

Fakultät Tourismus-Management

MODULHANDBUCH

Bachelorstudiengang
Tourismusmanagement
(Studienbeginn ab WS 2022/2023)

Stand: 30.07.2026

Inhaltsverzeichnis

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

3.1.2 Interkulturelle Kommunikation.....	44
3.1.3 Methoden der digitalen Transformation	47
3.2 Grundlagen Sprachen.....	49
3.2.1 Englisch I.....	49
3.2.2 Englisch II.....	51
3.2.3 Englisch III.....	53
Zweite Fremdsprache	55
3.2.4 Französisch I / Spanisch I.....	55
3.2.5 Französisch II / Spanisch II.....	57
3.2.6 Französisch III Spanisch III.....	59
4 Modulbereich 4: Praktisches Studiensemester.....	61
Ziel des Modulbereichs	61
Modulverantwortlich	61
4.1 Pflichtpraktikum.....	62
4.2 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung	63
Modulbereich 5: Vertiefung Tourismusmanagement.....	65
Ziel des Modulbereichs	65
Modulverantwortlich	65
5.1 / 5.2 Spezialisierungsmodule.....	66
Destinationsmanagement, regionale Tourismuswirtschaft	66
Strategische Entwicklung und Management von Destinationen inkl. Planspiel	66
Destination Marketing	68
Aktuelle Probleme von Destinationen.....	70
Internationales Hospitality Management	72
Internationales Hospitality Management	72
Hospitality Leadership & Marketing	74
Hospitality Projekt.....	75
Verkehrsmanagement.....	77
Management von Verkehrsträgern	77
Strategien & Konzepte ausgewählter Verkehrsträger	79
Reiseveranstaltung und Reisevertrieb	80
Management und Marketing von Reiseveranstaltern.....	80
Management von Reisemittlern.....	81
Spezielle Reiseveranstaltung	82
International Tourism Studies	83
5.3 Reiserecht.....	84
Modulbereich 6: Vertiefung Management.....	85
Ziel des Modulbereichs	85
Customer and Quality Management (Kunden- und Qualitätsmanagement).....	85
Controlling & Risikomanagement.....	85
Informationsmanagement	86
Unternehmensführung.....	86
Modulverantwortlich	86
6.1 Customer and Quality Management (Kunden- und Qualitätsmanagement)	87
6.2 Controlling & Risikomanagement	89
6.3 Informationsmanagement.....	91
6.4 Unternehmensführung	92
Modulbereich 7: Vertiefung überfachliche Kompetenzen	94
Ziele des Modulbereichs	94

Hybrides Projektmanagement.....	94
Konflikte und Mediation	94
Modulverantwortlich	94
7.1 Hybrides Projektmanagement	95
7.2 Konflikte & Mediation	97
Modulbereich 8: Fleximodule, Studium Generale und Vertiefung Sprachen	99
Ziel des Modulbereichs	99
Fleximodule	99
Wissenschaftliches Arbeiten & Studium Generale.....	99
Wissenschaftliches Arbeiten.....	99
Allgemeinwissenschaftliche Wahlfächer.....	100
Vertiefung Sprachen.....	100
Fremdsprache Englisch:	100
Fremdsprache Spanisch / Französisch:	100
8.1 Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar	101
8.2 Fleximodule I-IV	102
8.4 Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer	120
8.5 Vertiefung Fremdsprache	121
Modulbereich 9: Bachelorarbeit	130
Ziel des Modulbereichs	130
Modulverantwortlich	130
9.1 Bachelorkolloquium.....	131
9.2 Bachelorarbeit.....	132

Einführung

Allgemeine Informationen zum Bachelor

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

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

Allgemeine Informationen zum Bachelorstudiengang

Tourismusmanagement

Ziel des Studiengangs

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

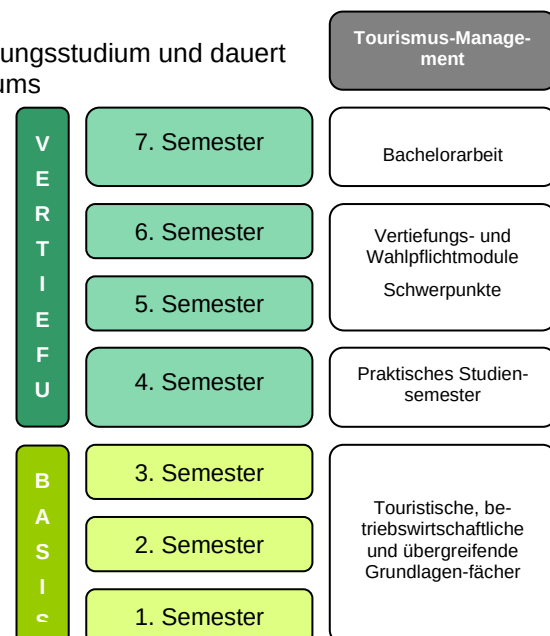
Ablauf des Studiums

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

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

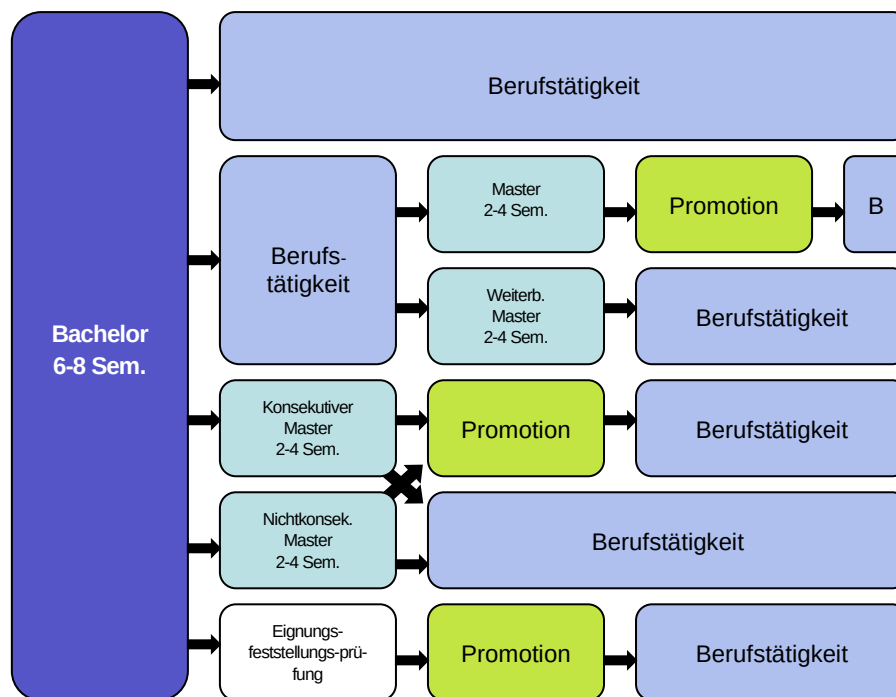
Weiterbildungsmöglichkeiten

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



¹ Quelle: <http://www.bmbf.de/>

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



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

Allgemeine Informationen zum Modulhandbuch

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

Der Studiengang umfasst insgesamt folgende 9 Modulbereiche:

