlicher Zufriedenheit und Management-Zielen Einführung

1.1 Gemeinsamkeit und Unterschied zwischen persönlicher Zufriedenheit und Erreichung der Management-Ziele: Die unverzichtbaren Basics -Erkenntnisse zu Governance, Management, Risk und Compliance (- Perspektivenwechsel) - Teil I: Persönliche Zufriedenheit und Glück

1.2 Gemeinsamkeit und Unterschied zwischen persönlicher Zufriedenheit und Erreichung der Management-Ziele: Die unverzichtbaren Basics -Erkenntnisse zu Governance, Management, Risk und Compliance (- Perspektivenwechsel) - Teil II: Probleme bei Nichteinhaltung von Standards / Normen / technischen Entwicklungsständen

1.3 Gemeinsamkeit und Unterschied zwischen persönlicher Zufriedenheit und Erreichung der Management-Ziele: Die unverzichtbaren Basics -Erkenntnisse zu Governance,



## Management, Risk und Compliance (- Perspektivenwechsel) - Teil III: Management-Ziele und Zufriedenheit

### 1.4 Prozesse im Integrierten Personal-Managementsystem mit Governance, Risk und Compliance

#### 1.5 Die "Verschmelzung" von Standards im Integrierten Personal-Managementsystem mit Governance, Risk und Compliance

## 2. Human Workflow-Management-Prozesse und Digitale Transformation im Bereich Personal Einführung (II)

### 2.1 Digitale Transformation und Integriertes Personal-Managementsystem

#### 2.2 Standardorientiertes, Integriertes Personal-Managementsystem: "Das Richtige richtig tun"

#### 2.3 Human Workflow-Management-Prozesse und Integriertes Personal-Managementsystem im Lichte aktueller Rechtsprechung des BGH

#### 2.4 Hohe Anforderungen an Unternehmer

#### 2.5 Die "Evolution" des Prozessmanagements

#### 2.6 "Stand der Technik" im Prozessmanagement

#### 2.7 Exkurs: Unternehmensführung 4.0 und Integriertes Personal-Managementsystem mit GRC-PS-Perso

## 3. Enthaftung und Wertbeiträge durch ein Integriertes Personal-Management-system (PMS) Einführung (III)

### 3.1 "Homo rationalis" durch Human Workflowmanagement

#### 3.2 Monitoring, Reporting und Prozesskostenrechnung für die "lines of defense"

#### 3.3 Integriertes Managementsystem on demand

#### 3.4 Ein Digitaler Workflow-Prozess zur Implementierung eines "Integrierten Managementsystems"

#### 3.5 Enthaftung durch ein Integriertes Personal Managementsystem mit GRC und Workflowmanagement

#### 3.6 Wertbeiträge und Enthaftung

## 4. Definitionen, rechtlicher Rahmen, Tools und Konzeptionierung des PMS (Block 1)

### 4.1 Die Komponenten des Integrierten Personal Managementsystems

#### 4.2 Komponente K1 - Integration von "Insel"-Managementsystemen in ein Personal-Managementsystem auf Basis von (Universal-)Standards

#### 4.3 Komponente K2 - Verständliche Definitionen der relevanten Begriffe für ein Personal-Managementsystem

#### 4.4 Komponente K3 - Rechtliche Rahmenbedingungen für ein Personal-Managementsystem und Rechtskataster

#### 4.5 Komponente K4 - Tools und Methoden im Personal-Managementsystem



4.6 Komponente K5 - Konzeptionierung des Personal-Managementsystems (mit Zielen, Wertbeitrag, Soll-Ist-Abgleich, Bewertung, Handlungsbedarf mit erforderlichen Ressourcen, Entscheidung, Projektierung und Managementsystem-Beschreibung)

VorRiLG Dr. Heinrich Tourismusrechts-Compliance (1 SWS)

Dieser Teil der Vorlesung in Tourismusrecht soll einen Überblick über die wichtigsten Rechtsinstitute des Reiserechts geben und die Studierenden befähigen einfach gelagerte Rechtsfälle zu lösen.

Die Vorlesung beinhaltet im Schwerpunkt eine Abgrenzung des Individual-Reiserechts vom Pauschal-Reiserecht. Im Rahmen der praxisrelevanten Pauschalreise stehen das Zustandekommen eines Pauschalreisevertrages, die inhaltliche Ausgestaltung und die Möglichkeiten der Abänderung eines solchen Vertrages im Vordergrund. Einen Schwerpunkt der Vorlesung bildet das Recht der Reisemängel und die dem Reisenden zustehenden Rechtsbehelfe. Abgerundet wird die Vorlesung von der Darstellung internationaler Abkommen auf dem Gebiet des Reiserechts (Fluggast VO Nr. 261/2004 und das Montrealer Abkommen).

**Dr. Elisabeth Gottwald : Governance und Compliance-Management im Bereich Human Resources (0,5 SWS)**

Arbeitsrecht

- Begründung von Arbeitsverhältnissen
- Ausgestaltung von Arbeitsverhältnissen
- Beendigung von Arbeitsverhältnissen
- Tarifvertrag
- Betriebsrat

Arbeitsschutzrecht

- Arbeitsschutzgesetz
- Unfallverhütungsvorschriften
- Arbeitszeitgesetz
- Mutterschutzgesetz
- Jugendarbeitsschutzgesetz

Arbeitsstrafrecht

- Schwarzarbeit
- Vorenthalten und Veruntreuen von Arbeitsentgelt
- Illegale Beschäftigung
- Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen

## Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung



## Besonderes

Das Modul enthält virtuelle Anteile: Classic vhb-Kurse Scherer.  
Jeder Kurs enthält eine schriftliche Prüfung á 45 min.

## Empfohlene Literaturliste

### Einführende Literatur

*Scherer*, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des "unternehmerischen Bauchgefühls" mit Risiko-, Chancen- und Compliance-Management, in: Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ), 6/2012, S. 201-211 (zum kostenlosen Download auf [www.scherer-grc.net/publikationen](http://www.scherer-grc.net/publikationen)).

*Scherer*, "Management reloaded" - "GRC in Strategy & Performance" (GRC in S & P), 2021 (zum kostenlosen Download auf [www.scherer-grc.net/publikationen](http://www.scherer-grc.net/publikationen))

### Kursbegleitende Literatur

#### Bücher:

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Digitalisierung, Nachhaltigkeit und "Unternehmensführung 4.0", 2021

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Handbuch: Integriertes Personal-Managementsystem, 2018

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Handbuch: Integriertes Compliance-Managementsystem, 2018

#### **Aufsätze (zum kostenlosen Download unter: [Scherer-grc.net](http://Scherer-grc.net)/Publikationen):**

*Scherer*, "Management reloaded" - "GRC & ESG in Strategy & Performance" (GRC & ESG in S & P), *RiskNet*, 2021.

*Scherer / Romeike / Grötsch*, Unternehmensführung 4.0: CSR / ESG, GRC & Digitalisierung integrieren, *RiskNet*, 2021.

*Scherer*, "Healthcare und Pflege 4.0" - Die digitale Transformation von Compliance, Risikomanagement und Standards im Gesundheitswesen, *Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht*, 1/2019, S. 33 ff.

*Scherer*, "Healthcare und Pflege 4.0" - Die digitale Transformation von Compliance, Risikomanagement und Standards im Gesundheitswesen, Teil 2: Organhaftung und Beweislast bei Verstoß gegen Regeln der Technik, *Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht*, 2/2019, S. 109 ff.

*Scherer*, "Healthcare und Pflege 4.0" - Die digitale Transformation von Compliance, Risikomanagement und Standards im Gesundheitswesen, Teil 3: Integration von Standards in digitalisierte, vernetzte Managementsysteme, *Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht*, 3/2019, S. 171 ff.

*Scherer*, "Healthcare und Pflege 4.0" - Die digitale Transformation von Compliance, Risikomanagement und Standards im Gesundheitswesen, Teil 4: "Digital Governance":



"Wirksamkeit" eines Integrierten GRC-Managementsystems durch Digitalisierung und "nudges", 4/2019, S. 171 ff.

*Scherer*, "Unternehmensführung 4.0" in der Health-Care- und Pflege-Branche: Der "Ordentliche Kaufmann 4.0" und sein digitalisiertes Integriertes GRC-Managementsystem: "Das Richtige richtig tun in unsicheren Zeiten", Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht, 1/2020, S. 34 ff.

*Scherer*, "Digital, fit & proper": Neue Anforderungen an Management und Mitarbeiter durch digitale Transformation und Corona-Krise, Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht, 2/2020, S. 102 ff.

*Scherer*, Resilienz & Zukunftsfähigkeit: Aktuelle Anforderungen an Unternehmensführung (GRC), Digitalisierung und Nachhaltigkeit, Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht, 03/2020, S. 165 ff.

*Scherer / Grötsch*, Gemeinsamkeiten von Nachhaltigkeit (ESG/CSR) und Governance (GRC) im Healthcare- und Pflegebereich, Journal für Medizin- und Gesundheitsrecht, 1/2021.

### **Vertiefende Literatur**

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Digitalisiertes Integriertes Risiko-Managementsystem, 2019

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Handbuch: Integriertes Managementsystem (IMS), 2018

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Handbuch: Integriertes Qualitäts-Managementsystem, 2018

*Scherer/Fruth* (Hrsg.), Handbuch: Integriertes Product-Compliance-, Vertragsmanagement und Qualitätsmanagement, 2018

*Scherer/ Fruth* (Hrsg.), Geschäftsführer-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2009

*Scherer/ Fruth* (Hrsg.), Gesellschafter-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2011

**Außerdem zahlreiche einschlägige Aufsätze zum kostenlosen Volltext-Download unter: [www.govsol.de/Publikationen](http://www.govsol.de/Publikationen)**



## T-11 Internes Rechnungswesen

Modul Nr.	T-11
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Meier
Kursnummer und Kursname	T2105 Internes Rechnungswesen
Lehrende	Prof. Dr. Thomas Meier Prof. Dr. Adrian von Düring
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

- Sie kennen die grundlegenden Methoden und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR), um die Kostensituation in einem Unternehmen darzustellen und zu analysieren.
- Sie sind in der Lage, moderne Methoden und Instrument der KLR einzusetzen, um ein individuelles einfaches KLR-Konzept bzw. -instrument für ein mittelständisches Unternehmen zu entwickeln.



## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Internes Rechnungswesen ist ein Basisfach, das eine wichtige Voraussetzung für andere Module mit Finanz- oder Rechnungswesen/Controlling Bezug darstellt

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine; den Studierenden mit dem allgemeinen Abitur wird die Teilnahme am Propädeutikkurs Buchführung empfohlen

## Inhalt

### Internes Rechnungswesen

- 1 Einführung Internes Rechnungswesen
- 2 Kostenartenrechnung
- 3 Kostenstellenrechnung
- 4 Kostenträgerrechnung
- 5 Erfolgsrechnung
- 6 Kostenfunktionen und Kostenprognose
- 7 Break - Even - Analysen
- 8 Entscheidungsprobleme
- 9 Plankostenrechnung
- 10 Weitere Ansätze im Kostenmanagement

## Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung mit gemeinsamer Erarbeitung des Stoffs anhand von Übungsfällen;  
Seminaristischer Unterricht, Diskussionen und Teamarbeit  
Blended Learning mit Videos

## Empfohlene Literaturliste

### Pflichtlektüre:

- Jórasz, W., Balzer, B., Kosten- und Leistungsrechnung: Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, Verlag Vahlen, 2010



## T-12 Grundlagen Tourismusmanagement-Steuern

Modul Nr.	T-12
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ralf Alefs
Kursnummer und Kursname	T2106 Grundlagen Tourismusmanagement - Steuern
Lehrende	Prof. Dr. Ralf Alefs Paul Gollek
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Die Lehrveranstaltung Grundlagen des Tourismusmanagement soll die Studierenden in die Lage versetzen, Grundkenntnisse im Steuerrecht zu erwerben. Insbesondere sollen die Studierenden in der Lage sein, tourismusrelevante Sachverhalte steuerlich zu beurteilen.

Nach Absolvieren haben die Studierenden folgende Lernergebnisse erreicht:

#### Fachkompetenz:

- Sie kennen die grundlegenden Steuerarten Einkommen-, Körperschaft-, Gewerbe- und Umsatzsteuer und haben Grundkenntnisse in diesen Steuerarten erworben.



- Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Konsequenzen der Unternehmensbesteuerung bei Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften unter steuerlichen Gesichtspunkten zu bewerten und Entscheidungen innerhalb dieses Bereichs zu treffen.
- Sie sind in der Lage, die erworbenen Grundkenntnisse des Steuerrechts in tourismusrelevanten Sachverhalten einzusetzen, um erste Lösungsansätze zu entwickeln.
- Sie besitzen die steuerliche Kompetenz, die steuerliche Tragweite des festgestellten Sachverhalts abzuschätzen.
- Mit dem erworbenen Wissen sind die Studierenden in der Lage, in der Praxis Anwendungen zu gestalten und durchzuführen.

#### **Methodenkompetenz:**

Die Studierenden verfügen über grundlegende Methodenkenntnisse um unternehmerische Entwicklungen zu bewerten und steuernd in betriebliche Prozesse einzugreifen.

#### **Persönliche Kompetenz:**

Die Studierenden sind durch das Behandeln praxisnaher Fragestellungen im betrieblichen Prozess zum Selbststudium sowie zum studien- und wissenschaftsorientiertem Zeitmanagement befähigt.

#### **Sozialkompetenz:**

Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen u.a. durch selbständige Team- bzw. Gruppenarbeit.

### **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

für alle Kompetenzfelder geeignet

Für andere Studiengänge:

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge mit betriebswirtschaftlichen Zugangsvoraussetzungen eingesetzt werden.

### **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

### **Inhalt**

1. Einkommensteuer

- Überblick



- Steuerpflicht
- Gewinnermittlung
- Gewinneinkunftsarten
- Überschusseinkunftsarten
- Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben

## 2. Körperschaftsteuer

- Überblick
- Steuerpflicht
- Ermittlung des Einkommens
- Verdeckte Gewinnausschüttung
- Nichtabziehbare Aufwendungen
- Erträge aus Beteiligungen
- Steuerbelastung
- Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben

## 3. Gewerbesteuer

- Überblick
- Berechnung der Gewerbesteuer
- Anrechnung Gewerbesteuer
- Hinzurechnungen
- Zerlegung
- Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben

## 4. Umsatzsteuer

- Grundprinzip
- Prüfschema
- Steuerbarkeit
- Steuerbefreiung
- Bemessungsgrundlage/Steuerschuldnerschaft
- Vorsteuerabzug
- Internationale Sachverhalte
- Wiederholungsfragen und Übungsaufgaben

5. Fallstudien, Übungsaufgaben mit steuerlicher Relevanz in der Tourismusbranche

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übung

## **Empfohlene Literaturliste**

Stobbe, Steuern kompakt



Huber-Jilg/Kahl/Lutz, Steuerlehre

Bornhofen, Steuerlehre 2

Grefe/Olfert, Unternehmenssteuern

Niehus/Wilke, Die Besteuerung der Personengesellschaften



## T-13 Reiseveranstaltungs- und Reisevertriebsmanagement

Modul Nr.	T-13
Modulverantwortliche/r	Prof. Waldemar Berg
Kursnummer und Kursname	T2107 Reiseveranstaltungs- und Reisevertriebsmanagement
Lehrende	Prof. Waldemar Berg Prof. Dr. Robert Goecke Katharina Götz
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung des Reiseveranstaltungs- und Vertriebsmanagements und seine Bedeutung und Einordnung in Tourismusindustrie. Erlangung von Kenntnissen der wesentlichen Elemente und der Spezifika der Reiseveranstaltung, der Vertrieb touristischer Leistungen und Angebote, Fähigkeit unternehmerische Aspekte tourismuswissenschaftlicher und -wirtschaftliche



Fragestellungen im Geschäftsmodell Reiseveranstaltung und Reisevertrieb zu erkennen und entsprechend umzusetzen.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte des Reiseveranstaltungs- und Reisevertriebsmanagement sowie deren Wirkungsweisen. Sie können die Instrumente des Produktmanagements als auch die Vertriebsalternativen anwenden. Sie kennen die Umsetzung von Strategien zur Erreichung von Zielen. Sie können die Bedeutung der Leistungsträger und anderen Akteuren und deren Auswirkungen auf die Produkterstellung und den Vertrieb einschätzen.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für touristische Angebote im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von touristischen Angeboten rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern des Studiengangs  
Tourismusmanagement.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Tourismusmanagement eine wesentliche Rolle spielt

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Empfohlene Voraussetzungen: Erfolgreiche Absolvierung der Module bzw. Fächer:  
Externes und Internes Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus, Grundlagen  
Tourismusmanagement, Unternehmensführung, Marketing, Empirische Sozialforschung,  
Travel Technology, Tourismuspolitik, Controlling.



## Inhalt

### **T 6204 Reiseveranstaltungsmanagement**

- 1 Grundlagen der Reiseveranstaltung und des Reiseveranstaltergeschäftsmodells
- 2 Produktionsfaktoren von Reiseveranstaltern
- 3 Strategische Ansätze im Reiseveranstaltungsmanagement
- 4 Funktionen und Prozesse von Reiseveranstaltern
- 5 Rechtliche Grundlagen der Reiseveranstaltung
- 6 Ansätze der Marktforschung in der Reiseveranstaltung
- 7 Beschaffungsmanagement in der Reiseveranstaltung
- 8 Strategisches und operatives Produktmanagement
- 9 Preismanagement in der Reiseveranstaltung und Ansätze der Kalkulation
- 10 Distributionsmanagement in der Reiseveranstaltung
- 11 Kommunikationspolitik der Reiseveranstalter
- 12 Ansätze des Qualitätsmanagements

### **T 7204 Reisevertriebsmanagement**

- 1 Grundlagen des Vertriebs mit Schwerpunkt Vertrieb touristischer Produkte bzw. Dienstleistungen
- 2 Direkter und indirekter Vertrieb
- 3 Vertriebsorganisationen
- 4 Rolle des stationären und nicht-stationären Vertriebs in der Touristik
- 5 Funktionen und Rolle des Agenturvertrages
- 6 Systematik der Agenturprovisionen
- 7 Vergütungsmodelle im Geschäftsreisemanagement
- 8 Qualitätsmessung und Qualitätssicherung im Vertrieb

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung, Seminarristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit, Gastvorträge

## **Empfohlene Literaturliste**

Berg, W., 2012, Tourismusmanagement, 3. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.

Dörnberg von, A., Freyer, W., Sülberg, W., 2018, Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement, 2. Aufl., De Gruyter/Oldenbourg, Berlin/Boston.

Eisenstein, B., Reif, J., Schmücker, D., Krüger, M., Weis, R., 2019, Geschäftsreisen, uvk München

Mahnicke, R., 2013, Business Travel Management, Springer/Gabler, Wiesbaden.



Mundt, J. W., 2011, Reiseveranstaltung - Lehr- und Handbuch, 7. Aufl., Oldenbourg, München.

Rein, H., Strasdas, W., 2017, Nachhaltiger Tourismus, utb, Konstanz.

Steinecke, A., 2018, Kreuzfahrttourismus, utb, Konstanz.

Voigt, P., 2012, Internationales Reiseveranstaltungsmanagement, Oldenbourg, München.

Regelmäßig erscheinende und einschlägige Publikation: z.B. fvw und deren Sonderhefte (Dossier) zu Reiseveranstalter und Reisevertrieb.

Aktuelle Reports einschlägiger Berufs- und Branchenverbände (z.B. DRV, VDR, VIR)



## T-14 Marketing

Modul Nr.	T-14
Modulverantwortliche/r	Matthias Koeppen
Kursnummer und Kursname	T-14 Marketing
Lehrende	Dr. Melanie Hazod Matthias Koeppen
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	Portfolio
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Am Ende des Semesters sind die Studierenden in der Lage, grundlegende Aufgaben aus dem Marketing problemorientiert und praxisorientiert zu bearbeiten und einer Lösung zuzuführen.

Methodenkompetenz: die Studierenden lernen die wichtigsten Methoden des Marketings und der psychologischen Grundlagen des Kundenverhaltens kennen.