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

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

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

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

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

Modulbereiche

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

Modulbereich 1: Grundlagen Tourismusmanagement

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

Ziel des Modulbereichs

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

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

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

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

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

Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen

Basis für alle tourismusbezogenen Module

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Marco Gardini, Prof. Dr. Axel Schulz, Prof. Dr. Nico Stengel, Prof. Dr. Sabine Weizenegger

1.1 Einführung Tourismusmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	1.1, Einführung Tourismusmanagement
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Diese Lehrveranstaltung hat einen einführenden Charakter. In thematisch perspektivierten Kapiteln lernen die Studierenden erste Grundlagen des Tourismus als ein komplexes System kennen. Dazu gehören vor allem mögliche Definitionen und Abgrenzungen zu anderen Phänomenen sowie die wichtigsten historischen, sozialen und psychologischen Grundlagen des Tourismus. Die Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Gesellschaft, die Wirkungen auf Kultur und Wirtschaft sowie gegenläufige Wirkungen der Politik auf den Tourismus stellen ein weiteres Themenfeld dar. Thematisch enger gefasst ist die Befassung mit den wichtigsten Akteuren im Tourismus, mit Destinationen und überhaupt der Entwicklung und Gestaltung des touristischen Angebotes. Grundlagen zur Entwicklung von Angebot und Nachfrage im Tourismus werden ergänzt um Fragen des internationalen Tourismus und globale Aspekte des Tourismus. Tourismuskritik und aktuelle Trends im Tourismus runden die Lehrveranstaltung ab. PHÄNOMEN TOURISMUS • Erste wissenschaftliche Befassung mit Definitionen und ihrer Funktion • Einführung in sozialwissenschaftliche Kategorien und ihre Kontingenz • Konkretisierung dieser Inhalte am Thema Tourismus und Auseinandersetzung mit dem Phänomen Tourismus und einer kontrollierten Komplexitätsreduktion • Verständnis für unterschiedliche Definitionen und deren Herkunft und Gerichtetheit; Kriterien für die Abgrenzung des Phänomen Tourismus ENTWICKLUNG DES TOURISMUS • Knappe Einführung in die historische Entwicklung des Tourismus seit der Antike mit Fokus auf Europa • Wichtige Entwicklungsschritte chronologisch: Antike, Pilgerreise, Walz, Grand Tour, Bädertourismus, Eisenbahn, Kreuzfahrt, Massentourismus, III Reich, Flugzeugtourismus, Ressorts, Buchungsportale, Overtourism, usw.) AUSWIRKUNGEN DES TOURISMUS

	• Betrachtung des Tourismus aus der Sicht der betroffenen Stakeholder in Gesellschaft und Kultur • Tourismus als Modernisierungstreiber oder als Motor für die künstliche Erhaltung von Obsoletem (Kleidung, Architektur, Lebensverhältnisse) • Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Folgen des Tourismus – einerseits durch Wertschöpfung (touristische Anbieter, Kunden, Lieferketten, usw.) und andererseits durch Zerstörung von Strukturen (z.B. AirBnB, Uber, „Sharing Economy“, usw.) TOURISMUSPOLITIK • Der rechtlich-politische Rahmen des Tourismus; die Rolle der europäischen und der Bundespolitik; • Regionale und lokale politische Interessen • An wen richtet sich die Tourismuspolitik? • Wer betreibt Tourismuspolitik? • Langfristige Ziele der Tourismuspolitik: Beschäftigung, Nachhaltigkeit, Umweltschutz, usw. TOURISMUSKRITIK • Von Overtourism über Zerstörung bis zur Ausbeutung • Besondere Ausbeutungsformen (Sextourismus, usw.) • Konzepte der Tragfähigkeit (touristic carrying capacity) • Umweltschäden durch Kreuzfahrt (Schweröl, Müll, usw.) • Argumente der Tourismuskritik (Flugscham, Ausbeutung, strukturelle Asymmetrie, Voyeurismus, Spätkolonialismus) • Aus der Sicht der Destination: Das Verhalten kulturell anders geprägter Gäste (arabische Gäste in Sellamsi, usw.) • Aus der Sicht der Touristen: andere Touristen TOURISTISCHES ANGEBOT • Voraussetzungen für das touristische Angebot • Einflussfaktoren auf das touristische Angebot • Angebotsfaktoren TOURISMUSPRODUKT UND DIE TOURISMUSBRANCHE • Elemente des Tourismusprodukts • Akteure der Tourismusbranche TOURISMUSNACHFRAGE UND INTERNATIONALER TOURISMUS • Konzepte, Einflussfaktoren und Erfassung der Nachfrage • Globale Reisenachfrage und Reiseströme • Touristische Ziel- und Quellmärkte TOURISMUSPSYCHOLOGIE • Reisemotive • Reiseentscheidung • Reiseverhalten • Touristische Erlebnisgestaltung
Lernziele / Lernergebnisse	Fachspezifische Kompetenzen Das übergreifende Ziel dieses Moduls ist es, ein solides Fundament für das Tourismusstudium zu legen. Das Modul vermittelt dazu Basiswissen über grundlegende Aspekte des Tourismus. Die Studierenden sollen am Ende dieser Lehrveranstaltung das weitere politische, soziale und ökonomische Umfeld des Tourismus sowie die wichtigsten Stakeholder und grundlegende Wechselwirkungen zwischen Tourismus und der Gesellschaft kennen. Sie sollen wichtige touristische Phänomene einordnen und ggf. historisch herleiten können. Außerdem sollen sie grundlegende Einsichten in Motivation und Interessen der Touristen, politische Rahmenbedingungen und Kritik am Tourismus gewonnen haben. Die Fähigkeit, das Phänomen Tourismus gegen andere wirtschaftliche und gesellschaftliche Phänomene abgrenzen zu können und Akteure, Rahmenbedingungen und das Verhalten der Touristen