Fachkompetenz: auf Basis der methodischen Kompetenz sind die Studierenden in der Lage grundlegende Aufgaben im Marketing zu erfüllen, indem sie die grundlegenden, fachspezifischen Problemstellungen identifizieren können und einer Lösung zuzuführen können.



**Persönlichkeitskompetenz:** die Studierenden lernen im Rahmen eines semesterbegleitenden Praxisprojektes mit touristischen Schwerpunkten die praktische Anwendung von theoretischen Überlegungen und sind damit in der Lage, dieses Wissen später in eigenen Projekten umzusetzen.

**Sozialkompetenz:** die Studierenden werden aufgefordert, das semesterbegleitende Praxisprojekt in Teams zu bearbeiten und können damit praxisorientierte Sozialkompetenz erwerben.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

In diesem Studiengang: aufbauend für Kompetenzfelder

In andern Studiengängen: Prinzipiell ist dieses Modul für jeden anderen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang verwendbar. Auch für Studiengänge, die eine Kombination aus 2 verschiedenen Fachrichtungen darstellen (Wirtschaftspsychologie, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieur) ist dieses Fach geeignet.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine

## **Inhalt**

Vom Marketing 1.0 zum Marketing 4.0: Entwicklungspfade des Marketing

Der Marketingmix (4 P's): Product (Produktpolitik), Price (Preispolitik), Promotion (Kommunikationspolitik), Place (Distributionspolitik)

Grundzüge der Marktsegmentierung in Kombination des strategischen Bestimmung eines relevanten Marktes; Identifikation des relevanten Marktes, basierend auf Produktcharakteristiken/Dienstleistungscharakteristiken, Funktionen und wettbewerbsbestimmenden Faktoren; Segmentierungsvariablen: Definition, Identifikation und Anwendung

Entscheidungstheoretische Fundierung der Bedürfnisgenerierung, Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität. Kundenentscheidungen als Ankerpunkte der Marketingaktivitäten; Bedürfnisgenerierung, Alternativenbewertung und Bewertung nach dem Kauf, Wiederkaufentscheidungen; das Kano-Modell: Kundenzufriedenheit differenziert betrachtet.

Der Kunde als Person und soziales Wesen; Persönlichkeit, Selbstbild, Grundzüge der Motivations- und Emotionspsychologie als bedeutende Aspekte von Werbe- und Verkaufsstrategien; Grundzüge der Individualpsychologie, der Sozialpsychologie und deren Einfluss auf Werbe- und Verkaufsstrategien.



Grundlagen von Online- und Offline-Verkaufsgesprächen. Grundlegende Techniken der Steuerung von Verkaufsgesprächen und deren Anwendungsmöglichkeiten in Onlineshops, in der Werbung und in virtuellen Verkaufsgesprächen.

Kognitionspsychologie: Grundlagen der menschlichen Informationsakquisition und -verarbeitung: top-down und bottom-up Informationsverarbeitung; semantische Netzwerke; Voraussetzungen für eine erfolgreiche Kommunikation im online-Zeitalter; Grundzüge des Content-Marketing

Aufbau und Entwicklung einer Kreatividee; Stilmittel in der Werbung und deren Anwendung; Customer Journey als ganzheitliches Konzept Eines kundenorientierten Marketing.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Diskussionen von Case-Studies, Erarbeitung von theoretischen Grundlagen durch gesteuerte Diskussionen, Gruppenarbeiten.

## **Empfohlene Literaturliste**

Blackwell, R. D./Miniard, P.W./Engel, J. F. [Blackwell/Miniard/Engel (2006)]: Consumer Behavior, Mason, 2006

Blythe, J. [Blythe (2006)]: Principles and Practice of Marketing, London, 2006

Homburg, C./Krohmer, H. [Homburg/Krohmer (2016)]: Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, Wiesbaden, 2016

Lamb, C. W./Hair, J. F./McDaniel, C. [Lamb/Hair/McDaniel (2016)]: MKTG10, Boston, 2016

Zich, C. [Zich (2012)]: Intelligente Werbung, Exzellentes Marketing, Erlangen, 2012

Zich, C. [Zich (2021)]: Marketing 4.0, Nürnberg, 2021



## T-15 Personal & Organisation

Modul Nr.	T-15
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Nickel
Kursnummer und Kursname	T15 Personal & Organisation
Lehrende	Markus Zeitlhöfler
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung der betrieblichen Organisation und des Personalwesens und seine Bedeutung und Einordnung im betrieblichen Kontext. Erlangung von Kenntnissen der wesentlichen Elemente und der der Personalarbeit und Organisation.

Fähigkeit personelle und organisatorische Aspekte und Fragestellungen im Geschäftsmodell Tourismus/Tourismusunternehmen zu erkennen und entsprechend umzusetzen.

Nach Absolvieren des Moduls Organisation und Personalwesen haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:



**Fachkompetenz:** Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Aufgaben und Funktionen der Betriebsführung zu kennen, Organisation als System zu verstehen, die Methodik der Aufbau- und Ablauforganisation zu begreifen und Organisationsinstrumente zielgerichtet einzusetzen. Ferner das methodische Vorgehen bei allen Belangen des Personalwesens und der Personalarbeit. Sie kennen die Grundlagen moderner, arbeitsteiliger Organisationsstrukturen und des Personalwesens. Sie erlangen Kenntnis über die Gliederung in Aufbau- und Ablauforganisation und erhalten einen Überblick über die Methodik der Organisation. Sie kennen die Grundlagen moderner Personalwirtschaft im Kontext der Unternehmensführung. Kenntnis über die Personalbedarfs-, Personaleinsatzplanung sowie die Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Personalentwicklung. Sie erhalten vertiefte Kenntnisse zu grundlegenden Problematiken sowie Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Personalbeschaffung und Personalfreisetzung. Verständnis für unterschiedliche Formen der Personalführung und Personalentlohnung. Überblick über künftige, neuere Trends im Personalwesen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte des Personalwesen und der betrieblichen Organisation auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von Personal- und Organisationsentscheidungen rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für touristische Angebote im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Persönliche Kompetenzen:** Sie zeigen ein vertieftes Verständnis menschlichen Erlebens und Handelns in Organisationen. Sie kennen die Wirkung von Veränderungen auf Mitarbeiter. Sie können das Erleben der Mitarbeiter in Veränderungsprozessen einordnen.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Für diesen Studiengang: Unternehmensführung, Projektarbeit, Businessplan, Kompetenzfelder

Für andere Studiengänge: alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Bezug, insbesondere Wirtschaftspsychologie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieur.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine



## Inhalt

### **T3101 - Organisation**

1. Reflexionen zur betrieblichen Organisation
2. Begriffserläuterung, Ziele der Organisation und Organisationstheorien
3. Ziele der Organisation. Organisationsarten und Organisation im betrieblichen Kontext
4. Unternehmensplanung und Elemente der Organisation?Management und Organisation
5. Führung und Managementansätze in Organisationen ?Aufbauorganisation
6. Ablauforganisation
7. Prozessorganisation
8. Projektorganisation?Organisationsentwicklung
9. Übungen

### **T3102 Personalwesen**

1. Personalmanagement - Entgelt
2. betriebliche Sozialleistungspolitik, compensation & benefits
3. Entgeltabrechnung, Nettolohnoptimierung
4. Personalplanung und -einsatz
5. Rekrutierung
6. Personalfreisetzung
7. Personalentwicklung und -beurteilung, Führung und Motivation
8. Personaladministration
9. Übungen

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.

## **Besonderes**

Für alle weiteren Module verwendbar

## **Empfohlene Literaturliste**

Bartscher, T., Nissen, R., 2017, Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, 2. Aufl., Pearson, München.

Schreyögg, G., 2016, Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis, 2. Aufl., Springer/Gabler, Wiesbaden.



Vahs, D., 2019, Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 10. Aufl., Schäffer/  
Poeschl, Stuttgart.

Weibler, J., 2016, Personalführung, 3. Aufl., Vahlen, München.



## T-16 IT, KI & Data Mining

Modul Nr.	T-16
Modulverantwortliche/r	Prof. Bernhard Zeller
Kursnummer und Kursname	T-16 IT, KI & Data Mining
Lehrende	Prof. Dr. Claudia Nuber Prof. Bernhard Zeller
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Bedeutung der IT, KI und Data Science für die Tourismuswirtschaft zu erkennen und Strategien für den zielgerichteten Einsatz dieser Technologien zu entwickeln und zu beurteilen.

Nach Absolvieren des Moduls IT, KI und Data Mining haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- Sie kennen die Entstehungsgeschichte und die Grundlagen der Internet-Technologie und können grundlegende Begriffe in der Internet-Technologie unterscheiden, einordnen und bewerten.



- Die Studierenden werden mit der Topologie von Rechnernetzen vertraut gemacht und kennen die unterschiedlichen Arten von Netzwerken.
- Die Studierenden kennen die grundlegenden Vorgehensmodelle im Software Engineering und kennen die wichtigsten Aspekte im Bezug auf die Erzeugung guter Requirements im Requirements Engineering.
- Die Studierenden können mittels Excel betriebswirtschaftliche Daten auswerten und den Anforderungen entsprechende Visualisierungen erzeugen
- Sie besitzen grundlegende Kenntnisse im Bereich Big Data, insbesondere im Bezug auf die Abgrenzung zu klassischer Nutzung von klassischen, zentralen Systemen
- Die Studierenden können die Herausforderungen im Bereich der Vorhersage mittels Daten (Predictive/Prescriptive) benennen und die Auswirkungen einzelner Strategien in diesem Bereich abschätzen
- Die Studierenden kennen wichtige Techniken im Bereich der induktiven Statistik und können diese anwenden.
- Die Studierenden kennen die Potentiale von KI im Tourismus-Umfeld.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Das Modul IT, KI und Data Mining vermittelt Basiswissen und grundlegenden Fach- und Methodenkompetenz für Studierende des 3. Semesters Tourismusmanagement. Im Rahmen von praktischen Übungen wird den Studierenden der Umgang mit Anwendungsprogrammen, wie z.B. MS EXCEL vermittelt.

Über die Lehr- und Lernplattform iLearn erhalten die Studierenden Fallstudien und Übungsaufgaben um sich auf die Vorlesungen vorzubereiten sowie weiterführende Literaturverweise und Internetquellen. Das Lehr- und Lernsystem iLearn dient auch als kollaborative Plattform für den Austausch und den Kontakt zu den Lehrenden und untereinander.

## Inhalt

### IT

- Geschichte der IT
- Entstehungsgeschichte Internet
- Rechnernetze
- Vorgehensmodelle
- Requirements Engineering

### Datenanalysen

- Einführung Excel
- Multidimensionale Analysen mit Excel

### KI



- Big Data
- Vorhersagen mittels Daten
- Prompt Engineering
- Einsatz von KI im Tourismus-Umfeld

#### Data Science

- induktive Statistik
- Korrelation vs Kausalität
- Data Science und Tourismus

## Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

## Empfohlene Literaturliste

- Statistisches Bundesamt
- Rupp, C. (2006). Requirements-Engineering und -Management. Hanser Fachbuchverlag. ISBN: 3446405097
- Moderne Rechnernetze : Protokolle, Standards und Apps in kombinierten drahtgebundenen, mobilen und drahtlosen Netzwerken; Luntovskyy, Andriy; Springer Vieweg; 2023; ISBN: 9783658406837
- Software Engineering : Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken; Ludewig, Jochen ; dpunkt Verlag; 2023; ISBN: 9783864905988
- Excel data analysis for dummies; McFedries, Paul; Wiley; 2019; ISBN: 9781119518204
- Grundlagen der künstlichen Intelligenz : eine nichttechnische Einführung; Taulli, Tom; Springer; 2022; ISBN: 9783662662830
- Induktive Statistik : Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler; Rüger, Bernhard; Oldenbourg; 1996; ISBN: 3486235435
- Data Science : Grundlagen, Architekturen und Anwendungen; Uwe Haneke, Stephan Trahasch, Michael Zimmer, and Carsten Felden; dpunkt Verlag; 2021; ISBN: 9783969101520
- <https://www.promptingguide.ai/de>



## T-17 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement I

Modul Nr.	T-17
Modulverantwortliche/r	Dr. Melanie Hazod
Kursnummer und Kursname	T-17 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement I
Lehrende	Dr. Melanie Hazod
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	Portfolio
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung des Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement sowie seine Bedeutung und Einordnung in der Unternehmenswelt.

Erlangung von Kenntnissen der wesentlichen Elemente und der Spezifika des Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Fähigkeit unternehmerische Aspekte des Veranstaltungswesens und wirtschaftliche Fragestellungen im Geschäftsmodell Veranstaltungsmanagement zu erkennen und entsprechend umzusetzen.



Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte des Veranstaltungsmanagements sowie deren Wirkungsweisen. Sie können das Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement als Instrument der Vermarktung und der Imagebildung von Unternehmen anwenden. Sie kennen die Umsetzung von Strategien zur Erreichung von Zielen. Sie können die Bedeutung der Leistungsträger und anderen Akteuren im Veranstaltungsmanagement und deren Auswirkungen auf die Nachfrager und Anbieter einschätzen.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für Tagungen, Messen, Kongresse und Veranstaltungen aller Art im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von Angeboten im Veranstaltungsmanagement rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen im Bereich des Veranstaltungsmanagement zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Für diesen Studiengang:

Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern des Studiengangs Tourismusmanagement.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Event- und Veranstaltungsmanagement in unternehmerischen Kontext eine wesentliche Rolle spielt.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreiche Absolvierung der Module bzw. Fächer: Externes und Internes Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus, Grundlagen Tourismusmanagement, Unternehmensführung, Marketing, Empirische Sozialforschung, Travel Technology, Tourismuspolitik, Controlling.



## Inhalt

### T6206 Tagungs- / Messe- und Kongressmanagement

- 1 Ökonomische Funktionen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 2 Standort Deutschland für Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 3 Begriffsbestimmung und Abgrenzungen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 4 Wirkungsweisen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 5 Funktionsweisen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 6 Rechtliche Grundlagen
- 7 Planung und Kalkulation von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 8 Finanzierung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 9 Organisatorischer Ablauf und Umsetzung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 10 Evaluierung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events

### T7206 Veranstaltungs- und Eventmanagement

- 1 Grundlagen des Eventmanagements, Organisationen und Institutionen
- 2 Eventformate
- 3 Arten von Events, z.B. Business-, Sport- und Kultur-Events
- 4 Eventplanung und Kalkulation
- 5 Eventfinanzierung und Sponsoring
- 6 Personalmanagement von Events
- 7 Eventumsetzung und Evaluierung
- 8 Risikomanagement von Events
- 9 CSR und Sustainability in der Eventindustrie
- 10 Green Meetings und Events

## Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Seminar, Fallstudien, Gruppenarbeit, Gastvorträge

## Empfohlene Literaturliste

Dams, C.M., 2019, Agiles Event Management, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Dams, D.M., 2018, Hybride Events: Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Esche, A.K., Lockemann, L., 2017, Messen professionell managen: Das Handbuch für Messeorganisation, Business Village, Göttingen.

Haag, P., Luppold, S., 2020, Zielgruppenorientierte Veranstaltungskonzeption: Messen, Kongresse und Events auf Zielgruppen ausrichten., Springer/Gabler, Wiesbaden.

Jäger, D., 2018, Grundwissen Eventmanagement, 3. Aufl., uvk/utb, München.



Kirchgeorg, M., Dornscheidt, W.M., et al., 2018, Handbuch Messemanagement: Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen, Kongressen und Events, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Knoll, T., 2017, Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Mahnicke, R., 2013, Business Travel Management, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Schmitt, I., 2012, Praxishandbuch Event Management, 3. Aufl., Gabler, Wiesbaden.

Aktuelle Reports einschlägiger Berufs- und Branchenverbände (z.B. AUMA, fkm, DRV, VDR, VIR)



## T-18 Unternehmensführung

Modul Nr.	T-18
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T-18 Unternehmensführung
Lehrende	Prof. Dr. Suzanne Lachmann Theresa Troglauer
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung der Unternehmensführung für die Tourismusindustrie bzw. übergreifend in allen Unternehmen, auch Non-Profit-Bereich. Kenntnisse der wesentlichen Elemente der Unternehmensführung, Fähigkeit unternehmerische Aspekte tourismuswissenschaftlicher und -wirtschaftliche Fragestellungen zu erkennen und entsprechend umzusetzen

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte der Unternehmensführung sowie deren Wirkungsweisen. Sie können die Instrumente der Unternehmensführung anwenden. Sie kennen die Umsetzung von



Strategien zur Erreichung von Zielen. Sie haben die Befähigung, die Bedeutung von Corporate Social Responsibility zu analysieren sowie Vor- und Nachteile abzuwägen. Sie können die Wichtigkeit von Kooperationen im Tourismus und deren Auswirkungen auf die Unternehmensführung einzuschätzen.

Sozialkompetenz: Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für touristische Leistungsträger im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der unternehmerischen Realität rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Grundlage für insbesondere folgende Module ab dem 4. Semester  
Tourismusmanagement: T13 Empirische Sozialforschung, T23 Businessplan, Kompetenzfeldern (KF 01 - 07) und T 25 Bachelorarbeit, in denen unternehmerische Entscheidungen eine Rolle spielen..

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die unternehmerische Entscheidungen eine wesentliche Rolle spielen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine, empfohlen: Kenntnisse der Module: Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus.

## **Inhalt**

### 1 Grundlagen

#### 1.1. Definition von Management



- 1.2. Grundsätze des Managements
- 1.3. Managementfunktionen
- 1.4. Management-Rollen und -fähigkeiten
2. Praxisorientierte Grundlagen
  - 2.1. Management ? das bewegt
    - 2.1.1. Standortbestimmung
    - 2.1.2. Der Unternehmer nach Schumpeter
    - 2.1.3. Weiterentwicklung des Schumpeter-Ansatzes durch Heuß
    - 2.1.4. Neuberger: sozioökonomische Epoche und Typus
    - 2.1.5. 9 Führungskrafttypen nach Rahn
    - 2.1.6. Projekt: Marktplatz/Infomarkt
  - 2.2. Umfeldanalyse zur Strategieentwicklung
    - 2.2.1. Management von Informationen aus Umfeldanalysen
    - 2.2.2. Volkswirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen bewerten
    - 2.2.3. Branchenstrukturen analysieren
    - 2.2.4. Marktpotentiale ausloten
    - 2.2.5. Wettbewerbsverhalten durchschauen
    - 2.2.6. Kundenstrukturen verstehen
    - 2.2.7. Werkzeuge zur Umfeldanalyse gezielt einsetzen
3. Management und Leadership
  - 3.1. These: Die meisten Unternehmen sind overmanaged und underled
  - 3.2. Die zunehmende Instabilität macht Leadership wichtiger denn je
  - 3.3. Der Leader ist ein Coach
  - 3.4. Die Realisierung von drei Säulen führt zu Leadership
4. Soziale Verantwortung und Ethik
  - 4.1. Theoretische Grundlagen
  - 4.2. Status quo
  - 4.3. Vor- und Nachteile
5. Führung und Motivation
  - 5.1. Bedeutende Führungsstile
  - 5.2. Verhaltensgitter nach Blake/Mouton
6. Strategien umsetzen
  - 6.1. Strategische Erfolgsfaktoren
  - 6.2. Strategieformulierung
  - 6.3. Strategieauswahl



- 7. Grundlagen der Planung
- 7.1. Grundbegriffe der Planung
- 7.2. Ziele und Pläne

## **Lehr- und Lernmethoden**

Grundlagenvermittlung als Vorlesung, Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen in Kleingruppen, Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes, Projekt: Marktplatz/Infomarkt.

Zur Verfügungstellung von touristischen Fachzeitschriften durch die Lehrende.

## **Besonderes**

Das Modul Unternehmensführung vermittelt Transferwissen, das universell (d. h. studiengangübergreifend) einsetzbar ist.

Ist entscheidende Grundlage für die Module T-20 Praxissemester, T-22 Interkulturelle Kompetenz, T-23 Businessplanseminar sowie die Kompetenzfelder KF-01 bis KF-07.

## **Empfohlene Literaturliste**

Bea, F., Haas J., 2019, Strategisches Management, 10. Aufl., UTB Stuttgart.

E-Book vorhanden (9. Aufl.)

Büchler, J.-P., 2014, Strategie: Entwickeln, umsetzen und optimieren, Pearson.