	grundsätzlich beurteilen und einordnen zu können, soll ihnen eine bessere Orientierung im weiteren Studienverlauf geben. Durch den Anschluss an verschiedene Bezugswissenschaften wird der interdisziplinäre Charakter des Tourismusstudiums deutlich. Durch Einsatz von variierenden Lehrmethoden werden kommunikative und systemische Kompetenzen der Studierenden gefördert. Fachübergreifende Kompetenzen • <u>Methodenkompetenz</u>: Studierende entwickeln ihre Fähigkeiten zur Analyse von Problemzusammenhängen weiter. Sie reflektieren spezifische Herausforderungen der Tourismusbranche und üben den Wissenstransfer durch und in übergreifenden Einheiten. Durch spezifische Aufgabenstellungen erlangen Sie Informations- und Recherchekompetenz. • <u>Sozialkompetenz</u>: Studierende üben ihre Fähigkeit zur Expression eigener Erfahrungen und Wahrnehmungen sowie zur Arbeit in kleinen und großen Arbeitsgruppen. • <u>Selbstkompetenz</u>: In der Reflektion verschiedener Facetten des Tourismusmanagements und der Verortung der eigenen Person im System Tourismus erfassen Studierende in Vorbereitung auf spätere Berufstätigkeit die Komplexität diesbezüglicher Aufgaben.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Gastvorträge
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Basis für alle weiteren LV im Studium Tourismusmanagement.
Literatur	Unterstützende Literatur: • Bieger, T. (2010). Tourismuslehre - Ein Grundriss. utb GmbH. https://doi.org/10.36198/9783838525365 • Boniface, B. G. & Cooper, C. P. (2024). Worldwide destinations: The geography of travel and tourism (Ninth edition). Routledge Taylor & Francis Group. • Freyer, W. (2015). Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. De Gruyter/ Oldenbourg. https://doi.org/10.1515/9783486857542 • Kagermeier, A. (2020). Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt -. utb GmbH. https://doi.org/10.36198/9783838554525 • Kirstges, T.H. (2020): Tourismus in der Kritik. utb GmbH. https://doi.org/10.36198/9783838553382 • Mundt, J. W. (2013). Tourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag Verlag. 4. Aufl. https://doi.org/10.1524/9783486710984 • Schmude, J. & Namberger, P. (2016). Tourismusgeographie. WBG - Wissenschaftliche Buchgesellschaft. 2. Aufl. • Schulz, A., Eisenstein, B., Gardini, M. A., Kirstges, T. H. & Berg, W. (2021). Grundlagen des Tourismus. De Gruyter. 3. Aufl. https://doi.org/10.1515/9783110641219 • Steinecke, A. & Herntrei, M. (2017). Destinationsmanagement. utb GmbH. 2. Aufl. https://doi.org/10.36198/9783838548241
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	keine

1.2 Tourismus und Nachhaltigkeit

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Sabine Weizenegger
Modul-Nr., Modultitel	1.2, Tourismus und Nachhaltigkeit
Semester	2
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Das Modul soll den Studierenden die Grundlagen von Nachhaltigkeit und den Zusammenhang des Konzepts mit Tourismus vermitteln. Nachdem die Studierenden die Veranstaltung besucht haben, können sie... • ...das Entwicklungsziel Nachhaltigkeit, seine historische Genese sowie seine aktuellen Rahmenbedingungen beschreiben, • ...die Bedeutung des Tourismus in der globalen Nachhaltigkeit einordnen und relativieren, • ...die spezifischen Nachhaltigkeitseffekte des Tourismus wiedergeben und kategorisieren, um Ansätze für Anpassungen zu identifizieren, • ...Nachhaltigkeitsstrategien von Individuen, Unternehmen und Organisationen beurteilen, deren weltanschauliche Grundlagen diskutieren und eine eigene Position zu Fragen der Verantwortung für Nachhaltigkeit darlegen, • ...Methoden und Praktiken zur Anregung zu Nachhaltigkeit kennen und einordnen (nudging, refuse, reuse, reduce, recycle). • ...Konflikte um ein Bestreben nach Nachhaltigkeit kennen, beurteilen und einordnen, • ...Hindernisse nachhaltiger Entwicklung erklären und prinzipielle Konzepte ihrer Überwindung zitieren, • ...eigene Maßnahmen des Tourismus für Nachhaltigkeit entwickeln.
Lernziele / Lernergebnisse	• Schlüsselbegriffe und Terminologie der Nachhaltigkeit • Meilensteine der Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzepts: Wichtigste Veröffentlichungen und Veranstaltungen • Überblick relevanter Modelle (pillars / intersecting circles / nested circles; Tragfähigkeitskonzept) • Rahmen für nachhaltige Entwicklung im Tourismus: politische Rahmenbedingungen in Bayern/Deutschland/Europa/Welt; öffentliche Diskussion; Gesetze und Vorschriften • Wirkungsraum (pos./neg.) des Tourismus • Messinstrumente der Nachhaltigkeit (z.B. Fußabdruck, HPI) • Nachhaltigkeitszertifikate, Betrug mit Zertifikaten und die Zertifizierungsindustrie • ex. Korridore nachhaltiger Entwicklung im Tourismus (z.B. Integration externer Kosten, Selbstverpflichtungen, technische Entwicklung, Anbieterschulungen, Konsumenteninformation)

	• best/good practices aus der Tourismusbranche
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Gastvorträge
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	• Bundesumweltministerium (Hrsg.) (1997): Umweltpolitik: Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro – Dokumente. Bonn. • Carlowitz, Hans Carl von (1713) Sylvicultura Oeconomica • Fieber, Andreas (2024): Handbuch Nachhaltigkeit. Ziele, Klimawandel, Politik. Stuttgart: UTB • Hartmann, Kathrin (2015) Aus kontrolliertem Raubbau. Wie Politik und Wirtschaft das Klima anheizen. München: Blessing • Jonas, Hans (1979) Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation. Frankfurt: Suhrkamp • Kirstges, T. (2020): Tourismus in der Kritik: Klimaschädigender Overtourismus statt sauberer Industrie? UTB • Klein, Naomi (2015) Die Entscheidung. Kapitalismus versus Klima. Frankfurt a.M.: Fischer • Klingholz, Reiner (2014) Sklaven des Wachstums. Die Geschichte einer Befreiung. Frankfurt a.M.: Campus • Lessenich, Stephan (2016) Neben uns die Sintflut. Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis. München: Hanser • Paech, Nico (2012): Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie. München: Oekom • Pufé, I. (2017): Nachhaltigkeit. UTB • Rein, H. & Strasdas, W. (2017): Nachhaltiger Tourismus: Einführung. UTB • United Nations (2015): Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. (A/RES/70/1). • Wiegandt, Klaus (2016) Mut zur Nachhaltigkeit: 12 Wege in die Zukunft. Frankfurt am Main: Fischer • Wulf, Andrea (2016) Alexander von Humboldt und die Erfindung der Natur. Bielefeldt: Bertelsmann
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation mit Ausarbeitung und schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert
Zugelassene Hilfsmittel	keine

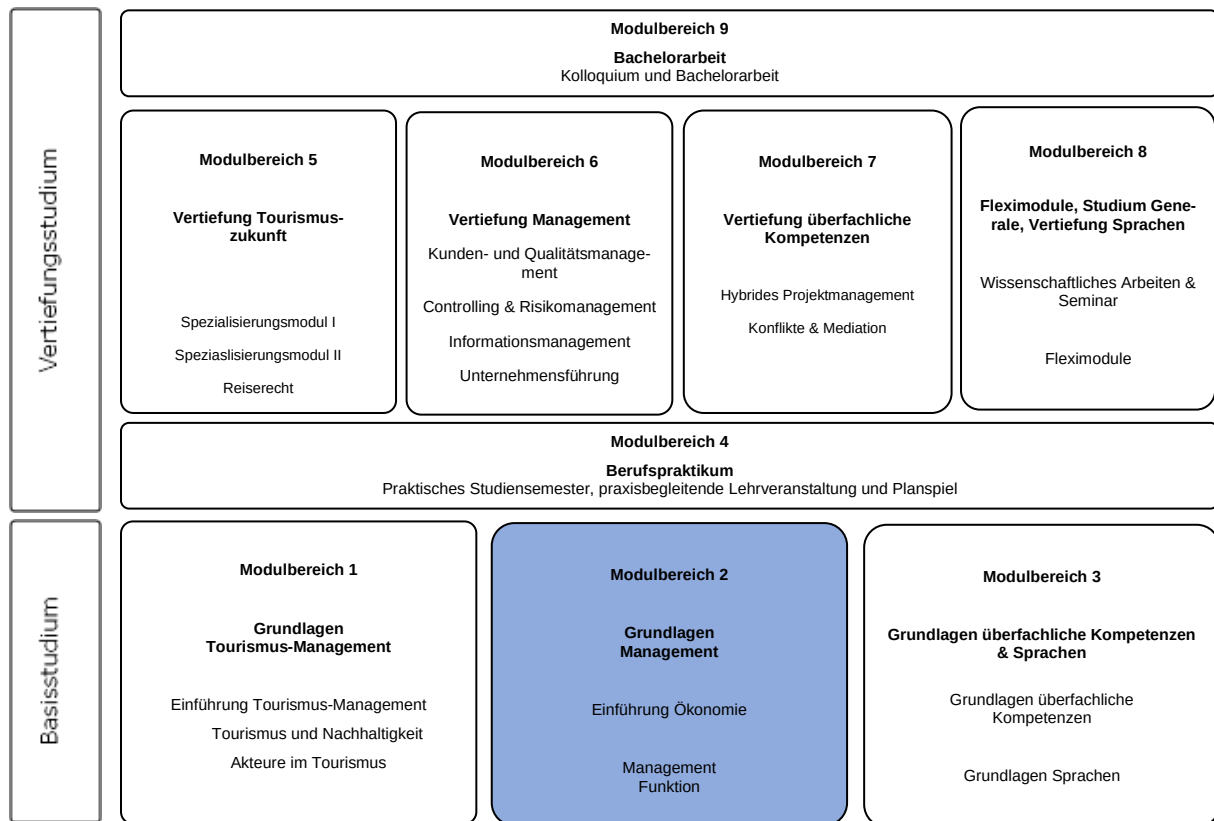
1.3 Akteure im Tourismus

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Sabine Weizenegger / Herr Jan Schubert, Prof. Dr. Marco Gardini, Prof. Dr. Axel Schulz, Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	1.3 Akteure im Tourismus
Semester	3
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Hybrid-Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	11 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	8
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	90 Zeitstunden
Selbststudium	240 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden einen grundlegenden Überblick über die wichtigsten Leistungsträger und deren Aufgaben zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: <u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u> Die Lehrveranstaltung verschafft einen Überblick über die Aufgaben modern und zukunftsfähig ausgerichteter Destinations-Management-Organisationen (DMO). Es geht um die Frage, wie sich Destinationen aktuell und zukünftig aufstellen können, um die Attraktivität bei Reisenden zu erhalten oder zu verbessern, ohne die Tourismusakzeptanz bei den Einheimischen einzubüßen. Inhalte der Veranstaltung sind u.a. • Aufgaben des Destinationsmanagements und Strukturen von DMOs • Effekte des Tourismus auf Destinationen: Tourismus als Wirtschaftsfaktor ("Wertschätzung durch Wertschöpfung"), Auswirkungen auf Ökologie und Gesellschaft, • Herausforderungen von Destinationen: Overcrowding und Overtourism, Besuchermanagement, Digitalisierung, Mobilität, Klimawandel • Strategische Entwicklung von Destinationen als Lebens- und Urlaubsraum • Destination Governance und Einbindung relevanter Akteure • Konzeptionelle Ansätze: Von der Tourismus- zur Standortmarke, Erlebnisraumdesign & Storytelling, Resilienz, ... • Nachhaltige Destinationsentwicklung und Anpassung an den Klimawandel. <u>Teil Hotelmanagement</u> Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über die Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig sowie sie die grundlegenden Leistungs- und Organisationsbereiche von Hotelbetrieben thematisiert. Darüber hinaus wird das Verhältnis von Hotelimmobilie und Hotelmanagement dargestellt. <u>Management von Verkehrsträgern</u> Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über die verschiedenen Verkehrsträger sowie deren voneinander abzugrenzenden Funktionen und Angebotsmerkmale.