Bühler, A., Nufer, G. (Hrsg.), 2013, Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, 3. Aufl., Erich Schmidt Verlag.

Buß, E., 2007, Die deutschen Spitzenmanager ? wie sie wurden, was sie sind, Oldenbourg Verlag

Coenenberg, A. G., et al., 2015, Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, 3. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag.

Dillerup, R., Stoi, R., 2016, Unternehmensführung: Management & Leadership, 5. Aufl., Verlag Franz Vahlen. E-Book vorhanden

Elliott, R., et al., 2018, Strategic Brand Management, 4. Aufl., Oxford University Press.

Hungenberg, H., 2014, Strategisches Management im Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren, 8. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden

Hungenberg, H., Wulf T., 2015, Grundlagen der Unternehmensführung, 5. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden

Johnson, G., et al., 2014, Exploring strategy - Text & Cases, 10. Aufl., Pearson. E-Book vorhanden (11. Aufl.)



- Jung, R., et al., 2018, Allgemeine Managementlehre: Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 7. Aufl., Erich Schmidt Verlag.
- Levitt, S. D., Dubner, S. J., 2006, Freakonomics: Überraschende Antworten auf alltägliche Lebensfragen, Riemann.
- Malik, F., 2014, Führen, Leisten, Leben: Wirksames Management für eine neue Welt, Campus Verlag.
- Macharzina, K., Wolf, J., 2018, Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, 10. Aufl., Springer Gabler Verlag.
- Müller, H-E., 2021, Unternehmensführung: Strategie ? Management ? Praxis, 4. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (3. Aufl.)
- Müller-Stewens, G., Lechner, C., 2016, Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 5. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag.
- Newman, J., 2009, McJob: Erkenntnisse durch die Arbeit hinter dem Tresen, Wiley-VCH.
- Peters, T. J., Waterman, R. H., 2006, Auf der Suche nach Spitzenleistung: Was man von den bestgeführten US-Unternehmen lernen kann, Redline Wirtschaft.
- Raich, F., 2006, Governance räumlicher Wettbewerbseinheiten: Ein Ansatz für die Tourismus-Destination, Deutscher Universitäts-Verlag. E-Book vorhanden
- Robbins, S., et al., 2021, Management (engl.), 15. Aufl., Pearson. E-Book vorhanden (14. Aufl.)
- Robbins, S., et al., 2014, Management (deutsch), 12. Aufl., Pearson. E-Book vorhanden
- Robbins, S., Judge, T., 2017, Organizational Behaviour, 17. Aufl., Pearson.
- Schreyögg G., Koch, J., 2015, Grundlagen des Managements, 3. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Schultz, H., Jones Yang, D., 2003, Die Erfolgsstory Starbucks, 2. Aufl., Signum Wirtschaftsverlag
- Steinmann, H., et al., 2013, Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 7. Aufl., Springer Gabler Verlag.
- Walsh, G., et al., 2020, Marketing: Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 3. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Wiesner, K. A., 2021, Standortmarketing, Kohlhammer Verlag.
- Zentes J., et al., 2011, Fallstudien zum Internationalen Management: Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven, 4. Aufl., Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Für besonders aktuelle Themen werden Fachzeitschriften herangezogen: wie z. B. die Wirtschaftswoche, ISR Internationale Seilbahn-Rundschau, Tophotel, ahgz, ?
- Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein umfassendes Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt.



## T-19 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) I

Modul Nr.	T-19
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T-19 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) I
Lehrende	Prof. Dr. Marcus Dittrich Stephan Hiller N.N. Jose Ortega Mohedano Jack Romero
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	Prüfungsart des gewählten Moduls
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Im Kurs festgelegt

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) soll die Studierenden ausführlich über die (im Fachbezogenen Wahlpflichtmodul) angebotenen Bereiche des Tourismus unterrichten und ihnen vertiefte Einblicke verschaffen.

Es werden für jedes Semester mind. zwei, höchstens vier FWP-Fächer mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten angeboten werden.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:



**Fachkompetenz:** Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse zu den festgelegten Schwerpunkten bzw. Bereichen. Sie sind in der Lage die typischen Situationen und Vorkommnisse zu den festgelegten Schwerpunkten bzw. Bereichen zu beurteilen und fundiert zu kommentieren. Sie sind in der Lage, das bereits erworbenen Erkenntniswissen (z.B. Marketing, Finanzierung, Organisation, Personalwesen) mit dem nunmehr erworbenen spezifischen Branchenwissen zu synthetisieren.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für die angebotenen Themenbereich im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von z.B. touristischen Angeboten rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

In diesem Studiengang:

Das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) kann als fachliche Grundlage für alle Kompetenzfelder und/oder Projektseminar sowie Bachelorarbeit gelten.

In anderen Studiengängen:

In Studiengängen mit wirtschaftlichem Bezug verwendbar.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

## Inhalt

Eine inhaltliche Festlegung bzw. Festlegung von thematischen Schwerpunkten als Angebot für mind. 2, höchstens 4 Angebote für das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) erfolgt mit der Verabschiedung des Studienplans. Zeitnah werden sodann im Vorlesungsplan die angebotenen Fächer bekannt gegeben, damit die Studierenden ein



Fach = ein thematischer Schwerpunkt wählen können. Erst dann werden Angaben zu den Inhalten vorgenommen.

Eine Auswahl bisher gehaltene Schwerpunkte waren: Cultural Management, Marketing and Tourism, Case Studies in Tourism, Formale Methoden und Modelle in der Ökonomik, Critical Incident Techniques der Wissenschaften (CIT), Geoinformationssysteme.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übung

## **Besonderes**

Fachvorträge von Experten, Unternehmensbesichtigungen

## **Empfohlene Literaturliste**

Werden bei den Fächern benannt und/oder im Unterricht bekannt gegeben.



## T-20 Umweltmanagement

Modul Nr.	T-20
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-20 Umweltmanagement
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	2 Präsentationen a 30 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Fachliche Kompetenzen: Verständnis der Zusammenhänge zwischen Umweltveränderungen und sozialen Strukturen. Befähigung zur Analyse von technologischen und naturwissenschaftlichen Entwicklungen im Kontext der Nachhaltigkeit.

Methodische Kompetenzen: Anwendung wissenschaftlicher Methoden zur Modellierung und Analyse von Umweltszenarien. Entwicklung und Bewertung von Strategien zur Förderung der Umweltgerechtigkeit.

Persönliche Kompetenzen: Konstruktive Kritikfähigkeit bei Reflexion über die Rolle von Wissenschaft und Technologie in der Gesellschaft. Fähigkeit zur interdisziplinären und internationalen Zusammenarbeit.



## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

### Inhalt

Umweltwissenschaftliche Grundlagen: Verständnis der ökologischen Prozesse und ihrer Wechselwirkungen mit menschlichen Aktivitäten. Untersuchung der Auswirkungen von Klimawandel auf Biodiversität und Ökosysteme.

Technologischer Einfluss und Innovationen: Analyse des Einflusses neuer Technologien auf die Umwelt und die Gesellschaft, einschließlich Künstlicher Intelligenz und Big Data. Betrachtung von Sprunginnovationen und inkrementellen Innovationen in ihrer Rolle für nachhaltige Entwicklungen.

Soziale und politische Dimensionen: Untersuchung der Beziehungen zwischen Umweltgerechtigkeit, Sozialstaat und Demokratie. Diskussion über Themen wie Gerechtigkeit, Fürsorge, und die Verteilungsgerechtigkeit im Kontext des Umweltschutzes.

Internationale Perspektiven und Kooperationen: Erkundung globaler und lokaler Herausforderungen und Lösungen im Bereich Umweltgerechtigkeit. Analyse internationaler Verflechtungen und ihrer Auswirkungen auf lokale Umweltstrategien.

Kulturelle und psychologische Aspekte: Bewertung der psychologischen Auswirkungen des Klimawandels auf Individuen und Gemeinschaften. Untersuchung kultureller Unterschiede in der Wahrnehmung und Reaktion auf Umweltfragen.

Sozialer Wandel und Schutz Schwacher: Erforschung der Mechanismen sozialen Wandels in Bezug auf Umweltschutz. Diskussion über Strategien zum Schutz der am stärksten gefährdeten Bevölkerungsgruppen.

### Lehr- und Lernmethoden

- Seminar mit Fokus auf wissenschaftliche Methoden, Fallstudien und aktuelle Forschung.
- Workshops, die zur aktiven Partizipation und praktischen Anwendung anregen.
- Diskussionen und Gruppenarbeiten zur Förderung des kritischen Denkens und der Problemlösungsfähigkeiten.

Seminaristischer Unterricht kann dabei in Abhängigkeit von thematischen Schwerpunkten fallweise auch in Form intensiver Blockveranstaltungen bzw. als Tagesexkursion stattfinden.

### Empfohlene Literaturliste

Baier, A., Müller, C., & Werner, K. (Eds.). (2024). *Unterwegs in die Stadt der Zukunft: Urbane Gärten als Orte der Transformation* (Vol. 11). transcript Verlag.

Engbers, M. (2024). # mobildabei: Ein Reallabor zur Stärkung von Mobilität und sozialer Teilhabe armutsbedrohter Personen. In *Soziale Teilhabe und Mobilität: Grundlagen*,



Instrumente und Maßnahmen einer integrierten Verkehrs-und Sozialplanung (pp. 121-146). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Gärtner, S., & Schepelmann, P. (2023). Globale Umweltgerechtigkeit und Urbane Produktion. In Die Produktive Stadt: (Re-) Integration der Urbanen Produktion (pp. 179-193). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Klepp, S., & Hein, J. Umweltgerechtigkeit und sozialökologische Transformation.

Köckler, H., Knieling, J., & Fehr, R. (2023). Stadtplanung, urbane Initiativen und Gesundheit. Das Gesundheitswesen, 85(S 05), S311-S318.

Weitere Texte werden im Seminar benannt, u.a.: Aktuelle Forschungsartikel und Berichte zu Umweltwissenschaften und Technologie; Standardwerke zur soziologischen und psychologischen Analyse des sozialen Wandels; Texte und Dokumente zur internationalen Politik und Gesetzgebung bezüglich Umweltschutz und Gerechtigkeit.



## T-21 Empirische Sozialforschung

Modul Nr.	T-21
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T-21 Empirische Sozialforschung
Lehrende	Stephanie Brandl Prof. Dr. Johannes Klühspies Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung der Marktforschung für die Tourismusindustrie. Die Studierenden kennen die wesentlichen Elemente der Tourismusmarktforschung. Fähigkeit ein komplettes Marktforschungsprojekt selbstständig durchzuführen und universell einsetzbares Transfer- sowie Verfahrenswissen einzusetzen. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:



Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte der Marktforschung sowie deren Wirkungsweisen. Sie können die Instrumente der Marktforschung anwenden. Die bedeutenden touristischen Studien sind den Studierenden bekannt und sie können sie bewerten.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit im Rahmen eines konkreten Marktforschungsprojektes vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für touristische Forschungsaufgaben im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage den Prozess kritisch zu analysieren und die Konzeption des Fragebogens zu begründen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im kritisch-analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Marktforschungsthemen bewerten zu können. Sie beherrschen die grundlegenden Kenntnisse von SPSS. Sie sind in der Lage, Fragebögen unter Qualitätsaspekten zu analysieren. Vertiefende Einblicke erfolgen durch die eigenständige Konzeption eines Fragebogens. Entscheidungs- und Anwendungskompetenz werden erworben. Komplexe Methoden werden angewandt und professionell analysiert. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium mit Zeitschriftenartikeln sowie Videos befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement erfährt eine weitere Vertiefung durch den angewandten Marktforschungsprozess, der rechtzeitig abgeschlossen wird.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Grundlage für alle weiteren Module ab dem 5. Semester Tourismusmanagement, in denen analytische Fähigkeiten wie Erhebung und Auswertung von Daten eine Rolle spielen, T-20 Praxissemester, insbesondere Kompetenzfeldern (KF01 - KF07) und T 25 Bachelorarbeit.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Datenerhebung und -analyse eine wesentliche Rolle spielen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Keine, empfohlen: profunde Kenntnisse der Module Statistische und Mathematische Anwendungen, Grundlagen Tourismus, Grundlagen des Tourismusmanagement, sowie des Faches Marketing.



## Inhalt

1. Grundlagen
2. Sekundärforschung
3. Touristische Marktuntersuchungen
4. Primärforschung
  - 4.1. Befragung
  - 4.2. Beobachtung
  - 4.3. Experiment/Testmarkt
5. SPSS
  - 5.1. Datenaufbereitung
  - 5.2. Das Programm im Überblick
  - 5.3. Häufigkeitsauszählungen
  - 5.4. Datenselektion
  - 5.5. Datenmodifikation
  - 5.6. Ausgewählte Statistische Kennwerte
  - 5.7. Kreuztabellen
  - 5.8. Analyse von Mehrfachantworten
  - 5.9. Ausgewählte Statistische Verfahren
  - 5.10. Standardgrafiken
  - 5.11. Export der Ausgabe

## Lehr- und Lernmethoden

Grundlagenvermittlung als Vorlesung, Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, Verwendung von SPSS via Campuslizenz zur Erfassung der Daten sowie der Auswertung in Kleingruppen am konkreten Beispiel, hierzu umfangreiche Übungen, eigenständiges Erstellen des Abschlussberichtes, Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes mittels Zeitschriftenartikel und Video.

Zur Verfügungstellung von Zeitschriftenartikeln und Videos durch die Lehrenden.

## Besonderes

Das Modul Empirische Sozialforschung vermittelt Transferwissen, das universell (d. h. studiengangübergreifend) einsetzbar ist.

Ist entscheidende Grundlage für die Module T-20 Praxissemester, sowie die Kompetenzfelder KF01 - KF07.

1 - 2 Gastvorträge von Führungskräften touristischer Leistungsträger im Bereich Marktforschung, Teilnahme an tourismuswissenschaftlichen Konferenzen, Exkursionen  
Universelle Marktforschungskompetenz gewährleistet



## Empfohlene Literaturliste

- Boyle, M. P., Schmierbach, M., 2019, Applied Communication Research Methods: Getting Started as a Researcher, 2. Aufl., Routledge.
- Bricker, K., Donohoe, H., 2015, Demystifying Theories in Tourism Research, CAB International.
- Bühl, A., 2019, SPSS: Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25, 16. Aufl., Pearson.
- Bühner, M., 2021, Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 4. Aufl., Pearson.
- Esteban-Bravo, M., Vidal-Sanz, J. M., 2021, Marketing Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches, Cambridge University Press
- Holcomb, Z. C., Cox, K. S., 2018, Interpreting Basic Statistics: A Workbook Based on Excerpts from Journal Articles, 8. Aufl., Routledge.
- Homburg, C., 2017, Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden (7. Aufl.)
- Koch, J., Riedmüller, F., 2021, Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen, 8. Aufl., De Gruyter Oldenbourg. E-Book vorhanden (7. Aufl.)
- Kotler, P., et al., 2019, Grundlagen des Marketing, 7. Aufl., Pearson. E-Book vorhanden (6. Aufl.)
- Kuß, A., et al., 2018, Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Magerhans, A., 2016, Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Malhotra, N. K., et al., 2017, Marketing Research: An Applied Approach, 5. Aufl., Pearson. E-Book vorhanden
- Mayer, H. O., 2009, Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung und Auswertung, 5. Aufl., Oldenbourg Verlag.
- Meffert, H., et al., 2019, Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., Springer Gabler Verlag. E-Book vorhanden
- Przyborski, A., Wohlrab-Sahr, M., 2014, Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch, 4. Aufl., Oldenbourg Verlag.
- Reinhardt, U., 2015, Tourismusanalyse 2015, Stiftung für Zukunftsfragen.
- Robinson, P., et al., 2010, Research Themes for Tourism, CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Schnell, R., et al., 2018, Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag.
- Sedlmeier, P., Renkewitz, F., 2018, Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, 3. Aufl., Pearson.



Siegmann, F., 2017, Statistik verstehen, nicht rechnen. Band 1. Beschreibende Statistik, Kohlhammer Verlag.

Sirakaya-Turk, E., et al., 2017, Research Methods for Leisure, Recreation and Tourism, 2. Aufl., CAB International.

Smith, S. L. J., 2017, Practical Tourism Research, 2. Aufl., CAB International.

Wiesner, K. A., 2016, Strategisches Tourismusmarketing: Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten, 2. Aufl., Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden

Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein umfassendes Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt.



## T-22 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement I

Modul Nr.	T-22
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-22 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement I
Lehrende	Vanessa Keilhofer
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik sensibilisiert die Studierenden für großräumliche und komplexe Entwicklungen im Tourismus, weckt Verständnis für Entscheidungen und vermittelt die Wirkungsweisen und Entscheidungsmechanismen der Akteure (z.B. Investoren, Politiker, Dach- und Fachverbände, Branchenverbände, öffentlich-rechtlicher Gebietskörperschaften).

Nach Absolvieren des Moduls Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Sie kennen die grundlegenden Strukturen, Ziele, Aufgaben, Instrumente und Aktivitäten der lokalen, regionalen, nationalen und internationalen



tourismopolitischen Akteure (z.B. Investoren, Politiker, Dach- und Fachverbände, Branchenverbände, öffentlich-rechtlicher Gebietskörperschaften). Sie kennen die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismusentwicklung im lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Kontext. Sie kennen die Dimensionen und Problematiken, insbesondere Finanzierung und Genehmigungsverfahren, von touristischen Entwicklungsprojekten. Sie werden befähigt, ein Entwicklungskonzept unter Berücksichtigung aller Komponenten zu erstellen.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für politisch determinierte Ansätze für touristische Angebote im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken bei der Entwicklung und Erstellung von touristischen Angeboten unter Einbeziehung unterschiedlichster Akteure aus der Privatwirtschaft als auch aus dem kommunalen Bereich rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismopolitischer Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

In diesem Studiengang:

Kompetenzfeld Destinationsmanagement, Hospitality Management, Medical & Health Tourism, Projektarbeit.

Für andere Studiengänge:

In allen Studiengängen mit wirtschaftlichen bzw. politischen Bezug.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzung: Volkswirtschaft und Freizeitökonomie, Grundlagen Tourismus.

## Inhalt

- 1 Grundbegriffe und Ansätze von Politik
- 2 Aushandlungssysteme in der Politik
- 3 Tourismuspolitik und deren Funktion



- 4 Internationale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 5 Nationale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 6 Regionale und lokale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 7 Tourismusedwicklung und deren Funktion
- 8 Dimensionen, Ebenen und Problematiken der Tourismusedwicklung
- 9 Strategien und Instrumente der Tourismusedwicklung
- 10 Finanzierung von Tourismusedwicklungen
- 11 Fallstudien zu z.B. Flughafenprojekte, Freizeit- und Erlebniswelten, Prädikatisierung eines Heilbades, Entwicklung einer Marke (bestehender Erholungsort)

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.

## **Besonderes**

Gastvorträge von Tourismusedwicklern (z.B. City Manager, Direktoren von Kur- und Bäderbetrieben), Vorstände touristischer Verbände.

## **Empfohlene Literaturliste**

Berg, W., 2012, Tourismusmanagement, 3. Aufl., Kiehl Verlag.

Bochert, R., 2019, Tourismuspolitik, Uni-Edition, Heilbronn

Lehar, G., Reisner, U., 2015, Tourismuspolitik im Alpenraum, ? Studia Universitätsverlag Innsbruck

Mundt, W.J., 2004, Tourismuspolitik, Oldenbourg Verlag.

Neumair, S.M., Schlesinger, D.M., 2021, Tourismuspolitik, De Gruyter/Oldenbourg, Berlin/ Boston

Regelmäßige Veröffentlichungen der Bundes- und Landesministerien als auch der Europäischen Union zu tourismusrelevanten Fragestellungen.

Regelmäßig erscheinende und einschlägige Publikation: z.B. fvw und deren Sonderhefte.

Aktuelle Reports einschlägiger Berufs- und Branchenverbände (z.B. DRV, Deutscher Tourismusverband, DZT, VDR, VIR)



## T-23 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement II

Modul Nr.	T-23
Modulverantwortliche/r	Dr. Melanie Hazod
Kursnummer und Kursname	T-23 Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement II
Lehrende	Dr. Melanie Hazod
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung des Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement sowie seine Bedeutung und Einordnung in der Unternehmenswelt.