	<u>Teil Reiseveranstaltung und Reisevertrieb</u> Die Lehrveranstaltung verschafft einen qualitativen und quantitativen Überblick über den Markt der Reiseveranstalter sowie der Reisemittler und deren voneinander abzugrenzende Funktionen und Angebote. Mit Bezug zu Reiseveranstaltern werden Geschäftsmodelle, Wertschöpfung und zentrale Geschäftsprozesse vermittelt. Für Reisemittler werden die Grundlagen des Reisevertriebs, Erscheinungsformen und Erlösmodelle vermittelt. Ergänzend werden branchenspezifische Besonderheiten, rechtliche Rahmenbedingungen und Branchenverbände sowie grundlegende technologische Anforderungen von Reiseveranstaltern und Reisemittlern vorgestellt. Die wichtigsten Reiseveranstalter des deutschsprachigen Reisemarktes sowie relevante globale Reisemittler werden in Fallstudien dargestellt.
Lernziele / Lernergebnisse	<u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u> Die Studierenden lernen die Akteure in Destinationen kennen und begreifen Destinationsmanagement als ein neues Verständnis von Qualität im Sinne des Ausbalancierens von Interessen im Spannungsfeld von Reisenden (Destinationsraum) und Bereisten (Lebensraum). Dies bedeutet, alle Bedürfnisse und Ansprüche von Nutzergruppen des Destinationsraumes zu berücksichtigen und funktionsräumlich gemeinsam zu entwickeln. Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden, grundlegende Managementaufgaben von Tourismusdestinationen sowie die aktuellen Entwicklungen im Destinationsmanagement zu verstehen und damit umzugehen. Sie lernen konkrete Beispiele kennen. Das Urteilsvermögen für unterschiedliche Lösungen bei verschiedenen Rahmenbedingungen wird dabei geschult. <u>Teil Hotelmanagement</u> Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden einen ersten Überblick über die Besonderheiten der Hotellerie und des Managements von Hotelunternehmen zu vermitteln. Im Anschluss an die Veranstaltung sollen die Studenten in der Lage sein... ▪ die Besonderheiten des Managements von Hotelunternehmen zu verstehen. ▪ die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten der Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig zu verstehen. ▪ die Trennung des Hotelgeschäfts in eine Investoren- und eine Betreiberstufe kennenzulernen und die grundlegenden Implikationen dieser Trennung zu verstehen. Die Veranstaltung befähigt die Studierenden die grundlegenden Besonderheiten und Strukturen der Hotellerie einordnen zu können und die Kernprobleme und Anforderungen des Geschäftsbetriebs eines Hotelunternehmens zu verstehen und damit umzugehen. <u>Management von Verkehrsträgern</u> Diese Vorlesung vermittelt die methodischen Grundlagen der einzel- und gesamtwirtschaftlichen Aspekte für die unterschiedlichen Verkehrsbetriebe im Tourismus. Dabei wird vor allem eine Übersicht über die Verkehrsträger sowie eine Einführung in die verschiedenen Teilgebiete gegeben. Des Weiteren werden die Besonderheiten einer spezifischen tourismuswirtschaftlichen Betrachtung herausgearbeitet. Des Weiteren werden Kenntnisse der Bedeutung der Verkehrsträger im Tourismus vermittelt, wobei ein Überblick des Managements, der Ausrichtung und der wesentlichen Instrumente der Verkehrsträger im Tourismus gegeben werden <u>Teil Reiseveranstaltung und Reisevertrieb:</u> Die Lehrveranstaltung will einen generellen Marktüberblick und methodische Grundlagen zum Management von Reiseveranstaltern und Reisemittlern vermitteln. Dabei wird großer Wert auf ein Verständnis für die Besonderheiten und die Komplexität der Prozesse eines Reiseveranstalters gelegt. Die Lehrveranstaltung befähigt Studierende grundlegende Entscheidungen zur Programmgestaltung, Kalkulation und der Wahl der Vertriebswege von Reiseveranstaltern zu treffen. Für Reisemittler sind die Studierenden mit den Grundlagen des Vertriebs, den Prozessen im Reisevertrieb und den Unterschieden zwischen den wichtigsten Reisemittlern vertraut. Ebenso kennen sie Instrumente und Ziele von Verkaufsförderung und Vertriebssteuerung durch Handelsherren.

Lehrmethoden	<u>Allgemein:</u> Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangspezifisches Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für den Studiengang Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	<u>Destinationsmanagement / Regionale Tourismuswirtschaft</u> ▪ Pillmayer, M. et al. (Hg.): Tourism Destination Development, 2024 ▪ Bieger, T, Beritelli, P.: Management von Destinationen, 2013 ▪ Pechlaner, H.: Destination und Lebensraum: Perspektiven touristischer Entwicklung, 2019. ▪ Bauer, A., Gardini, M., Skock, A.: Overtourism aus Sicht der einheimischen Bevölkerung: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse einer Fallstudie aus dem Allgäu ▪ Bayerisches Zentrum für Tourismus: Homepage ▪ Homepages verschiedener Tourismusorganisationen <u>Teil Hotelmanagement</u> • Gardini, M.A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements, 2. Aufl., München 2014 • Henschel, U.K et al.: Hotelmanagement, 4. Aufl., München 2013 • Hänssler, K.H. et al.: Management in Hotellerie und Gastronomie, 9. Aufl. 2016 <u>Management von Verkehrsträgern:</u> • Schulz A.: Grundlagen Verkehr im Tourismus, 2. Aufl., München 2014 • Schulz A.: Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 • Schulz A.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 • Schulz A.: Flughafen Management, München 2010 • Sterzenbach, R., Conrady, R.: Luftverkehr, München 2009 • Schulz A., Brennemann G.: Fluggesellschaften im Umbruch, in: Seitz E., Fallstudien zum Tourismus-Marketing, München 2001, S. 87 – 101 • Pompl W.: Luftverkehr, Heilbronn 2007 <u>Teil Reiseveranstaltung:</u> • Dörnberg, A.v., Freyer, W., Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, München 2018 • Freyer, W., Pompl, W.: Reisebüro-Management, 2. Aufl. München/Wien 2008 • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyterOldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 • Mundt, J.: Reiseveranstaltung, 7. Aufl., München 2011
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert
Prüfungsdauer	In der Regel 120 Minuten.

Modulbereich 2: Grundlagen Management



Ziel des Modulbereichs

Einführung in die Ökonomie

Dienstleistungsorientierte Betriebswirtschaftslehre

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

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

Management Funktion

Marketing

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

Rechnungswesen und Liquiditätsmanagement

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

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

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

Personal

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

Arbeitsrecht

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

Wirtschaftsprivatrecht und Steuern

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

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

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

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

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Sommer

Prof. Brysch

Prof. Dr. Mayer

Prof. Dr. Brenner

Prof. Dr. Jüster

Prof. Dr. Booker

2.1 Einführung in die Ökonomie

2.1.1. Dienstleistungsorientierte Betriebswirtschaftslehre

2.1.1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Guido Sommer
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Wissenschaftstheoretische Einordnung der BWL Unternehmen und Umwelt • Typologie des Unternehmens • Unternehmensziele Marketing • Kundenorientierung und Marktforschung • Marketing-Mix • Einkaufsentscheidungen • Beschaffungs- und Lagerplanung Produktion • Produktionsprozesse und – planung • Produktions- und Kostentheorie Rechnungswesen • Grundlagen des internen Rechnungswesens • Grundlagen des externen Rechnungswesens Finanzierung • Finanzplanung und – kontrolle • Innen- und Außenfinanzierung Investition und Unternehmensbewertung • Investitionsrechnung • Unternehmensbewertung Personal und Organisation • Funktions- und verhaltensorientiertes Personalmanagement • Organisationsaufgaben und -formen Management • Managementfunktionen und -instrumente • Unternehmenskultur, Ethik und Verantwortung
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung befähigt sein, • grundlegende betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen

	• die Bedeutung von Marktforschung und Kundenorientierung für den betriebswirtschaftlichen Erfolg zu erfassen • über eine systematische Marketingplanung geeignete Maßnahmen für einen abgestimmten Marketing-Mix zu entwickeln • die Herausforderungen der Materialwirtschaft zu kennen und grundlegende Zusammenhänge der Produktionswirtschaft zu verstehen • die wichtigsten in der Praxis verbreiteten Kostenrechnungssysteme, Finanzierungsformen sowie Investitionsrechenverfahren zu verstehen und anwenden zu können • wesentliche Zusammenhänge von Personalwirtschaft und Organisation zu kennen • Rahmenbedingungen von Managemententscheidungen erklären zu können • das in diesem Fach erlernte methodische Grundlagenwissen fachübergreifend anwenden zu können
Lehrmethoden	Vorlesung unter Einbeziehung von Übungen und kleineren Gruppendiskussionen. Spiegelung der theoretischen Inhalte anhand von praktischen Fallbeispielen. Arbeitsaufträge bspw. in der Berechnung von Übungsaufgaben.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Dienstleistungsmanagement, Tourismusmanagement II
Literatur	Pflichtliteratur: Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin; Gilbert, Dirk Ulrich; Hachmeister, Dirk; Jarchow, Svenja; Kaiser, Gernot: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10. Aufl., 2023 Sekundärliteratur: • Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., 2023 • Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten (Anteil ABWL: 60 Minuten; Anteil Dienstleistungsmanagement: 30 Min)
Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner (nicht programmierbar)

2.1.1.2 Dienstleistungsmanagement

Allgemeine Angaben

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

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Ziele der Vorlesung sind die Bedeutung der Dienstleistungen und des Dienstleistungsprozesses sowie das System des integrierten Dienstleistungsmanagements zu verstehen. Zudem werden Strategien für Marketing und Management von verschiedenen Dienstleistungsorganisationen vorgestellt und diskutiert, warum Dienstleistungsunternehmen ihr Marketing, operatives Geschäft und Personalfunktionen integrieren müssen. Weiter wird die bedeutende Rolle von Personen (u.a. Kunden und Mitarbeiter) und Technologie (u.a. digitale Transformation von Serviceprozessen und Customer Journey) für die Produktion und den Erfolg der Dienstleistungen behandelt. Aufbau der Vorlesung: • Grundlagen des Dienstleistungsmanagements und –marketings • Streben nach Service Excellence • Strategisches Dienstleistungsmanagement • 4 klassische Ps im Dienstleistungsmarketing • 3 zusätzliche Ps im Dienstleistungsmarketing • Management der Kundenschnittstellen • Digitale Services für Konsumenten
Lernziele / Lernergebnisse	Am Ende dieser Lehrveranstaltung sollen die Studierenden in Sinne eines kompetenzorientierten Ansatzes in der Lage sein: • Fachübergreifend die Bedeutung der Dienstleistungsbranche zu erkennen und analysieren zu können, • methodisch die zentralen Instrumente (7Ps) im Dienstleistungsmanagement und –marketing kontextspezifisch auszuwählen und in ihren Grundzügen anzuwenden, • fachbezogen für die Tourismus- und Freizeitbranche zentrale Potentiale, Prozesse und Ergebnisse im Dienstleistungsmanagement und –marketing zu verstehen sowie zu transferieren.
Lehrmethoden	Vorlesungen, Fallbeispiele, Gastvortrag

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. BWL, Personalmanagement, Tourismusmanagement II
Literatur	Deutsche Literatur: - Haller, S., /Missing, C. (2022): Dienstleistungsmanagement, 9 Aufl., Wiesbaden - Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich: K. (2018): Dienstleistungsmarketing, 9. Aufl., Wiesbaden Englische Literatur: - Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific. - Bordoloi, S., Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2019). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 9e. - Matzner, M., Büttgen, M., Demirkan, H., Spohrer, J., Alter, S., Fritzsche, A., Ng, I., Jonas, J., Martinez, V., Möslin, K., Neely, A. (2018): Digital transformation in service management, in: Journal of Service Management Research, Volume 2, 02/2018, S. 3–21 Daneben aktuelle Beiträge zum Dienstleistungsmanagement in Journals und Fachzeitschriften sowie Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.

2.1.2 Volkswirtschaftslehre

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Axel Schulz
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.2 Volkswirtschaftslehre
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	• Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Grundbegriffe; volkswirtschaftliche Größen) • Tourismus als Wirtschaftsfaktor (Systemcharakter; Verknüpfungen mit der restlichen Volkswirtschaft; Messung) • Mikroökonomie des Tourismus (Tourismusmarkt und -güter; Angebot und Nachfrage im Tourismus) • Makroökonomie des Tourismus (Einkommen und Sozialprodukt; Arbeitsmarkt und Beschäftigung; Geld und Währung; Inflation) • Politische und ethische Fragestellungen
Lernziele / Lernergebnisse	Den Studierenden wird ein gesamtwirtschaftlicher Kontext vermittelt, der für Nachfrage und Angebot im Tourismus-Bereich relevant ist. Insbesondere soll die Wechselwirkung zwischen Wirtschaftspolitik und Unternehmensentscheidungen verdeutlicht werden.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul gibt einen Ausblick auf die durch gesamtwirtschaftliche Umstände verursachten betriebswirtschaftlichen Herausforderungen, die mithilfe der Lehrinhalte der anderen Studienfächer bewältigt werden müssen.
Literatur	• Blanchard, Olivier/Illing, Gerhard (2021): Makroökonomie, 8., aktualisierte Auflage, Pearson: München • Freyer, Walter (2015): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11., überarbeitete und ergänzte Auflage, Walter de Gruyter: München • Franz, Wolfgang (2013): Arbeitsmarktökonomik. Springer: Wiesbaden • Mankiw, Gregory (2017): Makroökonomik, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel: Stuttgart • Mankiw, Gregory (2021): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel: Stuttgart • Samuelson, Paul A./Nordhaus, William D. (1998): Volkswirtschaftslehre, 15. Auflage, Carl Ueberreuter: Wien, Frankfurt

	• Stortebeck, Falk (2020): Einführung in die Mikroökonomik. Band I: Theoretische Grundlagen, Springer Gabler: Wiesbaden
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

2.1.3 Finanzmathematik & Entscheidungsrechnung

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Benedikt Booker
Modul-Nr., Modultitel	2.1 Einführung in die Ökonomie, 2.1.3 Finanzmathematik & Entscheidungsrechnung
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	• Mathematische Grundlagen • Zinsrechnungen • Rentenrechnung: jährliche und unterjährliche Renten, dynamische Renten, ewige Renten • Tilgungsrechnung • Investitionsrechnung • Kursrechnung • Grundlagen der Entscheidungsrechnung • Entscheidung unter Sicherheit • Entscheidung unter Risiko • Entscheidung unter Ungewissheit
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, Zahlungsströme im Unternehmen zu analysieren und insbesondere Investitions- und Finanzierungsentscheidungen zu evaluieren. Darüber hinaus können sie auch in allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen Entscheidungen treffen sowie Bewertungsreihenfolgen („Rankings“) erstellen.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Fallbeispielen
Empfohlene Voraussetzungen	Mathematikkenntnisse der Sekundarstufe I und II
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Angewandte Statistik und Datamining, Finanzierung

Literatur	• Bamberg et. al: (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 16. Auflage • Jeske (2022): Kochbuch der Quantitativen Methoden, Band 2: Finanzmathematik, 3. Auflage
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbücher, Skripten, Eigene Notizen, Taschenrechner (nicht kommunikationsfähig)

2.2 Management Funktion

2.2.1 Marketing	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Armin Brysch, Prof. Dr. Guido Sommer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.1 Marketing
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Marketing wird als eine wichtige Komponente der Unternehmensphilosophie und als systematischer Denkprozess vorgestellt. Das Modul vermittelt im Rahmen der Fachkompetenz grundlegende Konzepte und Instrumente, die für das Marketing-Management touristischer Betriebe relevant sind. Zudem werden die Studierenden mit grundlegenden Konzepten und Geschäftsmodellen des digitalen Marketings vertraut gemacht, um digitale Kampagnen, Instrumente und Wirkungen einordnen zu können. Folgende Themen werden im Einzelnen behandelt: 1. Grundverständnis des Marketings 2. Konsumentenverhalten 3. Marktsegmentierung, -ansprache und -positionierung 4. Marketingstrategie und -planung 5. Marketingmix I 6. Marketingmix II 7. Marketingmix III 8. Marketingmix IV 9. Besonderheiten der digitalen Customer Journey 10. Online-Werbung 11. Social Media Marketing 12. Influencer Marketing 13. Marketing-Controlling, Monitoring und Analytics 14. Metaverse und XR im Marketing 15. Trends und Limitation
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung befähigt sein, • die Rolle des Marketings im betriebswirtschaftlichen Umsatzprozess einordnen zu können • den Einfluss unterschiedlicher Rahmenbedingungen für erfolgreiches Marketing nachzuvollziehen • die Bedeutung von Marktforschung und Kundenorientierung für den betriebswirtschaftlichen Erfolg zu erfassen

	• über eine systematische Marketingplanung geeignete Maßnahmen für einen abgestimmten Marketing-Mix zu entwickeln. Dabei sollen die Marketinginstrumente beherrscht werden • erfolgsversprechende Marketingstrategien für die Praxis zu entwickeln • fachübergreifend das Online-Nutzungsverhalten von Nachfrager analysieren zu können, • methodisch ausgewählte Instrumente des Digitalen Marketings entlang der Customer Journey kontextspezifisch auszuwählen und in ihren Grundzügen anzuwenden, • fachbezogen für die Tourismus- und Freizeitbranche die Bedeutung des Digital Marketing in der Wertschöpfungskette zu analysieren und eine kritische Bewertung vorzunehmen.
Lehrmethoden	Vorlesung unter Einbeziehung von Übungen und kleineren Gruppendiskussionen. Spiegelung der theoretischen Inhalte anhand von praktischen Fallbeispielen. Arbeitsaufträge bspw. in der Bearbeitung von Cases sowie der Berechnung von Übungsaufgaben.
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. In den Schwerpunktmodulen werden die Kenntnisse von Marketing themenspezifisch vertieft.
Literatur	Pflichtliteratur: • Kotler, P.; Armstrong, G. Harris, Lloyd C.; He, H. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Auflage, Pearson • Homburg, C. (2020). Grundlagen des Marketingmanagements: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 7. Auflage, Springer-Verlag. • Kreutzer, R. T. (2025): Praxisorientiertes Online-Marketing, Konzepte – Instrumente – Checklisten, 5. Aufl., Wiesbaden • Brysch, A. A. (2022): Internetökonomie und digitaler Tourismus; In: Weithöner, U. et al. (Hrsg.): Digitaler Tourismus: Informationsmanagement im Tourismus, De Gruyter Oldenbourg., S. 99-124 Sekundärliteratur: • Kreutzer, R. T. (2022): Praxisorientiertes Marketing, 6. Auflage, Springer, Wiesbaden • Kotler, P.; Bowen, J. T. und Baloglu, S. (2021): Marketing for Hospitality and Tourism, 8th edition, Pearson
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner

2.2.2. Rechnungswesen & Liquiditätsmanagement

2.2.2.1 Bilanzierung & Liquidität	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.2.1 Bilanzierung & Liquidität
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Buchführung/Bilanzierung: Überblick über Aufgaben, Ziele und Bedeutung der Buchführung und Bilanzierung im externen Rechnungswesen. Verwendung von Fällen/Beispielen aus dem Bereich der Tourismuswirtschaft. Inhalt, u.a.: • Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Inventur, Inventar und Bilanz • Systematik der Finanzbuchhaltung • GuV • Umsatzsteuer • Grundlagen der Verbuchung, u.a. im Einkaufs- u. Verkaufs-bereich, Löhne und Gehälter, Sachanlagevermögen • Grundzüge des Jahresabschlusses (u.a. Perioden-abgrenzungen, Bewertungsmethoden und –verfahren in Anlage- und Umlaufvermögen) Liquiditätsmanagement: Zentrale Bedeutung in Unternehmen hat die Liquidität. Diese gewährleistet die Begleichung aller Zahlungsverpflichtungen und ist somit unter anderem entscheidend zur Vermeidung einer Insolvenz. Es werden folgende, zentrale Kenntnisse im Rahmen des Liquiditätsmanagements vermittelt: • Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Abbildung und Funktion im externen und internen ReWe • Liquiditätszuführung • Liquiditätsgestaltung und -optimierung • Liquiditätsbeobachtung
Lernziele / Lernergebnisse	Durch den Besuch der Veranstaltung und die Beschäftigung mit der Materie, werden die Studierenden befähigt die Techniken und Regeln der Buchführung/Bilanzierung zu verstehen und Zusammenhänge zu erfassen. Sie können einfache Jahresabschlüsse lesen und interpretieren. Sie wissen um die Relevanz des Liquiditätsmanagements im Unternehmen, können Finanzpläne