Erlangung von Kenntnissen der wesentlichen Elemente und der Spezifika des Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Fähigkeit unternehmerische Aspekte des Veranstaltungswesens und wirtschaftliche Fragestellungen im Geschäftsmodell Veranstaltungsmanagement zu erkennen und entsprechend umzusetzen.



Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte des Veranstaltungsmanagements sowie deren Wirkungsweisen. Sie können das Tagungs-, Messe-, Kongress- und Eventmanagement als Instrument der Vermarktung und der Imagebildung von Unternehmen anwenden. Sie kennen die Umsetzung von Strategien zur Erreichung von Zielen. Sie können die Bedeutung der Leistungsträger und anderen Akteuren im Veranstaltungsmanagement und deren Auswirkungen auf die Nachfrager und Anbieter einschätzen.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für Tagungen, Messen, Kongresse und Veranstaltungen aller Art im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von Angeboten im Veranstaltungsmanagement rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen im Bereich des Veranstaltungsmanagement zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Für diesen Studiengang:

Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern des Studiengangs  
Tourismusmanagement.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Event- und Veranstaltungsmanagement in unternehmerischen Kontext eine wesentliche Rolle spielt.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreiche Absolvierung der Module bzw. Fächer:  
Externes und Internes Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus, Grundlagen  
Tourismusmanagement, Unternehmensführung, Marketing, Empirische Sozialforschung,  
Travel Technology, Tourismuspolitik, Controlling.



## Inhalt

### T6206 Tagungs- / Messe- und Kongressmanagement

- 1 Ökonomische Funktionen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 2 Standort Deutschland für Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 3 Begriffsbestimmung und Abgrenzungen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 4 Wirkungsweisen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 5 Funktionsweisen von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 6 Rechtliche Grundlagen
- 7 Planung und Kalkulation von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 8 Finanzierung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 9 Organisatorischer Ablauf und Umsetzung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events
- 10 Evaluierung von Tagungen, Messen, Kongresse und Events

### T7206 Veranstaltungs- und Eventmanagement

- 1 Grundlagen des Eventmanagements, Organisationen und Institutionen
- 2 Eventformate
- 3 Arten von Events, z.B. Business-, Sport- und Kultur-Events
- 4 Eventplanung und Kalkulation
- 5 Eventfinanzierung und Sponsoring
- 6 Personalmanagement von Events
- 7 Eventumsetzung und Evaluierung
- 8 Risikomanagement von Events
- 9 CSR und Sustainability in der Eventindustrie
- 10 Green Meetings und Events

## Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Seminar, Fallstudien, Gruppenarbeit, Gastvorträge

## Empfohlene Literaturliste

Dams, C.M., 2019, Agiles Event Management, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Dams, D.M., 2018, Hybride Events: Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Esche, A.K., Lockemann, L., 2017, Messen professionell managen: Das Handbuch für Messeorganisation, Business Village, Göttingen.

Haag, P., Luppold, S., 2020, Zielgruppenorientierte Veranstaltungskonzeption: Messen, Kongresse und Events auf Zielgruppen ausrichten., Springer/Gabler, Wiesbaden.

Jäger, D., 2018, Grundwissen Eventmanagement, 3. Aufl., uvk/utb, München.



Kirchgeorg, M., Dornscheidt, W.M., et al., 2018, Handbuch Messemanagement: Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen, Kongressen und Events, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Knoll, T., 2017, Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Mahnicke, R., 2013, Business Travel Management, Springer/Gabler, Wiesbaden.

Schmitt, I., 2012, Praxishandbuch Event Management, 3. Aufl., Gabler, Wiesbaden.

Aktuelle Reports einschlägiger Berufs- und Branchenverbände (z.B. AUMA, fkm, DRV, VDR, VIR)



## T-24 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) II

Modul Nr.	T-24
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T-24 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP) II
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	Prüfungsart des gewählten Moduls
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) soll die Studierenden ausführlich über die (im Fachbezogenen Wahlpflichtmodul) angebotenen Bereiche des Tourismus unterrichten und ihnen vertiefte Einblicke verschaffen.

Es werden für jedes Semester mind. zwei, höchstens vier FWP-Fächer mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten angeboten werden.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse zu den festgelegten Schwerpunkten bzw. Bereichen. Sie sind in der Lage die typischen Situationen und Vorkommnisse zu den festgelegten Schwerpunkten bzw. Bereichen zu beurteilen und fundiert zu kommentieren. Sie sind in der Lage, das bereits erworbenen Erkenntniswissen



(z.B. Marketing, Finanzierung, Organisation, Personalwesen) mit dem nunmehr erworbenen spezifischen Branchenwissen zu synthetisieren.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit erweitert vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für die angebotenen Themenbereich im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Erstellung von z.B. touristischen Angeboten rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

In diesem Studiengang:

Das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) kann als fachliche Grundlage für alle Kompetenzfelder und/oder Projektseminar sowie Bachelorarbeit gelten.

In anderen Studiengängen:

In Studiengängen mit wirtschaftlichem Bezug verwendbar.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

## Inhalt

Eine inhaltliche Festlegung bzw. Festlegung von thematischen Schwerpunkten als Angebot für mind. 2, höchstens 4 Angebote für das Fachbezogene Wahlpflichtmodul (FWP) erfolgt mit der Verabschiedung des Studienplans. Zeitnah werden sodann im Vorlesungsplan die angebotenen Fächer bekannt gegeben, damit die Studierenden ein Fach = ein thematischer Schwerpunkt wählen können. Erst dann werden Angaben zu den Inhalten vorgenommen.

Eine Auswahl bisher gehaltene Schwerpunkte waren: Cultural Management, Marketing and Tourism, Case Studies in Tourism, Formale Methoden und Modelle in der Ökonomik, Critical Incident Techniques der Wissenschaften (CIT), Geoinformationssysteme.



## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übung

## **Besonderes**

Fachvorträge von Experten, Unternehmensbesichtigungen

## **Empfohlene Literaturliste**

Werden bei den Fächern benannt und/oder im Unterricht bekannt gegeben.



## T-25 English for Tourism II

Modul Nr.	T-25
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	T-25 English for Tourism II
Lehrende	Dozierende für AWP und Sprachen
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	2
ECTS	3
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Siehe Prüfungsplan AWP und Sprachen, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Gewichtung der Note	3/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul English for Tourism II zielt darauf ab, den Studierenden spezialisierte Sprachkenntnisse zu vermitteln, die für eine kompetente Tätigkeit in einem globalisierten Bereich des Tourismusmanagements notwendig sind. Das Ziel dabei ist es, die Beziehung der Studierenden zur englischen Sprache im geschäftlichen Bereich zu vertiefen und zu verfeinern, damit sie die Sprache effektiv und effizient als praktisches Kommunikationsmittel einsetzen können.

Im Modul werden die vier Grundfertigkeiten - Hören, Lesen, Sprechen und Schreiben - trainiert. Studierende erweitern ihren fachspezifischen Wortschatz und vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die sprachlichen Strukturen.



Das Hauptaugenmerk des Moduls ist die Optimierung der Sprachgewandtheit und die Verbesserung der Fähigkeit auf Englisch zu kommunizieren, um anspruchsvolle, längere Texte und Gespräche im fachlichen Kontext klar zu verstehen und wiedergeben. Durch aufgabenbezogene Sprech-, Hör-, Lese- und Schreibaktivitäten optimieren Studierende ihre kommunikativen Fähigkeiten und erweitern ihr Ausdrucksvermögen. Dies ermöglicht ihnen sowohl das Teilnehmen an fachlichen Diskussionen, das Arbeiten im Team, das kompetente und fachkundige Erstellen relevanter Dokumente, und das erfolgreiche Präsentieren auf Englisch.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die folgenden Lernziele erreicht:

#### Fachkompetenz

Auf dem Niveau Englisch C1 sollten die Studierenden in der Lage sein:

- Die englische Sprache auf einem sicheren Sprachniveau (C1, GER) zu beherrschen und im Bereich Tourismusmanagement auch Fachdiskussionen und Verhandlungen zu verstehen, und selbstwirksam daran teilzunehmen.
- Sie verfügen über Fähigkeiten, um Fachliteratur zu verstehen und zu analysieren und auf einem C1 Niveau Texte zu verfassen.
- Die Studierenden besitzen Wissen über sprachliche Ausdrucksmittel auf C1 Niveau im beruflichen Kontext.
- Sie verstehen komplexere Inhalte ihres Spezialgebietes und können spontan und flexibel darüber diskutieren.
- Sie erwerben die Fähigkeit grammatikalische Strukturen funktionell und zielsicher in ihren zukünftigen Berufsfeldern anzuwenden.
- Eigene Meinungen und unterschiedliche Gesichtspunkte, wie auch die Abwägung der Vor- und Nachteile, können effektiv und spontan vorgebracht werden.

#### Methodenkompetenz

Die Methodenkompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, verschiedene Lern- und Arbeitsmethoden anzuwenden, um ihre sprachlichen und fachlichen Kenntnisse weiterzuentwickeln.

- Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten im Spracherwerb, in dem sie ihre individuellen Lernstile reflektieren.
- Sie können Informationen aus unterschiedlichen englischen Quellen filtern und für Diskussionen und Präsentationen verarbeiten.
- Sie sind in der Lage aktiv und selbstwirksam an Fachdiskussionen und -debatten im Bereich Tourismusmanagement teilzunehmen, indem sie Argumente präsentieren und konstruktives Feedback geben.
- Kritische Reflexion der eigenen Lernfortschritte und -strategien.

#### Soziale Kompetenz



Die soziale Kompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, in sozialen Interaktionen angemessen zu handeln, effektiv zu kommunizieren und erfolgreich in Gruppen zu arbeiten.

- Die Studierenden trainieren ihre sozialen Kompetenzen der Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit und des Verhandlungsgeschicks.
- Sie verfügen über kommunikative Fertigkeiten gemeinsam mit anderen Lösungen zu erarbeiten.
- Sie reflektieren ihre Lernerfahrungen aus eigenständigen Projekten und Teamarbeit.
- Sie empfinden Empathie und verfügen über die Fähigkeit, andere Perspektiven und Meinungen zu verstehen und angemessen zu reagieren.
- Sie erwerben die Fähigkeit zur konstruktiven Konfliktlösung und zur Vermittlung zwischen verschiedenen Standpunkten.

#### Persönliche Kompetenz

Die persönliche Kompetenz bezieht sich auf die individuellen Fähigkeiten, Einstellungen sowie Eigenschaften, die es den Studierenden ermöglichen, ihre Ziele zu erreichen, ihre persönliche Entwicklung voranzutreiben und erfolgreich zu agieren.

- Vermittlung von fundierten Sprachkenntnissen und Sozialkompetenzen, die für die persönliche Weiterentwicklung und die zukünftige Arbeitswelt elementar wichtig sind.
- Förderung der Problemlösungskompetenz und der Fähigkeit, Lösungen fließend auf Englisch zu erklären.

### **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Keine Verwendbarkeit in anderen Studiengängen.

### **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Die Voraussetzung, um am Modul erfolgreich teilnehmen zu können ist ein sicheres Sprachverständnis der englischen Sprache auf einem B2 Niveau, in Anlehnung an den Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER).

### **Inhalt**

- Die Definition von Tourismus: Reisende vs. Touristen
- Lokaler Tourismus
- Massentourismus: Auswirkungen auf Städte und Gemeinden
- Tourismus und Umwelt
- Wellness-Tourismus
- Medizinischer Tourismus



- Krisenmanagement: Wenn der Urlaub schief geht
- Die Zukunft des Tourismus und digitale Technologie
- Event Management
- Interkulturelles Arbeiten
- Marketing und Werbung
- Kundengewinnung und -bindung

## Lehr- und Lernmethoden

Der Fokus der Lehrmethoden liegt auf der Optimierung der vier Fertigkeiten (Hörverständnis, Sprechen, Lesen und Schreiben). Beispiele der angewendeten Lehrmethoden sind diverse Formen der Gruppen- und Einzelarbeit, Minipräsentationen, Übungen zum intensiven Lesen und Hören, Rollen- und Grammatikspiele, Loci-Methode, Laufdiktate, Übersetzungen, Peer-Feedback, Arbeit mit Lernstationen und verschiedenen Schreibaktivitäten zur Vertiefung des erlernten Stoffes.

Es werden wöchentlich Aufgaben zum Selbststudium gestellt.

## Besonderes

In allen Sprachkursen herrscht eine Anwesenheitspflicht von 75% um an der Prüfung teilnehmen zu dürfen.

## Empfohlene Literaturliste

Baade, K., Holloway, C. et al (2018) *Business Result: Advanced* 2nd ed, Oxford: OUP: ISBN 978-0194739061

Brook-Hart, Guy (2013) *Business Benchmark. Advanced* 2nd ed.: Cambridge: CUP: ISBN 978-3125403222

Emmerson, P. (2009), *Business Vocabulary Builder*, Macmillan Hueber, London Ismaning: ISBN 978-3190327225

Emmerson, P. (2007), *Business English Handbook Advanced*, Macmillan, Oxford: ISBN 978-3190625765

Hall, Diane and Mark Foley (2012) *MyGrammarLab Advanced (C1/C2)*, Pearson Education: ISBN 978-1408299111

Murphy, R. (2012), *English Grammar in Use*, 4th edition, Cambridge University Press Klett, Cambridge Stuttgart: ISBN 978-3125354241



## T-26 Turismo: lengua y cultura II

Modul Nr.	T-26
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	T-26 Turismo: lengua y cultura II
Lehrende	Dozierende für AWP und Sprachen
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	2
ECTS	2
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Siehe Prüfungsplan AWP und Sprachen, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Gewichtung der Note	2/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Spanisch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Turismo: lengua y cultura II (A2/2) zielt darauf ab, den Studierenden das Verstehen einfacher schriftlicher und mündlicher Informationen zu vermitteln.

Studierende sollen in der Lage sein, grundlegende Texte und Dialoge zu lesen und zu verstehen. Auch die Fähigkeit des Hörverstehens soll entwickelt werden, damit einfache Gespräche und Vorträge geführt werden können. Die Studierenden verbessern ihre mündlichen Kommunikationsfähigkeiten, sodass alltägliche Themen behandelt werden können und sie entwickeln die Fähigkeit, einfache Texte und kurze Mitteilungen zu schreiben.



Teil des Moduls ist der Aufbau des Basiswortschatzes und der Grammatikgrundkenntnisse. Zudem werden die Sprachkenntnisse in realen Situationen, z. B. bei Diskussionen, Präsentationen oder Rollenspielen praktisch angewendet. Darüber hinaus werden interkulturelle Kompetenzen entwickelt.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die folgenden Lernziele erreicht:

#### Fachkompetenz

Auf dem Niveau A2 sollten die Studierenden in der Lage sein:

- Einfache Anweisungen, Fragen und Anfragen zu verstehen und zu beantworten.
- Sich über grundlegende Themen des Alltags zu unterhalten.
- Kurze Texte zu lesen und grundlegende Informationen daraus zu erfassen.
- Einfache schriftliche Texte zu verfassen, z.B. kurze Beschreibungen oder Meinungsäußerungen.

#### Methodenkompetenz

Die Methodenkompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, verschiedene Lern- und Arbeitsmethoden anzuwenden, um ihre sprachlichen und fachlichen Kenntnisse weiterzuentwickeln.

- Einfache Lernstrategien anwenden, um Vokabular und grammatische Strukturen zu lernen und zu festigen.
- Wörterbücher und Online-Ressourcen nutzen, um unbekannte Begriffe und Ausdrücke zu verstehen.
- Einfache schriftliche Übungen und Aufgaben zur Festigung des Gelernten bearbeiten.
- Einfache Hörübungen verstehen.
- Mit anderen Studierenden in Lerngruppen diskutieren und Informationen austauschen.

#### Soziale Kompetenz

Die soziale Kompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit der Studierenden, in sozialen Interaktionen angemessen zu handeln, effektiv zu kommunizieren und erfolgreich in Gruppen zu arbeiten.

- Höfliche und respektvolle Kommunikation in einfachen Alltagssituationen, z.B. beim Fragen nach Informationen oder dem Austausch von Meinungen.
- Zusammenarbeit in einfachen Gruppenübungen und Partnerarbeiten, um Aufgaben zu lösen.
- Teilnahme an einfachen Diskussionen und das Teilen eigener Erfahrungen und Ideen.

#### Persönliche Kompetenz



Die persönliche Kompetenz bezieht sich auf die individuellen Fähigkeiten, Einstellungen sowie Eigenschaften, die es den Studierenden ermöglichen, ihre Ziele zu erreichen, ihre persönliche Entwicklung voranzutreiben und erfolgreich zu agieren.

- Motivation und Engagement für das Erlernen der spanischen Sprache.
- Offenheit und Neugier gegenüber neuen Themen.
- Verantwortungsbewusstsein für das eigene Lernen und das Erreichen der Lernziele.
- Fähigkeit zur Selbstreflexion und zur Identifizierung eigener Stärken und Schwächen.
- Bereitschaft, Fragen zu stellen, um Unklarheiten zu beseitigen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Keine Verwendbarkeit in anderen Studiengängen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Voraussetzung ist die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul Turismo: lengua y cultura I.

## **Inhalt**

Kerninhalte des Kurses sind Grammatik und Wortschatz. Wichtige Aspekte, die innerhalb des Kurses berücksichtigt werden, sind: Landeskunde, interkulturelle Kompetenz und Aussprache. Städte, Reisen, Veranstaltungen, Gesundheit und Arbeit sind einige Themen, die im Kurs behandelt werden. Des Weiteren werden zusätzliche Themen, je nach der aktuellen Entwicklung in Literatur und Praxis hinzugefügt.

Folgende kommunikative Situationen und grammatische Themen werden unter anderem behandelt:

Kommunikationssituationen:

- Über Vergangenheit sprechen
- Über Termine und Veranstaltungen sprechen
- Über Gesundheit sprechen
- Vorschläge und Empfehlungen
- Gegenwart und Vergangenheit vergleichen
- Über Gewohnheiten sprechen
- Auf Meinung reagieren

Grammatik und Redemittel (gemäß Plan curricular del Instituto Cervantes):

- Indefinido
- Pronombres de objeto directo (OD)
- Pretérito perfecto
- Verb doler



- Imperativ
- Pretérito imperfecto
- Temporale Adverbien
- acabar de/empezar a/volver a + Infinitiv

## Lehr- und Lernmethoden

Der Fokus der Lehrmethoden liegt auf der Optimierung der vier Sprachfertigkeiten (Hörverständnis, Sprechen, Lesen und Schreiben). Beispiele der angewendeten Lehrmethoden sind diverse Formen der Gruppen- und Einzelarbeit, Mini-Präsentationen, Übungen zum intensiven Lesen und Hören, Rollen- und Grammatikspiele, Loci-Methode, Laufdiktate, Übersetzungen, Peer-Feedback, Arbeit mit Lernstationen und verschiedenen Schreibaktivitäten zur Vertiefung des erlernten Stoffes.

Es werden wöchentlich Aufgaben zum Selbststudium gestellt.

## Besonderes

In allen Sprachkursen herrscht eine Anwesenheitspflicht von 75% um an der Prüfung teilnehmen zu dürfen.

## Empfohlene Literaturliste

### Kursbuch:

Xicota, Núria/Sanz, Carlos, 2018, Turismo 1 - Kurs- und Arbeitsbuch, Hueber Verlag.  
ISBN: 978-3-19-514507-7

### Weitere Literaturempfehlungen:

Bouvet Pla, Montserrat, Marcé Álvarez, Pilar, 2016, Entorno turístico, Verlag: SGEL/  
Hueber. ISBN: 978-84-9081-602-8

Díaz Gutiérrez, E., 2014, Meta profesional, Klett Verlag. ISBN: 978 3125154605

Gómez, Alba u.a., 2019, Profesionales del Turismo Curso de Español, Klett Verlag. ISBN:  
978-3125154674

López Moreno, Cristina, 2010, Un año en España: Nivel A1+/A2+, Verlag: Sociedad  
General Española de Librería. ISBN: 978-8497784306

López Ripoll, Silvia, 2014, Destino erasmus 1: Curso de español. Estudios Hispánicos  
Universidad de Barcelona. Nivel inicial. Verlag: Sociedad General Española de Librería.  
ISBN: 978-3192345067



## T-27 Betriebspraktikum

Modul Nr.	T-27
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-27 Betriebspraktikum
Lehrende	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Semester	5
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	0
ECTS	26
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Gewichtung der Note	30/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Allgemeines Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden das von ihnen erworbene Wissen in der Praxis anwenden und gleichzeitig betriebliche Abläufe in einem Unternehmen kennen lernen. Die Studierenden sollen an die Tätigkeit eines Touristiklers/einer Touristiklerin herangeführt werden, indem sie in Unternehmen bzw. Betrieben selbstständig an konkreten betriebsgestaltenden und prozessregelnden Aufgabenstellungen mitwirken/mitarbeiten und dadurch mit Problemstellungen kompetent umzugehen lernen und Lösungsansätze für die unterschiedlichsten und vielfältigen Situationen finden. Zudem bietet das Praxissemester die Möglichkeit für die Teilnehmer, ihre Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit zu verbessern, indem sie Präsentationen bzw. Ergebnisse ihrer erzielten Resultate vorbringen. Zudem haben die Studierenden die Möglichkeit, im Praktikum und in der PLV-Woche ihre Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit zu verbessern, indem sie Präsentationen und Gruppenarbeiten durchführen.

Ausbildungsziel Praktikum:



**Fachkompetenzen:** Die Studierenden sollen einen Überblick über Arbeitsweisen in den in den Bereichen einer touristischen Unternehmung bzw. im Bereich Travelmanagement eines Unternehmens erhalten. Sie erlangen einen Einblick in die Komplexität betriebswirtschaftlicher Vorgänge.

**Methodenkompetenz:** Hinführung zu betriebswirtschaftlicher Handlungskompetenz sowie Hinführung an die Tätigkeit als Touristiker: in durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen, Erwerb von Problemlösungskompetenz.

**Soziale Kompetenzen :** Die Studierenden arbeiten während des Praktikums in Teams und bauen somit ihre Teamfähigkeit aus.

**Persönliche Kompetenzen:** Verbesserung der Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit durch Präsentationen und Gruppenarbeiten.

Studienziel Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV): Fundierung der in der Praxis erworbenen Kenntnisse über zeitgemäße Arbeitsverfahren in den touristischen Bereichen einer Unternehmung oder in Dienststellen der Verwaltung durch eine Verknüpfung von Theorie und Praxis sowie Reflexion über praktische Erfahrungen.

**Dual Studierende:** Bei Dual Studierenden des Studiengangs Tourismusmanagement ist das Pflichtpraktikum in den generellen Wechsel von Zeiten im Ausbildungsbetrieb und der Hochschule integriert. Somit sind Dual Studierende mit Beginn des Pflichtpraktikums bereits 3 Jahre im Ausbildungsunternehmen aktiv. Insofern gelten die aufgeführten Qualifikationsziele für dual Studierende analog, aber mit unterschiedlichen Schwerpunkten, da ein grundsätzlicher Einblick in die Komplexität betrieblicher Abläufe bereits gegeben ist. Die Inhalte des Pflichtpraktikums orientieren am Ausbildungsplan des Ausbildungsunternehmens und somit sehr unterschiedlich je nach Ausbildungsberuf (z.B. Tourismuskaufmann/-frau, Luftverkehrskaufmann/-frau, Hotelkaufmann/-frau).

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Vorgesehen wird das 5. Semester als praktisches Studiensemester. Die Studierenden sollen (Empfehlung) zu Beginn des Praktikums mind. 90 ECTS Punkte erworben haben.

## Inhalt

### Ausbildungsinhalte Praktikum:

Die Studierenden sollen nach Möglichkeit entsprechend ihren zukünftigen Kompetenzfeldern an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor of Arts angemessen ist.

Die Mindestpraktikumszeit im Ausbildungsbetrieb darf 18 volle Wochen nicht unterschreiten. Zusammen mit den beiden PLV-Block-Wochen ergibt dies eine geforderte Mindestpraktikumsdauer 20 Wochen (vgl. §2 Abs. 2 RaPo). In Einzelfällen



besteht die Möglichkeit, die Praktikumsdauer zu verkürzen (z.B. abgeschlossene Berufsausbildung). Insgesamt darf das Praktikum 24 Wochen inkl. der PLV-Block-Wochen nicht überschreiten. Das Praktikum kann auch im Ausland abgeleistet werden.

### **Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV)**

Innerhalb des praktischen Studiensemesters führt die Hochschule praxisbegleitende Lehrveranstaltungen durch. Dies wird in Form von Blockveranstaltungen geschehen. Die PLV-Wochen werden am Ende des Wintersemesters und am Ende des Sommersemesters (Termine im Internet) bzw. im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse angeboten. Am Ende jeder PLV-Woche findet eine Prüfung statt.

Nach der Absolvierung der PLV-Wochen haben die Studierenden folgende sozialen Kompetenzen erreicht: Die Studierenden wissen um die Notwendigkeit, sich mit ethischen und moralischen Themen auseinander zu setzen. Sie können sich in (komplexen) ethischen Fragestellungen orientieren und aus verschiedenen Perspektiven Lösungsansätze argumentieren. Sie haben Verhandlungstheorien kennengelernt und in Rollenspielen erstmals umgesetzt. Sie verstehen Andersdenkende und Andershandelnde, verstehen nationale, internationale und globale Implikationen des Wirtschaftens und sind in der Lage, die zu hinterfragen. Sie haben die grundlegenden Wirkungsweisen, Nutzen, Eigenschaften und Merkmale von Projekten in der Praxis erfahren. Sie lernen die Prozesse in Echtzeit und anwendungsbezogen kennen. Sie haben die grundlegenden Wirkungsweisen, Nutzen, Eigenschaften und Merkmale von Projekten in der Praxis erfahren. Sie lernen die Prozesse in Echtzeit und anwendungsbezogen kennen.

Nach der Absolvierung der PLV-Wochen haben die Studierenden folgende Methodenkompetenzen erreicht: Die Studierenden erlernen und verfügen über grundlegende Methodenkenntnisse um Fälle, Aufgaben und Projekte eigenständig oder im Team unter Zuhilfenahme der betrieblichen Infrastruktur zu lösen, sowie die zugrundeliegenden Problematiken zu erkennen. Sie sind durch das Behandeln und Lösen aktueller Fälle, Aufgaben und Projekte zur eigenständigen Anwendung befähigt.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminar, Übung, Fallstudien, Feldstudien, Exkursionen, Gruppenübungen, Diskussionen, Präsentationen.

## **Besonderes**

Bei erfolgreicher Teilnahme wird das Praktikum als bestanden bewertet. Die erfolgreiche Teilnahme wird durch den Ausbildungsbetrieb in Form eines Arbeitszeugnisses bestätigt. Der Studierende muss einen Praktikumsbericht in schriftlicher Form abgeben, der vom Praktikumsbeauftragten bewertet wird (bestanden/nicht bestanden).



## **Empfohlene Literaturliste**

Grundsätzlich keine, für die PLV Veranstaltungen können die Lehrenden Literaturhinweise geben.



## T-28 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV)

Modul Nr.	T-28
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-28 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) T5102 PLV I T5102 PLV II
Lehrende	Rita Hirlehei Prof. Dr. Johannes Klühspies Prof. Dr. Suzanne Lachmann Bastian Parzer Virtuelles Angebot vhb
Semester	5
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	4
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	PStA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	30/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Allgemeines Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden das von ihnen erworbene Wissen in der Praxis anwenden und gleichzeitig betriebliche Abläufe in einem Unternehmen kennen lernen. Die Studierenden sollen an die Tätigkeit eines



Touristikers/einer Touristikerin herangeführt werden, indem sie in Unternehmen bzw. Betrieben selbstständig an konkreten betriebsgestaltenden und prozessregelnden Aufgabenstellungen mitwirken/mitarbeiten und dadurch mit Problemstellungen kompetent umzugehen lernen und Lösungsansätze für die unterschiedlichsten und vielfältigen Situationen finden. Zudem bietet das Praxissemester die Möglichkeit für die Teilnehmer, ihre Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit zu verbessern, indem sie Präsentationen bzw. Ergebnisse ihrer erzielten Resultate vorbringen. Zudem haben die Studierenden die Möglichkeit, im Praktikum und in der PLV-Woche ihre Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit zu verbessern, indem sie Präsentationen und Gruppenarbeiten durchführen.

Ausbildungsziel Praktikum:

**Fachkompetenzen:** Die Studierenden sollen einen Überblick über Arbeitsweisen in den in den Bereichen einer touristischen Unternehmung bzw. im Bereich Travelmanagement eines Unternehmens erhalten. Sie erlangen einen Einblick in die Komplexität betriebswirtschaftlicher Vorgänge.

**Methodenkompetenz:** Hinführung zu betriebswirtschaftlicher Handlungskompetenz sowie Hinführung an die Tätigkeit als Touristiker: in durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen, Erwerb von Problemlösungskompetenz.

**Soziale Kompetenzen :** Die Studierenden arbeiten während des Praktikums in Teams und bauen somit ihre Teamfähigkeit aus.

**Persönliche Kompetenzen:** Verbesserung der Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit durch Präsentationen und Gruppenarbeiten.

Studienziel Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV): Fundierung der in der Praxis erworbenen Kenntnisse über zeitgemäße Arbeitsverfahren in den touristischen Bereichen einer Unternehmung oder in Dienststellen der Verwaltung durch eine Verknüpfung von Theorie und Praxis sowie Reflexion über praktische Erfahrungen.

**Dual Studierende:** Bei Dual Studierenden des Studiengangs Tourismusmanagement ist das Pflichtpraktikum in den generellen Wechsel von Zeiten im Ausbildungsbetrieb und der Hochschule integriert. Somit sind Dual Studierende mit Beginn des Pflichtpraktikums bereits 3 Jahre im Ausbildungsunternehmen aktiv. Insofern gelten die aufgeführten Qualifikationsziele für dual Studierende analog, aber mit unterschiedlichen Schwerpunkten, da ein grundsätzlicher Einblick in die Komplexität betrieblicher Abläufe bereits gegeben ist. Die Inhalte des Pflichtpraktikums orientieren am Ausbildungsplan des Ausbildungsunternehmens und somit sehr unterschiedlich je nach Ausbildungsberuf (z.B. Tourismuskaufmann/-frau, Luftverkehrskaufmann/-frau, Hotelkaufmann/-frau).

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Vorgesehen wird das 5. Semester als praktisches Studiensemester. Die Studierenden sollen (Empfehlung) zu Beginn des Praktikums mind. 90 ECTS Punkte erworben haben.



## Inhalt

### **Ausbildungsinhalte Praktikum:**

Die Studierenden sollen nach Möglichkeit entsprechend ihren zukünftigen Kompetenzfeldern an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor of Arts angemessen ist.

Die Mindestpraktikumszeit im Ausbildungsbetrieb darf 18 volle Wochen nicht unterschreiten. Zusammen mit den beiden PLV-Block-Wochen ergibt dies eine geforderte Mindestpraktikumsdauer 20 Wochen (vgl. §2 Abs. 2 RaPo). In Einzelfällen besteht die Möglichkeit, die Praktikumsdauer zu verkürzen (z.B. abgeschlossene Berufsausbildung). Insgesamt darf das Praktikum 24 Wochen inkl. der PLV-Block-Wochen nicht überschreiten. Das Praktikum kann auch im Ausland abgeleistet werden.

### **Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV)**

Innerhalb des praktischen Studienseesters führt die Hochschule praxisbegleitende Lehrveranstaltungen durch. Dies wird in Form von Blockveranstaltungen geschehen. Die PLV-Wochen werden am Ende des Wintersemesters und am Ende des Sommersemesters (Termine im Internet) bzw. im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse angeboten. Am Ende jeder PLV-Woche findet eine Prüfung statt.

Nach der Absolvierung der PLV-Wochen haben die Studierenden folgende sozialen Kompetenzen erreicht: Die Studierenden wissen um die Notwendigkeit, sich mit ethischen und moralischen Themen auseinander zu setzen. Sie können sich in (komplexen) ethischen Fragestellungen orientieren und aus verschiedenen Perspektiven Lösungsansätze argumentieren. Sie haben Verhandlungstheorien kennengelernt und in Rollenspielen erstmals umgesetzt. Sie verstehen Andersdenkende und Andershandelnde, verstehen nationale, internationale und globale Implikationen des Wirtschaftens und sind in der Lage, die zu hinterfragen. Sie haben die grundlegenden Wirkungsweisen, Nutzen, Eigenschaften und Merkmale von Projekten in der Praxis erfahren. Sie lernen die Prozesse in Echtzeit und anwendungsbezogen kennen. Sie haben die grundlegenden Wirkungsweisen, Nutzen, Eigenschaften und Merkmale von Projekten in der Praxis erfahren. Sie lernen die Prozesse in Echtzeit und anwendungsbezogen kennen.

Nach der Absolvierung der PLV-Wochen haben die Studierenden folgende Methodenkompetenzen erreicht: Die Studierenden erlernen und verfügen über grundlegende Methodenkenntnisse um Fälle, Aufgaben und Projekte eigenständig oder im Team unter Zuhilfenahme der betrieblichen Infrastruktur zu lösen, sowie die zugrundeliegenden Problematiken zu erkennen. Sie sind durch das Behandeln und Lösen aktueller Fälle, Aufgaben und Projekte zur eigenständigen Anwendung befähigt.



## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminar, Übung, Fallstudien, Feldstudien, Exkursionen, Gruppenübungen, Diskussionen, Präsentationen.

## **Besonderes**

Bei erfolgreicher Teilnahme wird das Praktikum als bestanden bewertet. Die erfolgreiche Teilnahme wird durch den Ausbildungsbetrieb in Form eines Arbeitszeugnisses bestätigt. Der Studierende muss einen Praktikumsbericht in schriftlicher Form abgeben, der vom Praktikumsbeauftragten bewertet wird (bestanden/nicht bestanden).

## **Empfohlene Literaturliste**

Grundsätzlich keine, für die PLV Veranstaltungen können die Lehrenden Literaturhinweise geben.



## T-29 Destinationsmanagement / Regionalentwicklung I

Modul Nr.	T-29
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T6101 Destinationsmanagement
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul zielt darauf ab, Studentinnen und Studenten umfassende Kompetenzen in den Bereichen wissenschaftliches Arbeiten, Forschungsmethodik und Szenariotechnik im Kontext der Verkehrswissenschaften zu vermitteln.

**Fachliche Kompetenzen:** Die Studentinnen und Studenten erwerben tiefgehendes Wissen über Theorien, Prinzipien und Praktiken der Stadt- und Regionalentwicklung. Sie verstehen komplexe verkehrswissenschaftliche Zusammenhänge und sind in der Lage, diese Erkenntnisse auf reale städtische und regionale Planungsprozesse anzuwenden.

**Methodische Kompetenzen:** Die Studentinnen und Studenten entwickeln fortgeschrittene Fähigkeiten in der Anwendung wissenschaftlicher Forschungsmethoden, einschließlich qualitativer und quantitativer Ansätze, Datenanalyse und Modellierung. Sie lernen, wie



man Szenarien für zukünftige Entwicklungen berechnet und bewertet, um evidenzbasierte Entscheidungen zu unterstützen.

**Persönliche Kompetenzen:** Förderung von kritischem Denken, Problemlösungsfähigkeiten und der Fähigkeit, interdisziplinär zu arbeiten. Die Studentinnen und Studenten verbessern ihre Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten, sowohl schriftlich als auch mündlich, und sind befähigt, komplexe Informationen einem nicht-fachkundigen Publikum zu vermitteln.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

VW-628 Stadt- und Regionalentwicklung  
FWP, AWP

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

## **Inhalt**

Das Modul deckt folgende Schlüsselbereiche ab:

- Grundlagen der Stadt- und Regionalentwicklung: Geschichtliche Entwicklung, aktuelle Trends und Zukunftsperspektiven.
- Theoretische Ansätze und Modelle der Stadtplanung und regionalen Entwicklung.
- Verkehrsdynamiken und deren Einfluss auf die Stadt- und Regionalentwicklung.
- Anwendung von GIS-Systemen zur Analyse und Visualisierung.
- Entwurf und Bewertung von Szenarien zur nachhaltigen Entwicklung unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Faktoren.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Das Modul kombiniert verschiedene Lehr- und Lernmethoden, um ein tiefes Verständnis der Materie zu fördern und die Anwendung des Gelernten in der Praxis zu unterstützen:

- Vorlesungen: Einführung in die Grundlagen und theoretische Konzepte.
- Seminare und Workshops: Diskussion aktueller Forschungsergebnisse, Fallstudienanalysen und Gruppenarbeiten.
- Projektarbeit: Entwicklung und Berechnung von Szenarien zur Stadt- und Regionalentwicklung. Studentinnen und Studenten arbeiten in Teams, um Lösungsansätze für reale Probleme zu erarbeiten.



- Gastvorträge: Experten aus der Praxis und der Wissenschaft teilen ihr Wissen und ihre Erfahrungen.
- Exkursionen: Besuche bei Planungsbehörden und Entwicklungsprojekten, um die Theorie mit der Praxis zu verbinden.

## Empfohlene Literaturliste

Danielzyk, R., & Dittrich-Wesbuer, A. (2020). Multilokalität in der Stadt-und Regionalentwicklung (Vol. 13, pp. 196-202). Verl. d. ARL.

Franz, Y., & Heintel, M. (Eds.). (2022). Kooperative Stadt-und Regionalentwicklung. UTB.

Hahne, U. (2021). Interventionen in Prozessen der Stadt-und Regionalentwicklung: Anmerkungen zum Format Reallabore der Nachhaltigkeit aus planungswissenschaftlicher Sicht. *Raumforschung und Raumordnung/Spatial Research and Planning*, 79(4), 306-321.

Hekler, M. (2021): Urbane Transformationen. Zu Wirkungszusammenhängen zwischen urbaner Governance, Partizipation und strategischer Verkehrsplanung in Seoul und Singapur. *Forschungsbeiträge zur Stadt- und Regionalgeographie*, Bd. 5.

Hubner, E. (2024). *Erinnernde Geographien-Altstädte als Erinnerungsorte*.

Klühspies, J: (2010): *Zukunftsaspekte europäischer Mobilität - Perspektiven und Grenzen einer Innovation von Magnetschnellbahntechnologien*.

Kunzmann, K. R. (2023). *Kooperative Stadt-und Regionalentwicklung*.



## T-30 Tourismuspolitik

Modul Nr.	T-30
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T6102 Tourismuspolitik
Lehrende	Vanessa Keilhofer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls



## T-31 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement I

Modul Nr.	T-31
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T6103 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement I
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul legt begriffliche und konzeptionelle Grundlagen für einen beruflich professionellen Umgang mit primär relevanten Ressourcen. Dazu zählen eben nicht nur die Verfügbarkeit von Energie(trägern) o.ä., sondern auch die über Jahrhunderte hinweg durch menschliche Nutzung entstandenen Kulturlandschaften insgesamt, der kulturhistorisch gewachsene Bestand an Infrastruktur, gebauter Architektur, an Baustilen und resultierender Stadtqualität, u. a.

Die in der Veranstaltung erworbenen, grundsätzlichen Kenntnisse können spätere berufliche Tätigkeiten u.a. in den Themenfeldern Citymarketing, Destinationsmanagement, Projekt- oder Regionalentwicklung, Landespflege und Denkmalschutz begünstigen.



Die Teilnehmer des Moduls werden zu einer weiterführenden, selbständigen wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem tourismusübergreifenden Forschungsfeld der Anthropogeographie motiviert, auch im Hinblick auf Interesse an einem weiterführenden, evtl. universitären Masterstudium.

Zentraler Bestandteil des Moduls sind Geländepraktika in relevanten europäischen oder aussereuropäischen Destinationen (Stadt / Region).

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:

- Die Studierenden kennen primär relevante Begriffe, Theorien und Konzepte einer Regional- und Destinationsentwicklung. Sie können touristische Projekte eigenständig, nach vielschichtigen, relevanten Kriterien analysieren und beurteilen sowie dabei tourismusspezifische bzw. geographische Gegebenheiten differenziert berücksichtigen.
- Die Studierenden sind in der Lage, spezifische Themenstellungen zu Mobilität und Ressourcennutzung angemessen einzuordnen, Begriffe zuzuordnen und weiterführende Inhalte selbständig und zielorientiert zu entwickeln.

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Moderation von Interessenskonflikten bei der Nutzung des Kulturrums. In Team- bzw. Gruppenarbeit haben sie erste Übungserfahrungen im Umgang mit Entscheidungssituationen zu Infrastrukturentwicklung (Planspiel) und Bestandsschutz erworben. Sie kennen für ausgewählte Themenbereiche grundsätzlichen Vorgehensweisen und haben ein planungsrechtliches Grundverständnis, um Destinationen in der Praxis erfolgreich voran zu bringen.
- Die Studierenden kennen grundsätzlich wichtige Strukturen und Ansprechpartner (Funktionen) in Kommunen, Kreisen und Ländern, die für erfolgreiches Destinationsmanagement primär relevant sind. Die Studierenden sind fachlich befähigt, sich mit diesen Funktionsträgern fundiert auszutauschen.

Methodenkompetenz:

- Die Studierenden verfügen über ein grundsätzliches Verständnis zu den Zielen und methodischen Herangehensweisen des Ressourcenmanagements. Sie kennen wichtige Grundlagenliteratur sowie primäre Vertreter des hier relevanten, wirtschaftsgeographischen Forschungsfelds.
- Die Studierenden kennen und verstehen wichtige verkehrsgeographische Begriffe, Theorien und Modelle des Mobilitätsmanagements. Sie verfügen über ein grundsätzliches Verständnis zu Bedeutung und Wirkung von Mobilität und kennen die Methoden, dieses Wissen situativ erfolgversprechend anwenden zu können.
- Sie verstehen grundsätzlich die primär dominanten, mobilitätspsychologischen Einflußfaktoren auf das Reise- und Verkehrsmittelwahlverhalten von Bürgern und Touristen und sind für die Beachtung der Wirkungen sensibilisiert.

Persönliche Kompetenz:



- Die Studierenden können interpersonell und sachbezogen überprägte Entscheidungssituationen in der Stadt-, Destinations- und Regionalentwicklung erkennen.
- Sie kennen kulturanthropologische Ansätze zur Erfassung kultureller Identität und Authentizität („Heimat“) und können diese bei der Lösung interdisziplinär geprägter Aufgabenstellungen situativ anwenden, dabei speziell auch bei partizipativ geprägten Entscheidungssituationen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

In diesem Studiengang:

T-24 Projektseminar

KF-03 Destinationsmanagement

KF-02 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement

T-12 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP)

KF-06 Veranstaltungsmanagement

T-25 Bachelorarbeit

In anderen Studiengängen:

Studiengänge mit Mobilitätsbezug und wirtschaftlichen Bezug

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Empfohlene Voraussetzungen: Das Modul ist eine Vertiefung und Schwerpunktsetzung, die auf die Grundlagen anderer, vorangegangener Module aufbaut. Es bestehen grundsätzliche Bezüge vor allem zum Modul Projektarbeit (7.Semester) und dem Modul empirische Sozialforschung (4. Semester).

Ergänzend, hier jedoch im erweiterten, internationalen Kontext, ist die PLV China zu sehen (VHB).

## **Inhalt**

1. Grundlagen (Wirtschaftsgeographie, Verkehrsgeographie)
  - 1.1. Grundlagen Infrastruktur: Ziele, Aufgaben, Nutzen, Kosten, Infrastrukturnutzungstrends.
  - 1.2. Europäische Union und ihre Ziele bei Infrastruktur-Förderprogrammen.
  - 1.3. Markt und Marktgrößen.
  - 1.4. Regionale Infrastruktur: Bestandserhalt und Innovationen.
  - 1.5. Metaebene Infrastrukturnetze, Zentrale Orte, Stadt-Land-Gegensatz.
  - 1.6. Grundsätzliche Entwicklungstrends, Megatrends: Urbanisierung, Demographische Entwicklung u.a.
2. Mobilität (Verkehrsgeographie)



- 2.1. Grundlagen Verkehrssysteme und Mobilitätszwecke.
  - 2.2. Grundlagen des Verkehrsträgermanagements.
  - 2.3. Grundlagen Mobilitätspsychologie, Fokus Freizeitverkehr.
  - 2.4. Telematik, lokale Verkehrssteuerung und Bedeutung für Tourismus.
  - 2.5. Intermodalität, Multimodalität im Lebenszyklus von Bürgern und Touristen.
  - 2.6. Rolle des Faktors Zeit: Beschleunigung ? Entschleunigung.
  - 2.7. Fokusthema Fuß- und Radverkehr, Langsamverkehr, Shared Space-Konzepte.
  - 2.8. Fokusthema Individualverkehr: Perspektiven und Grenzen der Kfz-Nutzung aus touristischer / Freizeitperspektive.
  - 2.9. Fokusthema Luftverkehr, Aerotropolis, Symbiose Passagier/Cargo.
  - 2.10. Fokusthema Bus- und Bahnverkehr: Schnell-, Regional- und Nahverkehr.
  - 2.11 Wettbewerb, Ausschreibung, Vergabe von Verkehrsdienstleistungen und Relevanz für den Tourismus.
3. Ressourcen (Wirtschaftsgeographie)
    - 3.1. Grundlagen Energie: Energieträger Wasser, Atom, Kohle, Öl/Gas, Solar, Erdwärme, Wind u.a.
    - 3.2. Energiegewinnungs- und Speicherkonzepte der aktuellen Diskussion
    - 3.3. Wald, Wasser, Kulturlandschaft als Ressourcen für Tourismus.
    - 3.4. Historischer Baubestand als Ressource und Imagefaktor für Destinationen: Was bestimmt die Qualität einer Stadt (für Bürger und Touristen)?
    - 3.5. Monostrukturen, Unwirtlichkeit und Folgen für Tourismus.
    - 3.6. Fokus Materialkunde: Albedo und Bedeutung für Aufenthaltsqualität
    - 3.7. Nationalparke, Naturpark, Flora-Fauna-Habitat
4. Management (Anthropogeographie, Wirtschaftsgeographie)
    - 4.1. Megatrends touristischer Relevanz
    - 4.2. Entscheidungsebenen: Kommune, Kreis, Land, Bund, EU
    - 4.3. Gesetzgebung (Planungsrecht): Einflüsse auf Tourismusprojekte
    - 4.4. Bürger-Partizipation bei Regional- und touristischer Projektentwicklung
    - 4.5. Flächennutzungspläne, Bauleitplanung, Entscheidungswege.
    - 4.6. Regionale Raumprägung durch Architektur und Baustile.
    - 4.7. Denkmalschutz als Ressourcenschutz: Zur Rolle von Authentizität, Identität und Heimat
    - 4.8. Dorferneuerung, Dorferhalt oder Rückbau?
    - 4.9. Management konkurrierender Interessen der Kulturlandschaftsnutzung
    - 4.10. Umweltschutz und Umweltverträglichkeitsprüfung als Managementaufgabe
    - 4.11. Events und Festivalisierung: Zwischen Nutzen und Schaden für Destinationen.
    - 4.12. Fokus: Big Data und touristisches Informationsmanagement durch GIS-Systeme
    - 4.13 EU: Förderprogramme und Ansatzpunkte für Drittmittlerschließung.

## Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Case Studies, Geländepraktika.



## **Besonderes**

Die Studierenden tragen durch Referate wesentlich zum Unterricht mit bei. Themen sind u.a. best practice Stiuationen sowie Grundlagenwissen, u.a. zu Themen der Architektur, der Künste, der bayerischen Geschichte und zu relevanten historischen Persönlichkeiten.

## **Empfohlene Literaturliste**

Aktuelle Literatur (Bücher, Medien, Internetressourcen) werden in der Vorlesung bekannt gegeben.



## T-32 Hospitality-Management I

Modul Nr.	T-32
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T6104 Hospitality-Management I
Lehrende	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	10/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung der Hotellerie. Die Studierenden kennen die wesentlichen Besonderheiten der Hotellerie und verfügen über fundierte Kenntnisse zu den Managementbereichen der Hotellerie.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Sie sind befähigt, Planungs-, Organisations- und Umsetzungsentscheidungen in einem Beherbergungs-/Gastronomiebetrieb zu treffen. Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte des Hospitality-Management sowie deren Wirkungsweisen. Sie können die Märkte der Hotellerie analysieren und Markteintrittschancen bewerten. Sie verstehen die wesentlichen Determinanten des Hotel- und Restaurantmanagements. Sie sind in der



Lage, Gastronomiekonzepte zu entwickeln und erfolgreich am Markt zu positionieren. Sie kennen die Instrumente des Hospitality-Marketings und können sie anwenden.

Sozialkompetenz: Die Studierenden verwenden Team- bzw. Gruppenarbeiten bei der Bewertung von Hotel- bzw. Gastronomiekonzepten. Sie erarbeiten Lösungsansätze für das (inter)nationale Hospitality-Management im Team und präsentieren diese im Plenum.

Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die bestehende Konzepte zu bewerten. Die Studierenden werden im kritisch-analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken von Hospitality-Konzepten zu analysieren und zu prognostizieren. Tiefgehende Kenntnisse der Hospitality-Industrie werden erworben. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

Persönliche Kompetenz: Interkulturelle Kompetenz mit Individuen und Gruppen anderer Kulturen erfolgreich und angemessen zu interagieren spielt in der Hospitality-Industrie eine wichtige Rolle. Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert und profitieren vom Erkenntnisgewinn durch das Praxissemester. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement erfährt eine weitere Vertiefung durch die Vorbereitung auf die Bachelorarbeit.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern (KF-01 bis KF-07) des Studiengangs Tourismusmanagement.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Geschäftsreisen eine wesentliche Rolle spielen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Erfolgreiche Absolvierung der Module bzw. Fächer: Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus, Unternehmensführung, Emp. Sozialforschung, Travel Technology, sowie Controlling.

## **Inhalt**

T6201 Hotelbetriebswirtschaft

1. Grundlagen und Grundbegriffe
2. Ausgewählte Strukturmerkmale



- 2.1. Differenzierungsmöglichkeiten
- 2.2. Betriebsarten
- 2.3. Hotelgesellschaften und Individualhotellerie
- 2.4. Konzentrationstendenzen
- 2.5. Kapazitätsbegriff
  
- 3. Leistungserstellung
  - 3.1. Leistungen des Hotelbetriebes
  - 3.2. Funktionen des Hotelbetriebes
  
- 4. Überblick über die Managementbereiche im Hotelbetrieb
  - 4.1. Organisation des Hotelbetriebs
  - 4.2. Planung im Hotelbetrieb
  - 4.3. Personalmanagement im Hotelbetrieb
  - 4.4. Investition und Finanzierung im Hotelbetrieb
  
- 5. Hotel-Kostenmanagement
  - 5.1. Gliederung und Aufgaben
  - 5.2. Betriebliches Rechnungswesen in der Hotellerie
  - 5.3. Kalkulationsverfahren
  - 5.4. Budgetierung in der Hotellerie
  - 5.5. Break-Even-Analysen

## T7201 Hotelmarketing und Sales, Restaurantmanagement

- 1. Grundlagen des Hotelmarketings
  
- 2. Strategisches Marketing-Management in der Hotellerie
  - 2.1. Marketingstrategien
  - 2.2. Qualitätsmanagement
  - 2.3. Customer Relationship Management
  - 2.4. Beschwerdemanagement
  - 2.5. Kundenzufriedenheitsmessungen
  - 2.6. Marketingkontrolle
  
- 3. Operative Marketingprogramme (Ausgestaltung des Marketing-Mix)
  - 3.1. Preispolitik unter besonderer Berücksichtigung von Yieldmanagement
  - 3.2. Leistungspolitik
  - 3.3. Distributionspolitik
  - 3.4. Kommunikationspolitik
  - 3.5. Kapazitätsbegriff



4. Grundlagen des Restaurantmanagements
- 4.1. Angebotspolitik im Food & Beverage Bereich
- 4.2. Produktivität im Food & Beverage Bereich
- 4.3. Budgetierung im Food & Beverage Bereich
- 4.4. Kennzahlen im Food & Beverage Bereich
- 4.5. Organisation von Küche und Service
- 4.6. Ausgewählte Entwicklungen

## Lehr- und Lernmethoden

Grundlagenvermittlung als Vorlesung, Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen in Kleingruppen, Projekt: Marktplatz/Infomarkt. Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes mittels Fachzeitschriften.

Zur Verfügungstellung von Fachzeitschriften wie ahgz und Tophotel durch die Lehrende.

## Besonderes

Das Modul Hospitality-Management vermittelt Transferwissen, das universell (d. h. studiengangübergreifend) einsetzbar ist, dies gilt vor allem für die Sensibilisierung im Bereich Interkulturelle Kompetenz.

1 - 2 Gastvorträge von Führungskräften touristischer Leistungsträger im Bereich des Hospitality-Management, Teilnahme an Hospitality-relevanten Konferenzen, Exkursionen Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern (KF01 - KF07) des Studienganges Tourismusmanagement sowie Grundlage für T 25 Bachelorarbeit.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Geschäftsreisen eine wesentliche Rolle spielen.

## Empfohlene Literaturliste

Baierl, R., Steinhauser, C., (Hrsg.), 2015, Rundum erfolgreich im Hotelmanagement: Dimensionen und Perspektiven im 360°- Blick, Holzmann.

Borkmann, V., et al., 2016, FutureHotel Building 2052: Visionen und Lösungen für das Hotelgebäude der Zukunft, Fraunhofer Verlag.

Borkmann, V., et al., 2017, FutureHotel Spa- und Wellness-Erlebnisse: Ergebnisse der Gast- und Hoteliersbefragung zum Wellnesserlebnis im Hotel, Fraunhofer Verlag.

Borkmann, V., Rief, S., 2017, FutureHotel Baderlebnis 2030: Visionen und Lösungen für das Hotelbad der Zukunft, Fraunhofer Verlag.



- Borkmann, V., et al., 2014, FutureHotel Small Medium: Situation und Perspektive der Individualhotellerie des 1-3 Sterne-Segments im deutschsprachigen Raum - Impulse und Handlungsempfehlungen für die Praxis, Fraunhofer Verlag.
- Dowling, R., Weeden, C., 2017, Cruise Ship Tourism, 2. Aufl., CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Ehlen, T., Scherhag, K. (Hrsg.), 2018, Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Freyberg, B. von, et al., 2015, Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie, Matthaes Verlag.
- Freyberg, B. von, et al., 2012, ErfolgReich in der Privathotellerie, Matthaes Verlag.
- Gardini, M. A., 2020, Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie, 3. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (2. Aufl.)
- Gardini, M. A. (Hrsg.), 2017, Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte - Fallstudien - Best Practices, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Gardini, M. A., 2015, Marketing-Management in der Hotellerie, 3. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag.
- Gardini, M. A., Brysch A. (Hrsg.), 2014, Personalmanagement im Tourismus : Erfolgsfaktoren erkennen - Wettbewerbsvorteile sichern, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Gardini, M. A., et al., 2021, The Routledge Companion to International Hospitality Management, Routledge. Nur als E-Book vorhanden
- Gruner, A., et al., 2014, Erlebnisse schaffen in Hotellerie & Gastronomie, Matthaes Verlag.
- Hänssler, K. H., 2021, Management in der Hotellerie und Gastronomie ? Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 10. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (9. Aufl.)
- Henschel, U. K., et al., 2018, Hotelmanagement, 5. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (4. Aufl.)
- Hillitzer, R., Spinnler, A., 2014, Personalmanagement in der Hospitality-Industrie, Uni-Edition.
- Ivanova, M., et al., 2016, The Routledge Handbook of Hotel Chain Management, Routledge. Nur als E-Book vorhanden
- Jamin, K. W., 2014, Handbuch des Qualitätsmanagements für die Hotellerie, Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Johnson, G., et al., 2018, Fundamentals of Strategy, 4. Aufl., Pearson.
- Jossé, G., 2020, Krisenmanagement und Business Continuity: Umgang mit Krisen und Großstörungen, Verlag Franz Vahlen.



- Kenyon, A. J., et al., 2020, Managing Hospitality Experiences, CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Koc, E. (Hrsg.), 2019, Emotional Intelligence in Tourism and Hospitality, CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Koc, E. (Hrsg.), 2017, Service Failures and Recovery in Tourism and Hospitality, CAB International. E-Book vorhanden
- Meyer, H., 2011, Management in der Gastronomie: Gründung, Steuerung und Finanzierung von Familienbetrieben, Oldenbourg Verlag.
- Poluschny, P., 2013, Kostenrechnung für die Gastronomie, 4. Aufl., Oldenbourg Verlag.
- Schreyer, M., 2017, Innovationsmanagement in der Hotellerie: Innovationsforschung von touristischen Dienstleistungen in Vertrieb und Marketing, De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden
- Smith, M., Puczkó, L., 2014, Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel, 2. Aufl., Routledge. E-Book vorhanden
- Soller, J., 2018, Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie: Strategien und Konzepte für dauerhaften Erfolg, 2. Aufl., Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Steinhauser, C., Theiner, B., 2016, Hotelvertrieb 3.0: Ihr Weg zur besseren Zimmerauslastung, Matthaes Verlag.
- Uysal, M., et al., 2018, Managing Quality of Life in Tourism and Hospitality, CAB International. E-Book vorhanden
- Walker, J. R., 2017, Introduction to Hospitality Management, 5. Aufl., Pearson.
- Wiesner, K. A., 2021, Standortmarketing, Kohlhammer Verlag.
- Wiesner, K. A., 2016, Strategisches Tourismusmarketing: Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten, 2. Aufl., Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein umfassendes Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt.



## T-33 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement II

Modul Nr.	T-33
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-6105 Tourismusentwicklung & Regionalmanagement II
Lehrende	Vanessa Keilhofer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik sensibilisiert die Studierenden für großräumliche und komplexe Entwicklungen im Tourismus, weckt Verständnis für Entscheidungen und vermittelt die Wirkungsweisen und Entscheidungsmechanismen der Akteure (z.B. Investoren, Politiker, Dach- und Fachverbände, Branchenverbände, öffentlich-rechtlicher Gebietskörperschaften).

Nach Absolvieren des Moduls Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Sie kennen die grundlegenden Strukturen, Ziele, Aufgaben, Instrumente und Aktivitäten der lokalen, regionalen, nationalen und internationalen



tourismopolitischen Akteure (z.B. Investoren, Politiker, Dach- und Fachverbände, Branchenverbände, öffentlich-rechtlicher Gebietskörperschaften). Sie kennen die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismusentwicklung im lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Kontext. Sie kennen die Dimensionen und Problematiken, insbesondere Finanzierung und Genehmigungsverfahren, von touristischen Entwicklungsprojekten. Sie werden befähigt, ein Entwicklungskonzept unter Berücksichtigung aller Komponenten zu erstellen.

**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für politisch determinierte Ansätze für touristische Angebote im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz:** Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken bei der Entwicklung und Erstellung von touristischen Angeboten unter Einbeziehung unterschiedlichster Akteure aus der Privatwirtschaft als auch aus dem kommunalen Bereich rechtzeitig zu erkennen und deren Wirkungen zu bewerten. Vertiefende Einblicke erfolgen durch anwendungsbezogene Fallbeispiele.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismopolitischer Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

In diesem Studiengang:

Kompetenzfeld Destinationsmanagement, Hospitality Management, Medical & Health Tourism, Projektarbeit.

Für andere Studiengänge:

In allen Studiengängen mit wirtschaftlichen bzw. politischen Bezug.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzung: Volkswirtschaft und Freizeitökonomie, Grundlagen Tourismus.

## Inhalt

- 1 Grundbegriffe und Ansätze von Politik
- 2 Aushandlungssysteme in der Politik
- 3 Tourismuspolitik und deren Funktion



- 4 Internationale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 5 Nationale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 6 Regionale und lokale Tourismuspolitik (Strukturen und Träger, Ziele, Aufgaben, Instrumente, Aktivitäten und Entwicklungen)
- 7 Tourismusentwicklung und deren Funktion
- 8 Dimensionen, Ebenen und Problematiken der Tourismusentwicklung
- 9 Strategien und Instrumente der Tourismusentwicklung
- 10 Finanzierung von Tourismusentwicklungen
- 11 Fallstudien zu z.B. Flughafenprojekte, Freizeit- und Erlebniswelten, Prädikatisierung eines Heilbades, Entwicklung einer Marke (bestehender Erholungsort)

## **Lehr- und Lernmethoden**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit.

## **Besonderes**

Gastvorträge von Tourismusentwicklern (z.B. City Manager, Direktoren von Kur- und Bäderbetrieben), Vorstände touristischer Verbände.

## **Empfohlene Literaturliste**

Berg, W., 2012, Tourismusmanagement, 3. Aufl., Kiehl Verlag.

Bochert, R., 2019, Tourismuspolitik, Uni-Edition, Heilbronn

Lehar, G., Reisner, U., 2015, Tourismuspolitik im Alpenraum, ? Studia Universitätsverlag Innsbruck

Mundt, W.J., 2004, Tourismuspolitik, Oldenbourg Verlag.

Neumair, S.M., Schlesinger, D.M., 2021, Tourismuspolitik, De Gruyter/Oldenbourg, Berlin/Boston

Regelmäßige Veröffentlichungen der Bundes- und Landesministerien als auch der Europäischen Union zu tourismusrelevanten Fragestellungen.

Regelmäßig erscheinende und einschlägige Publikation: z.B. fvw und deren Sonderhefte.

Aktuelle Reports einschlägiger Berufs- und Branchenverbände (z.B. DRV, Deutscher Tourismusverband, DZT, VDR, VIR)



## T-34 Businessplanseminar

Modul Nr.	T-34
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Heigl-Murauer
Kursnummer und Kursname	T6106 Businessplanseminar
Lehrende	Prof. Dr. Martina Heigl-Murauer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Businessplanseminar soll die Studierenden in die Lage versetzen, sich mit zentralen Aspekten unternehmerischen Denkens und Handelns vertraut zu machen. Es liefert wesentliche Kenntnisse für die Erarbeitung eines oder des eigenen Businessplanes und vermittelt Erfahrungen mit zahlreichen geglückten Spin-offs. Außerdem lernen die Studierenden auch gravierende Fehler kennen, die zum Scheitern einer Unternehmensgründung führen können.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz** : Sie sind in der Lage, selbständig einen Business Plan zu erstellen, unternehmerische Entscheidungen selbstständig zu treffen, darüber zu reflektieren, diese zu kontrollieren, zu Präsentieren und Lösungen bzw. Lösungsansätze anzubieten.



**Sozialkompetenz:** Die Studierenden werden mit Team- bzw. Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für Geschäftspläne für unterschiedliche Geschäftsmodelle im Team und präsentieren diese im Plenum. Sie sind in der Lage zu kritischen Nachfragen vertiefend Stellung zu nehmen.

**Methodenkompetenz :** Sie erlernen vernetztes Denken und die Transformation theoretischer Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre in praktische Planungskonzepte. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im analytischen Denken geschult.

**Persönliche Kompetenz:** Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement steht vertieft im Fokus.

## Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Für diesen Studiengang:

für alle Kompetenzfelder geeignet

Für andere Studiengänge:

Das Modul kann für weiterbildende, grundständige, und konsekutive Masterstudiengänge mit betriebswirtschaftlichen Zugangsvoraussetzungen eingesetzt werden.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen: Unternehmensführung, Controlling und Steuern im Tourismus, Kenntnisse in Tourismus (belegt durch Grundlagen Tourismus und Tourismusmanagement).

## Inhalt

T6103 Businessplanseminar

- 1 Geschäftsidee: Visionen und Ziele, persönliche Voraussetzungen
- 2 Aufbau und Funktion eines Businessplans (formal und inhaltlich)
- 3 Markterkundung und Marktforschung
- 4 Standortanalyse und Standortentscheidung
- 5 Wettbewerberanalyse und Branchenrisiko
- 6 Analyse der Nachfrager Gruppen
- 7 Zielgerichtete Einsatz von Marketinginstrumenten



- 8 Finanzplanungen und Investitionen (Kosten, Erfolg, Liquidität, Kapitalbedarfsmittel und Finanzierungsaspekte)
- 9 Gesellschafts- und handelsrechtliche Aspekte (z.B. Rechtsformwahl, Businessplanmarketing und Fehleranalyse)
- 10 Fallbeispiele: z.B. Hotellerie und Gastronomie, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Destination, wahlweise Kur- und Bäderbetrieb, Intermediäre im Tourismus, ebenso tourismusfremde Geschäftsmodelle

## Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Übung, Fallbeispiele

## Besonderes

- \* Gastvorträge von Entrepreneurs und Bankenvertretern (Kreditbeauftragte)
- \* Betriebsbesichtigungen

## Empfohlene Literaturliste

Fueglistaller, U., Müller, C.A., Volery, T., 2015, Entrepreneurship Modelle-Umsetzung-Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, 4. Aufl., Springer/Gabler.

Nagl, A., 2020, Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen, 10. Aufl., Springer/Gabler, Wiesbaden.

McKinsey & Company, 2013, Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 6. Aufl., Redline

Fink, C., Vogelsang, E., 2018, Existenzgründung und Businessplan. Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups, 5. Aufl., ESV, Berlin.

Schriften, Merkblätter, Formulare der kreditgebenden Finanzintermediäre, von Finanz-Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder



## T-35 Destinationsmanagement / Regionalentwicklung II

Modul Nr.	T-35
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T7101 Destinationsmanagement II
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul zielt darauf ab, Studentinnen und Studenten umfassende Kompetenzen in den Bereichen wissenschaftliches Arbeiten, Forschungsmethodik und Szenariotechnik im Kontext der Verkehrswissenschaften zu vermitteln.

**Fachliche Kompetenzen:** Die Studentinnen und Studenten erwerben tiefgehendes Wissen über Theorien, Prinzipien und Praktiken der Stadt- und Regionalentwicklung. Sie verstehen komplexe verkehrswissenschaftliche Zusammenhänge und sind in der Lage, diese Erkenntnisse auf reale städtische und regionale Planungsprozesse anzuwenden.

**Methodische Kompetenzen:** Die Studentinnen und Studenten entwickeln fortgeschrittene Fähigkeiten in der Anwendung wissenschaftlicher Forschungsmethoden, einschließlich qualitativer und quantitativer Ansätze, Datenanalyse und Modellierung. Sie lernen, wie



man Szenarien für zukünftige Entwicklungen berechnet und bewertet, um evidenzbasierte Entscheidungen zu unterstützen.

**Persönliche Kompetenzen:** Förderung von kritischem Denken, Problemlösungsfähigkeiten und der Fähigkeit, interdisziplinär zu arbeiten. Die Studentinnen und Studenten verbessern ihre Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten, sowohl schriftlich als auch mündlich, und sind befähigt, komplexe Informationen einem nicht-fachkundigen Publikum zu vermitteln.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

VW-734 Stadt- und Regionalentwicklung

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Destinationsmanagement / Regionalentwicklung I

## **Inhalt**

Das Modul deckt folgende Schlüsselbereiche ab:

- Vertiefung zur Stadt- und Regionalentwicklung: Geschichtliche Entwicklung, aktuelle Trends und Zukunftsperspektiven.
- Theoretische Ansätze und Modelle der Stadtplanung und regionalen Entwicklung.
- Verkehrsdynamiken und deren Einfluss auf die Stadt- und Regionalentwicklung.
- Anwendung von GIS-Systemen zur Analyse und Visualisierung.
- Szenarien zur zukunftsfähigen Entwicklung unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Faktoren.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Das Modul kombiniert verschiedene Lehr- und Lernmethoden, um ein tiefes Verständnis der Materie zu fördern und die Anwendung des Gelernten in der Praxis zu unterstützen:

- Vorlesungen: Einführung in die Grundlagen und theoretische Konzepte.
- Seminare und Workshops: Diskussion aktueller Forschungsergebnisse, Fallstudienanalysen und Gruppenarbeiten.
- Projektarbeit: Entwicklung und Berechnung von Szenarien zur Stadt- und Regionalentwicklung. Studentinnen und Studenten arbeiten in Teams, um Lösungsansätze für reale Probleme zu erarbeiten.
- Gastvorträge: Experten aus der Praxis und der Wissenschaft teilen ihr Wissen und ihre Erfahrungen.



- Exkursionen: Besuche bei Planungsbehörden und Entwicklungsprojekten, um die Theorie mit der Praxis zu verbinden.

## Empfohlene Literaturliste

Danielzyk, R., & Dittrich-Wesbuer, A. (2020). Multilokalität in der Stadt- und Regionalentwicklung (Vol. 13, pp. 196-202). Verl. d. ARL.

Franz, Y., & Heintel, M. (Eds.). (2022). Kooperative Stadt- und Regionalentwicklung. UTB.

Hahne, U. (2021). Interventionen in Prozessen der Stadt- und Regionalentwicklung: Anmerkungen zum Format Reallabore der Nachhaltigkeit aus planungswissenschaftlicher Sicht. *Raumforschung und Raumordnung/Spatial Research and Planning*, 79(4), 306-321.

Hazod, M. (2021). Perspektiven von Bahnhöfen des Schienenpersonenverkehrs in ländlichen Räumen: Zur Raumwirksamkeit von zusätzlichen Dienstleistungen, untersucht an Beispielen Ostbayerns und Thüringens. Dissertation. Universität Leipzig.

Hekler, M. (2021): Urbane Transformationen. Zu Wirkungszusammenhängen zwischen urbaner Governance, Partizipation und strategischer Verkehrsplanung in Seoul und Singapur. *Forschungsbeiträge zur Stadt- und Regionalgeographie*, Bd. 5.

Hubner, E. (2024). *Erinnernde Geographien-Altstädte als Erinnerungsorte*.

Klühspies, J. & Hazod, M. (2024). Aspekte des Mobilitätsmanagements: Erfolgsfaktoren für eine Reaktivierung regionaler Bahnstrecken.

Klühspies, J. (2008). Zukunftsaspekte europäischer Mobilität: Perspektiven und Grenzen einer Innovation von Magnetschnellbahntechnologien. *KSV Reihe Verkehr*, Köln.

Kunzmann, K. R. (2023). *Kooperative Stadt- und Regionalentwicklung*.



## T-36 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement II

Modul Nr.	T-36
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T7102 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement II
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul legt begriffliche und konzeptionelle Grundlagen für einen beruflich professionellen Umgang mit primär relevanten Ressourcen. Dazu zählen eben nicht nur die Verfügbarkeit von Energie(trägern) o.ä., sondern auch die über Jahrhunderte hinweg durch menschliche Nutzung entstandenen Kulturlandschaften insgesamt, der kulturhistorisch gewachsene Bestand an Infrastruktur, gebauter Architektur, an Baustilen und resultierender Stadtqualität, u. a.

Die in der Veranstaltung erworbenen, grundsätzlichen Kenntnisse können spätere berufliche Tätigkeiten u.a. in den Themenfeldern Citymarketing, Destinationsmanagement, Projekt- oder Regionalentwicklung, Landespflege und Denkmalschutz begünstigen.



Die Teilnehmer des Moduls werden zu einer weiterführenden, selbständigen wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem tourismusübergreifenden Forschungsfeld der Anthropogeographie motiviert, auch im Hinblick auf Interesse an einem weiterführenden, evtl. universitären Masterstudium.

Zentraler Bestandteil des Moduls sind Geländepraktika in relevanten europäischen oder aussereuropäischen Destinationen (Stadt / Region).

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:

- Die Studierenden kennen primär relevante Begriffe, Theorien und Konzepte einer Regional- und Destinationsentwicklung. Sie können touristische Projekte eigenständig, nach vielschichtigen, relevanten Kriterien analysieren und beurteilen sowie dabei tourismusspezifische bzw. geographische Gegebenheiten differenziert berücksichtigen.
- Die Studierenden sind in der Lage, spezifische Themenstellungen zu Mobilität und Ressourcennutzung angemessen einzuordnen, Begriffe zuzuordnen und weiterführende Inhalte selbständig und zielorientiert zu entwickeln.

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Moderation von Interessenskonflikten bei der Nutzung des Kulturrums. In Team- bzw. Gruppenarbeit haben sie erste Übungserfahrungen im Umgang mit Entscheidungssituationen zu Infrastrukturentwicklung (Planspiel) und Bestandsschutz erworben. Sie kennen für ausgewählte Themenbereiche grundsätzlichen Vorgehensweisen und haben ein planungsrechtliches Grundverständnis, um Destinationen in der Praxis erfolgreich voran zu bringen.
- Die Studierenden kennen grundsätzlich wichtige Strukturen und Ansprechpartner (Funktionen) in Kommunen, Kreisen und Ländern, die für erfolgreiches Destinationsmanagement primär relevant sind. Die Studierenden sind fachlich befähigt, sich mit diesen Funktionsträgern fundiert auszutauschen.

Methodenkompetenz:

- Die Studierenden verfügen über ein grundsätzliches Verständnis zu den Zielen und methodischen Herangehensweisen des Ressourcenmanagements. Sie kennen wichtige Grundlagenliteratur sowie primäre Vertreter des hier relevanten, wirtschaftsgeographischen Forschungsfelds.
- Die Studierenden kennen und verstehen wichtige verkehrsgeographische Begriffe, Theorien und Modelle des Mobilitätsmanagements. Sie verfügen über ein grundsätzliches Verständnis zu Bedeutung und Wirkung von Mobilität und kennen die Methoden, dieses Wissen situativ erfolgversprechend anwenden zu können.
- Sie verstehen grundsätzlich die primär dominanten, mobilitätspsychologischen Einflußfaktoren auf das Reise- und Verkehrsmittelwahlverhalten von Bürgern und Touristen und sind für die Beachtung der Wirkungen sensibilisiert.

Persönliche Kompetenz:



- Die Studierenden können interpersonell und sachbezogen überprägte Entscheidungssituationen in der Stadt-, Destinations- und Regionalentwicklung erkennen.
- Sie kennen kulturanthropologische Ansätze zur Erfassung kultureller Identität und Authentizität („Heimat“) und können diese bei der Lösung interdisziplinär geprägter Aufgabenstellungen situativ anwenden, dabei speziell auch bei partizipativ geprägten Entscheidungssituationen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

In diesem Studiengang:

T-24 Projektseminar

KF-03 Destinationsmanagement

KF-02 Mobilitäts- und Ressourcenmanagement

T-12 Fachbezogenes Wahlpflichtmodul (FWP)

KF-06 Veranstaltungsmanagement

T-25 Bachelorarbeit

In anderen Studiengängen:

Studiengänge mit Mobilitätsbezug und wirtschaftlichen Bezug

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Empfohlene Voraussetzungen: Das Modul ist eine Vertiefung und Schwerpunktsetzung, die auf die Grundlagen anderer, vorangegangener Module aufbaut. Es bestehen grundsätzliche Bezüge vor allem zum Modul Projektarbeit (7.Semester) und dem Modul empirische Sozialforschung (4. Semester).

Ergänzend, hier jedoch im erweiterten, internationalen Kontext, ist die PLV China zu sehen (VHB).

## **Inhalt**

1. Grundlagen (Wirtschaftsgeographie, Verkehrsgeographie)
  - 1.1. Grundlagen Infrastruktur: Ziele, Aufgaben, Nutzen, Kosten, Infrastrukturnutzungstrends.
  - 1.2. Europäische Union und ihre Ziele bei Infrastruktur-Förderprogrammen.
  - 1.3. Markt und Marktgrößen.
  - 1.4. Regionale Infrastruktur: Bestandserhalt und Innovationen.
  - 1.5. Metaebene Infrastrukturnetze, Zentrale Orte, Stadt-Land-Gegensatz.
  - 1.6. Grundsätzliche Entwicklungstrends, Megatrends: Urbanisierung, Demographische Entwicklung u.a.
2. Mobilität (Verkehrsgeographie)



- 2.1. Grundlagen Verkehrssysteme und Mobilitätszwecke.
  - 2.2. Grundlagen des Verkehrsträgermanagements.
  - 2.3. Grundlagen Mobilitätspsychologie, Fokus Freizeitverkehr.
  - 2.4. Telematik, lokale Verkehrssteuerung und Bedeutung für Tourismus.
  - 2.5. Intermodalität, Multimodalität im Lebenszyklus von Bürgern und Touristen.
  - 2.6. Rolle des Faktors Zeit: Beschleunigung ? Entschleunigung.
  - 2.7. Fokusthema Fuß- und Radverkehr, Langsamverkehr, Shared Space-Konzepte.
  - 2.8. Fokusthema Individualverkehr: Perspektiven und Grenzen der Kfz-Nutzung aus touristischer / Freizeitperspektive.
  - 2.9. Fokusthema Luftverkehr, Aerotropolis, Symbiose Passagier/Cargo.
  - 2.10. Fokusthema Bus- und Bahnverkehr: Schnell-, Regional- und Nahverkehr.
  - 2.11 Wettbewerb, Ausschreibung, Vergabe von Verkehrsdienstleistungen und Relevanz für den Tourismus.
3. Ressourcen (Wirtschaftsgeographie)
    - 3.1. Grundlagen Energie: Energieträger Wasser, Atom, Kohle, Öl/Gas, Solar, Erdwärme, Wind u.a.
    - 3.2. Energiegewinnungs- und Speicherkonzepte der aktuellen Diskussion
    - 3.3. Wald, Wasser, Kulturlandschaft als Ressourcen für Tourismus.
    - 3.4. Historischer Baubestand als Ressource und Imagefaktor für Destinationen: Was bestimmt die Qualität einer Stadt (für Bürger und Touristen)?
    - 3.5. Monostrukturen, Unwirtlichkeit und Folgen für Tourismus.
    - 3.6. Fokus Materialkunde: Albedo und Bedeutung für Aufenthaltsqualität
    - 3.7. Nationalparke, Naturpark, Flora-Fauna-Habitat
4. Management (Anthropogeographie, Wirtschaftsgeographie)
    - 4.1. Megatrends touristischer Relevanz
    - 4.2. Entscheidungsebenen: Kommune, Kreis, Land, Bund, EU
    - 4.3. Gesetzgebung (Planungsrecht): Einflüsse auf Tourismusprojekte
    - 4.4. Bürger-Partizipation bei Regional- und touristischer Projektentwicklung
    - 4.5. Flächennutzungspläne, Bauleitplanung, Entscheidungswege.
    - 4.6. Regionale Raumprägung durch Architektur und Baustile.
    - 4.7. Denkmalschutz als Ressourcenschutz: Zur Rolle von Authentizität, Identität und Heimat
    - 4.8. Dorferneuerung, Dorferhalt oder Rückbau?
    - 4.9. Management konkurrierender Interessen der Kulturlandschaftsnutzung
    - 4.10. Umweltschutz und Umweltverträglichkeitsprüfung als Managementaufgabe
    - 4.11. Events und Festivalisierung: Zwischen Nutzen und Schaden für Destinationen.
    - 4.12. Fokus: Big Data und touristisches Informationsmanagement durch GIS-Systeme
    - 4.13 EU: Förderprogramme und Ansatzpunkte für Drittmittlerschließung.

## Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Case Studies, Geländepraktika.



## **Besonderes**

Die Studierenden tragen durch Referate wesentlich zum Unterricht mit bei. Themen sind u.a. best practice Stiuationen sowie Grundlagenwissen, u.a. zu Themen der Architektur, der Künste, der bayerischen Geschichte und zu relevanten historischen Persönlichkeiten.

## **Empfohlene Literaturliste**

Aktuelle Literatur (Bücher, Medien, Internetressourcen) werden in der Vorlesung bekannt gegeben.



## T-37 Hospitality-Management II

Modul Nr.	T-37
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T7103 Hospitality-Management II
Lehrende	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	10/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für die Bedeutung der Hotellerie. Die Studierenden kennen die wesentlichen Besonderheiten der Hotellerie und verfügen über fundierte Kenntnisse zu den Managementbereichen der Hotellerie.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

**Fachkompetenz:** Sie sind befähigt, Planungs-, Organisations- und Umsetzungsentscheidungen in einem Beherbergungs-/Gastronomiebetrieb zu treffen. Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte des Hospitality-Management sowie deren Wirkungsweisen. Sie können die Märkte der Hotellerie analysieren und Markteintrittschancen bewerten. Sie verstehen die wesentlichen Determinanten des Hotel- und Restaurantmanagements. Sie sind in der



Lage, Gastronomiekonzepte zu entwickeln und erfolgreich am Markt zu positionieren. Sie kennen die Instrumente des Hospitality-Marketings und können sie anwenden.

Sozialkompetenz: Die Studierenden verwenden Team- bzw. Gruppenarbeiten bei der Bewertung von Hotel- bzw. Gastronomiekonzepten. Sie erarbeiten Lösungsansätze für das (inter)nationale Hospitality-Management im Team und präsentieren diese im Plenum.

Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die bestehende Konzepte zu bewerten. Die Studierenden werden im kritisch-analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken von Hospitality-Konzepten zu analysieren und zu prognostizieren. Tiefgehende Kenntnisse der Hospitality-Industrie werden erworben. Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

Persönliche Kompetenz: Interkulturelle Kompetenz mit Individuen und Gruppen anderer Kulturen erfolgreich und angemessen zu interagieren spielt in der Hospitality-Industrie eine wichtige Rolle. Die Studierenden sind durch das Behandeln aktueller tourismuswirtschaftlicher und -wissenschaftlicher Fragestellungen zum Selbststudium befähigt bzw. motiviert und profitieren vom Erkenntnisgewinn durch das Praxissemester. Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement erfährt eine weitere Vertiefung durch die Vorbereitung auf die Bachelorarbeit.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Für diesen Studiengang:

Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern (KF-01 bis KF-07) des Studiengangs Tourismusmanagement.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Geschäftsreisen eine wesentliche Rolle spielen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Erfolgreiche Absolvierung der Module bzw. Fächer: Rechnungswesen, Grundlagen Tourismus, Unternehmensführung, Emp. Sozialforschung, Travel Technology, sowie Controlling.

## **Inhalt**

T6201 Hotelbetriebswirtschaft

1. Grundlagen und Grundbegriffe
2. Ausgewählte Strukturmerkmale



- 2.1. Differenzierungsmöglichkeiten
- 2.2. Betriebsarten
- 2.3. Hotelgesellschaften und Individualhotellerie
- 2.4. Konzentrationstendenzen
- 2.5. Kapazitätsbegriff
  
- 3. Leistungserstellung
  - 3.1. Leistungen des Hotelbetriebes
  - 3.2. Funktionen des Hotelbetriebes
  
- 4. Überblick über die Managementbereiche im Hotelbetrieb
  - 4.1. Organisation des Hotelbetriebs
  - 4.2. Planung im Hotelbetrieb
  - 4.3. Personalmanagement im Hotelbetrieb
  - 4.4. Investition und Finanzierung im Hotelbetrieb
  
- 5. Hotel-Kostenmanagement
  - 5.1. Gliederung und Aufgaben
  - 5.2. Betriebliches Rechnungswesen in der Hotellerie
  - 5.3. Kalkulationsverfahren
  - 5.4. Budgetierung in der Hotellerie
  - 5.5. Break-Even-Analysen

## T7201 Hotelmarketing und Sales, Restaurantmanagement

- 1. Grundlagen des Hotelmarketings
  
- 2. Strategisches Marketing-Management in der Hotellerie
  - 2.1. Marketingstrategien
  - 2.2. Qualitätsmanagement
  - 2.3. Customer Relationship Management
  - 2.4. Beschwerdemanagement
  - 2.5. Kundenzufriedenheitsmessungen
  - 2.6. Marketingkontrolle
  
- 3. Operative Marketingprogramme (Ausgestaltung des Marketing-Mix)
  - 3.1. Preispolitik unter besonderer Berücksichtigung von Yieldmanagement
  - 3.2. Leistungspolitik
  - 3.3. Distributionspolitik
  - 3.4. Kommunikationspolitik
  - 3.5. Kapazitätsbegriff



4. Grundlagen des Restaurantmanagements
- 4.1. Angebotspolitik im Food & Beverage Bereich
- 4.2. Produktivität im Food & Beverage Bereich
- 4.3. Budgetierung im Food & Beverage Bereich
- 4.4. Kennzahlen im Food & Beverage Bereich
- 4.5. Organisation von Küche und Service
- 4.6. Ausgewählte Entwicklungen

## Lehr- und Lernmethoden

Grundlagenvermittlung als Vorlesung, Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen in Kleingruppen, Projekt: Marktplatz/Infomarkt. Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes mittels Fachzeitschriften.

Zur Verfügungstellung von Fachzeitschriften wie ahgz und Tophotel durch die Lehrende.

## Besonderes

Das Modul Hospitality-Management vermittelt Transferwissen, das universell (d. h. studiengangübergreifend) einsetzbar ist, dies gilt vor allem für die Sensibilisierung im Bereich Interkulturelle Kompetenz.

1 - 2 Gastvorträge von Führungskräften touristischer Leistungsträger im Bereich des Hospitality-Management, Teilnahme an Hospitality-relevanten Konferenzen, Exkursionen Ideale Verzahnung mit den anderen Kompetenzfeldern (KF01 - KF07) des Studienganges Tourismusmanagement sowie Grundlage für T 25 Bachelorarbeit.

Für andere Studiengänge:

Alle Fächer und Studiengänge, für die Geschäftsreisen eine wesentliche Rolle spielen.

## Empfohlene Literaturliste

Baierl, R., Steinhauser, C., (Hrsg.), 2015, Rundum erfolgreich im Hotelmanagement: Dimensionen und Perspektiven im 360°- Blick, Holzmann.

Borkmann, V., et al., 2016, FutureHotel Building 2052: Visionen und Lösungen für das Hotelgebäude der Zukunft, Fraunhofer Verlag.

Borkmann, V., et al., 2017, FutureHotel Spa- und Wellness-Erlebnisse: Ergebnisse der Gast- und Hoteliersbefragung zum Wellnesserlebnis im Hotel, Fraunhofer Verlag.

Borkmann, V., Rief, S., 2017, FutureHotel Baderlebnis 2030: Visionen und Lösungen für das Hotelbad der Zukunft, Fraunhofer Verlag.



- Borkmann, V., et al., 2014, FutureHotel Small Medium: Situation und Perspektive der Individualhotellerie des 1-3 Sterne-Segments im deutschsprachigen Raum - Impulse und Handlungsempfehlungen für die Praxis, Fraunhofer Verlag.
- Dowling, R., Weeden, C., 2017, Cruise Ship Tourism, 2. Aufl., CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Ehlen, T., Scherhag, K. (Hrsg.), 2018, Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Freyberg, B. von, et al., 2015, Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie, Matthaes Verlag.
- Freyberg, B. von, et al., 2012, ErfolgReich in der Privathotellerie, Matthaes Verlag.
- Gardini, M. A., 2020, Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie, 3. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (2. Aufl.)
- Gardini, M. A. (Hrsg.), 2017, Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte - Fallstudien - Best Practices, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Gardini, M. A., 2015, Marketing-Management in der Hotellerie, 3. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag.
- Gardini, M. A., Brysch A. (Hrsg.), 2014, Personalmanagement im Tourismus : Erfolgsfaktoren erkennen - Wettbewerbsvorteile sichern, Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Gardini, M. A., et al., 2021, The Routledge Companion to International Hospitality Management, Routledge. Nur als E-Book vorhanden
- Gruner, A., et al., 2014, Erlebnisse schaffen in Hotellerie & Gastronomie, Matthaes Verlag.
- Hänssler, K. H., 2021, Management in der Hotellerie und Gastronomie ? Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 10. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (9. Aufl.)
- Henschel, U. K., et al., 2018, Hotelmanagement, 5. Aufl., De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden (4. Aufl.)
- Hillitzer, R., Spinnler, A., 2014, Personalmanagement in der Hospitality-Industrie, Uni-Edition.
- Ivanova, M., et al., 2016, The Routledge Handbook of Hotel Chain Management, Routledge. Nur als E-Book vorhanden
- Jamin, K. W., 2014, Handbuch des Qualitätsmanagements für die Hotellerie, Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Johnson, G., et al., 2018, Fundamentals of Strategy, 4. Aufl., Pearson.
- Jossé, G., 2020, Krisenmanagement und Business Continuity: Umgang mit Krisen und Großstörungen, Verlag Franz Vahlen.



- Kenyon, A. J., et al., 2020, Managing Hospitality Experiences, CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Koc, E. (Hrsg.), 2019, Emotional Intelligence in Tourism and Hospitality, CAB International. Nur als E-Book vorhanden
- Koc, E. (Hrsg.), 2017, Service Failures and Recovery in Tourism and Hospitality, CAB International. E-Book vorhanden
- Meyer, H., 2011, Management in der Gastronomie: Gründung, Steuerung und Finanzierung von Familienbetrieben, Oldenbourg Verlag.
- Poluschny, P., 2013, Kostenrechnung für die Gastronomie, 4. Aufl., Oldenbourg Verlag.
- Schreyer, M., 2017, Innovationsmanagement in der Hotellerie: Innovationsforschung von touristischen Dienstleistungen in Vertrieb und Marketing, De Gruyter Oldenbourg Verlag. E-Book vorhanden
- Smith, M., Puczkó, L., 2014, Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel, 2. Aufl., Routledge. E-Book vorhanden
- Soller, J., 2018, Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie: Strategien und Konzepte für dauerhaften Erfolg, 2. Aufl., Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Steinhauser, C., Theiner, B., 2016, Hotelvertrieb 3.0: Ihr Weg zur besseren Zimmerauslastung, Matthaes Verlag.
- Uysal, M., et al., 2018, Managing Quality of Life in Tourism and Hospitality, CAB International. E-Book vorhanden
- Walker, J. R., 2017, Introduction to Hospitality Management, 5. Aufl., Pearson.
- Wiesner, K. A., 2021, Standortmarketing, Kohlhammer Verlag.
- Wiesner, K. A., 2016, Strategisches Tourismusmarketing: Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten, 2. Aufl., Erich Schmidt Verlag. E-Book vorhanden
- Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein umfassendes Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt.



## T-38 Interkulturelle Kompetenz

Modul Nr.	T-38
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Kursnummer und Kursname	T-7104 Interkulturelle Kompetenz
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	2
ECTS	3
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 60 Stunden Gesamt: 90 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Im fortgeschrittenen Seminar "Interkulturelle Kompetenz" vertiefen die Studentinnen und Studenten ihre Kompetenzen in fachlichen, methodischen sowie persönlichen und sozialen Bereichen, mit einem spezifischen Fokus auf die Anwendung in wissenschaftlichen und internationalen Kontexten:

- 1 Fachliche Kompetenzen : Teilnehmende verstehen und analysieren komplexe interkulturelle Dynamiken und Konzepte auf einem fortgeschrittenen Niveau. Sie können interkulturelle Forschungsergebnisse kritisch bewerten und eigenständig Forschungsfragen entwickeln, die zu neuen Erkenntnissen im Feld beitragen.
- 2 Methodische Kompetenzen : Studentinnen und Studenten erlernen fortgeschrittene Forschungsmethoden und -ansätze in der interkulturellen



Kommunikation. Sie sind fähig, diese Methoden kritisch zu reflektieren und in eigenen Forschungsprojekten anzuwenden. Die Anwendung digitaler Tools für die internationale wissenschaftliche Zusammenarbeit wird ebenfalls behandelt.

- 3 Persönliche und soziale Kompetenzen : Die Teilnehmenden verbessern ihre Fähigkeit, in internationalen und interdisziplinären Forschungsteams effektiv zu kommunizieren und zu kooperieren. Sie entwickeln fortgeschrittene Strategien zur Überwindung interkultureller Barrieren in der wissenschaftlichen Kommunikation und tragen so zu einem produktiven internationalen Diskurs bei.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Verkehrswissenschaften VW-422 Interkulturelle Kompetenzen  
Wirtschaftspsychologie WP-B-23 Interkulturelle Kompetenzen

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine.

## **Inhalt**

Das fortgeschrittene Seminar bietet eine vertiefte Auseinandersetzung mit folgenden Inhalten:

- 1 Theoretische Vertiefung und aktuelle Forschungsansätze :
  - Erweiterte Theorien und Modelle der interkulturellen Kommunikation
  - Analyse von Fallstudien zur internationalen wissenschaftlichen Zusammenarbeit
  - Kritische Betrachtung der Rolle von Kultur in der globalen Wissensgesellschaft
- 1 Interkulturelles Management und Leadership :
  - Fortgeschrittene Konzepte des interkulturellen Managements, mit Schwerpunkt auf Führung in internationalen Forschungsteams
  - Entwicklung und Bewertung interkultureller Führungskompetenzen in wissenschaftlichen Institutionen
  - Strategien zur Förderung einer inklusiven und diversitätsbewussten Forschungsumgebung
- 1 Wissenschaftlicher Austausch und Kommunikation :
  - Methoden und Praktiken für effektive internationale Kommunikation und Netzwerkbildung in der wissenschaftlichen Gemeinschaft



- Einsatz digitaler Technologien und Plattformen für die internationale Zusammenarbeit
- Konzepte der interkulturellen Ethik und Integrität in der Forschung
- Simulationen von internationalen Forschungsprojekten und Konferenzen
- Analyse und Diskussion von Critical Incidents in der internationalen Forschungskommunikation

## Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht und Diskussion, Übungen, Teamarbeiten, Critical Incidents-Übungen. Der seminaristische Unterricht mit Übungen erfolgt in der Regel in Form intensiver Blockveranstaltungen.

## Empfohlene Literaturliste

Genkova, P. (2020). Interkulturelle Kompetenz: Kritische Betrachtung eines Konstrukts. *Handbuch Migration und Erfolg: Psychologische und sozialwissenschaftliche Aspekte*, 121-136.

Genkova, P., Schreiber, H., & Schneider, J. (2022). Je mehr, desto besser? Der Einfluss von studienorientierten Auslandsaufenthalten auf Fremdenfeindlichkeit unter Berücksichtigung der Aufenthaltsdauer, interkulturellen Kompetenz und Kontaktqualität. In *Diversity nutzen und annehmen: Praxisimplikationen für das Diversity Management* (pp. 199-219). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Graef, M., & O'Mahony, N. (2021). Interkulturelles Management. *Das Wirtschaftsstudium: wisu; Zeitschrift für Ausbildung, Prüfung, Berufseinstieg und Fortbildung*, 50(10), 1013-1015.

Hansen, K. (2020). Interkulturelle Kompetenz. *Handbuch Globale Kompetenz: GrundlagenHerausforderungenKrisen*, 1-16.

Holtz-Bacha, C. (2023). Kulturabhängigkeit von Werbung: The Hofstede model von De Mooij und Hofstede. In *Schlüsselwerke der Werbeforschung* (pp. 43-54). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Kolbina, T. V., & Lukaschowa, L. (2020). Interkulturelle Kompetenz in der Ausbildung von Wirtschaftsstudenten.

Liao, Y., & Thomas, D. C. (2023). Interkulturelle Kompetenz. In *Kulturelle Intelligenz in der Arbeitswelt: Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft* (pp. 3-17). Cham: Springer Nature Switzerland.

Selzer, G., Schüller, M., & Hellmann, M. (2021). Vom Kulturschock zur interkulturellen Kompetenzchinesische Studierende in Deutschland. *Die Neue Hochschule*, (5), 24-27.



Zschocke, M. (2024). Working Across Borders Interkulturelles Lernen in virtuellen Teams. In Interkulturelle Kompetenz online vermitteln (pp. 143-153). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.



## T-39 Bachelorthesis

Modul Nr.	T-39
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Kursnummer und Kursname	T7105 Bachelorthesis
Lehrende	Prof. Dr. Suzanne Lachmann
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	0
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	Bachelorarbeit
Gewichtung der Note	12/210
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

In der Bachelorarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf komplexe Aufgabenstellungen selbständig anzuwenden und in einer angemessenen Form schriftlich zu präsentieren. Sie stellen damit unter Beweis, dass sie das B.A.-Studium erfolgreich absolviert und die Fähigkeit zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten erworben haben. Die Bachelorarbeit kann entweder als empirische Arbeit, reine Literaturarbeit verfasst oder gemeinsam mit einem Unternehmen anhand einer konkreten praktischen Problemstellung geschrieben werden.

Duale Studierende schreiben die Bachelorarbeit in ihrem Ausbildungsunternehmen und stellen so in besonderem Maße die Verzahnung von theoretischem Wissen und



praktischer Anwendung sicher, in dem sie ihre im Studium erworbenen Kenntnisse auf ein konkretes Problem ihres Ausbildungsunternehmens anwenden.

Die Studierenden erwerben mit dem Verfassen der Bachelorthesis folgende Kompetenzen:

**Fachkompetenzen:** Die Studierenden sind in der Lage, sich in ein konkretes Fachgebiet einzuarbeiten und dieses mit Hilfe der einschlägigen Fachliteratur zu erarbeiten. Die konkret erworbenen Fachkenntnisse hängen dabei von der Themenstellung der Bachelorarbeit ab.

**Methodenkompetenzen:** Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe Fragestellung zu strukturieren und in eine sinnvolle Agenda zu überführen. Die Studierenden können ihre im Studium erworbenen Methodenkenntnisse auf eine konkrete Fragestellung anwenden. Abhängig vom Thema können dies beispielsweise Methoden sein zu: Empirische Analysen inkl. Einsatz statistischer Methoden, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Einsatz des marketingpolitischen Instrumentariums, Balanced Scorecard, Methoden des Risikomanagements etc.

**Persönliche Kompetenzen:** Die Studierenden werden befähigt, über einen längeren Zeitraum an der Erarbeitung einer konkreten Fragestellung "dran zu bleiben". Die Studierenden üben einen wissenschaftlichen Schreibstil ein und verbessern ihre Kompetenz, Sachverhalte wissenschaftlich und nicht umgangssprachlich zu formulieren.

**Soziale Kompetenzen:** Wenn Studierende die Bachelorarbeit mit einem Unternehmen schreiben (insbesondere duale Studierende), gehört zur Bachelorarbeit häufig die Sicherstellung der Informationsversorgung mit den benötigten Daten sowie die Mitarbeit in entsprechenden Projekten. Studierende bilden dann in besonderem Maße soziale Fähigkeiten aus, die sehr gut auf spätere Tätigkeiten im Unternehmen vorbereiten.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

In diesem Studiengang:

Die Fähigkeit, wissenschaftlich zu arbeiten ist als interdisziplinäre Fähigkeit anzusehen.

In anderen Studiengängen:

Die Fähigkeit, wissenschaftlich zu arbeiten ist als interdisziplinäre Fähigkeit anzusehen.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Empfohlen wird die Anmeldung zu Bachelorarbeit bei Erreichung von 150 ECTS.



## **Inhalt**

In der Bachelorarbeit sollen die Studierende ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten auf komplexe Aufgabenstellungen selbstständig anzuwenden.

Die Bachelorarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung. Sie wird von einer im Studiengang Tourismusmanagement prüfungsberechtigten Person (Professor/in) ausgegeben und von dieser betreut und bewertet. Der oder die Studierende kann Vorschläge für das Thema machen.

Die Bearbeitungszeit beträgt regelmäßig 3 Monate von der Ausgabe bis zur Abgabe gem. §11 APO. Der Umfang soll in der Regel 40 Seiten nicht überschreiten. Die Bachelorarbeit kann zu jedem Thema geschrieben werden, das sich inhaltlich einem der Module des Studiengangs Tourismusmanagement zuordnen lässt.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Individuelle Einzelbetreuung

## **Besonderes**

Die Fähigkeit, wissenschaftlich zu arbeiten ist als interdisziplinäre Fähigkeit anzusehen. Der Kurs gehört zu allen Modulen des Studienganges Tourismusmanagement.

Besonderes: Die Bachelorarbeit ist nach den Richtlinien der Rahmenprüfungsordnung (RaPO) und der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule Deggendorf anzufertigen.

## **Empfohlene Literaturliste**

Die Arbeit muss ein vollständiges Verzeichnis der benutzten Literatur, der erhaltenen Auskünfte und sonstigen Quellen enthalten.

Bezüglich der formellen Anforderungen wird außerdem verwiesen auf:

Bailey, S., 2015, Academic Writing - A Handbook for International Students, 4. Aufl., Routledge.

Berger-Grabner, D., 2016, Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften - Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, 3.Aufl., Springer Gabler.

Heister, W., 2017, Die Abschlussarbeit, Schäffer-Poeschl.

Sandberg, B., 2017, Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion, De Gruyter/Oldenburger, Boston/Berlin.