	erstellen, Liquiditätsbedarfe ermitteln und kennen die gängigen Wege zur Beschaffung von Liquidität.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Kenntnisse des Moduls sind empfehlenswert für das Modul Controlling
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: • Bähr, G.; Fischer-Winkelmann, W. F.: Buchführung und Jahresabschluss, Gabler Verlag • Bornhofen, M.; Busch, E.: Buchführung 1, Gabler Verlag • Döring, U., Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben, Lösungen und Klausurtraining, Erich-Schmidt-Verlag • Zschenderlein, O., Kompakt-Training Buchführung 1, Kiehl Verlag • Heesen, B.; Cash- und Liquiditätsmanagement, Springer Gabler Verlag
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner.

2.2.2.2 Kostenrechnung

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.2.2 Kostenrechnung
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	3 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Um einen Einblick in den Erfolg des Kerngeschäfts eines Unternehmens zu erhalten, ist eine ganzheitliche und korrekte interne Kalkulation von hoher Relevanz. In diesem Zusammenhang werden u.a. folgende Kenntnisse vermittelt:
-------------	--

	• Begriffe, Definitionen und Abgrenzungen • Kostenrechnungssysteme • Kostenarten und Kostenartenrechnung • Kostenstellen und Kostenstellenrechnung • Kostenträger und Kostenträgerrechnung • Erlös- und Ergebnisrechnung, Deckungsbeitragsrechnung • Break-Even-Rechnung
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden werden befähigt, die unternehmensinterne Erfolgsrechnung nachzuvollziehen und betriebsinterne Problemstellungen gezielt zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Kenntnisse des Moduls sind empfehlenswert für das Modul Controlling.
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: • Becker, W.; Holzmann, R.: Kosten- Erlös- und Ergebnisrechnung, Springer Gabler Verlag • Jórasz, W., Baltzer, B.: Kosten- und Leistungsrechnung, Schäffer-Poeschel-Verlag • Coenenberg, A., Fischer, T.M., Günther, T., Brühl, R.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel-Verlag • Däumler, K. D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 1 – Grundlagen, Verlag Neue Wirtschaftsbrieft • Heinhold, M.: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	In der Regel nicht programmierbarer Taschenrechner.

2.2.3 Wirtschaftsprivatrecht & Steuern

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.3 Wirtschaftsprivatrecht & Steuern
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Sem. Unterricht / Übungen / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB und des Schuldrechts mit Bezügen zum Handelsrecht • Struktur des deutschen und europäischen Rechts • Personen des Rechtsverkehrs und der Handelsgeschäfte, • Willenserklärung und Vertrag, Mängel beim Rechtsgeschäft, • Stellvertretung, Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, • Verbraucherschutz bei besonderen Vertriebsformen, • Schadensersatzpflicht, Leistungsstörungen • Verträge mit Auslandsberührung Typische Verträge des BGB im Tourismus • Kaufvertrag • Werkvertrag • Mietvertrag • Reisevertrag Grundzüge des Gesellschaftsrechts Grundlagen der Fallbearbeitung Grundzüge des Steuerrechts • Steuerbegriff • Erläuterung der Steuerarten: ESt, KSt, GewSt, USt • Die Einkunftsarten in Steuerrecht
Lernziele / Lernergebnisse	Vermittlung der Grundzüge des Vertrags-, Handels- und Gesellschaftsrechts sowie des Steuerrechts. Die Studierenden lernen die Methodik, Fälle im Privatrecht selbständig zu lösen.
Lehrmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen, Blended Learning

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Arbeitsrecht, Reiserecht.
Literatur	• Wirtschafts- und Steuergesetze, 5. Auflage, TESSA 2023 • Fühlich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen, 14. Aufl., 2022 • Fühlich / Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, Vahlen, 9. Aufl. 2023
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Eine gebundene Gesetzessammlung.

2.2.4. Personal

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

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	• Berthel, Jürgen; Becker, Fred,G.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel, Stuttgart, 11. Auflage, 2017 • Kauffeld, Simone, Hrsg.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer, Berlin 3. Auflage, 2018 • Kollmann, Tobias: Digital Leadership. Grundlagen der Unternehmensführung in der Digitalen Wirtschaft, SpringerGabler, Wiesbaden 2020 • Rosenstiel, Lutz von; Regnet, Erika; Domsch, Michel E.: Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 8., überarbeitete und erweiterte Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2020 • Tschumi, Martin: Handbuch zum Personalmanagement, das Personalmanagement von der Personalplanung über das Arbeitsrecht und die Mitarbeiterkommunikation bis zum Austritt. Mit Excel-Tools auf CD-ROM und kostenlosen Online-Serviceleistungen, 7. Aufl., Praxium, Zürich 2015
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	Gemeinsam mit Teil 2, Arbeitsrecht in der Regel 120 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine.

2.2.4.2 Arbeitsrecht

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Brenner
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.4.2 Arbeitsrecht
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Sem. Unterricht / Übungen / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere Anbahnung eines Arbeitsverhältnisses, der Arbeitsvertrag, die Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer, die Beendigung des Arbeitsverhältnisses Betrieblich im Tourismus relevante Bereiche des Arbeitsschutzrechts Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere das Betriebsverfassungsrecht und des Tarifrechts
Lernziele / Lernergebnisse	Vermittlung der Grundzüge des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Der Student kennt die Rechte und Pflichten der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer und lernt die Methodik, Fälle im Arbeitsrecht selbständig zu lösen.
Lehrmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen, Blended Learning
Empfohlene Voraussetzungen	Der Besuch der Pflichtveranstaltung „Wirtschaftsprivatrecht“ ist erwünscht.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Wirtschaftsprivatrecht und Reiserecht
Literatur	• Arbeitsgesetze, 4. Auflage, TESSA 2021 • Brenner – Arbeitsrecht für Wirtschaftswissenschaftler, TESSA 2016 • Wörlen, Kokemoor – Arbeitsrecht, 14. Aufl., Vahlen, 2023 • Senne – Arbeitsrecht, 11. Aufl., Vahlen, 2025

Prüfungsmodalitäten

Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
-----------------	--

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

2.2.5 Angewandte Statistik & Datamining

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Benedikt Booker
Modul-Nr., Modultitel	2.2 Management Funktion, 2.2.5 Angewandte Statistik & Datamining
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

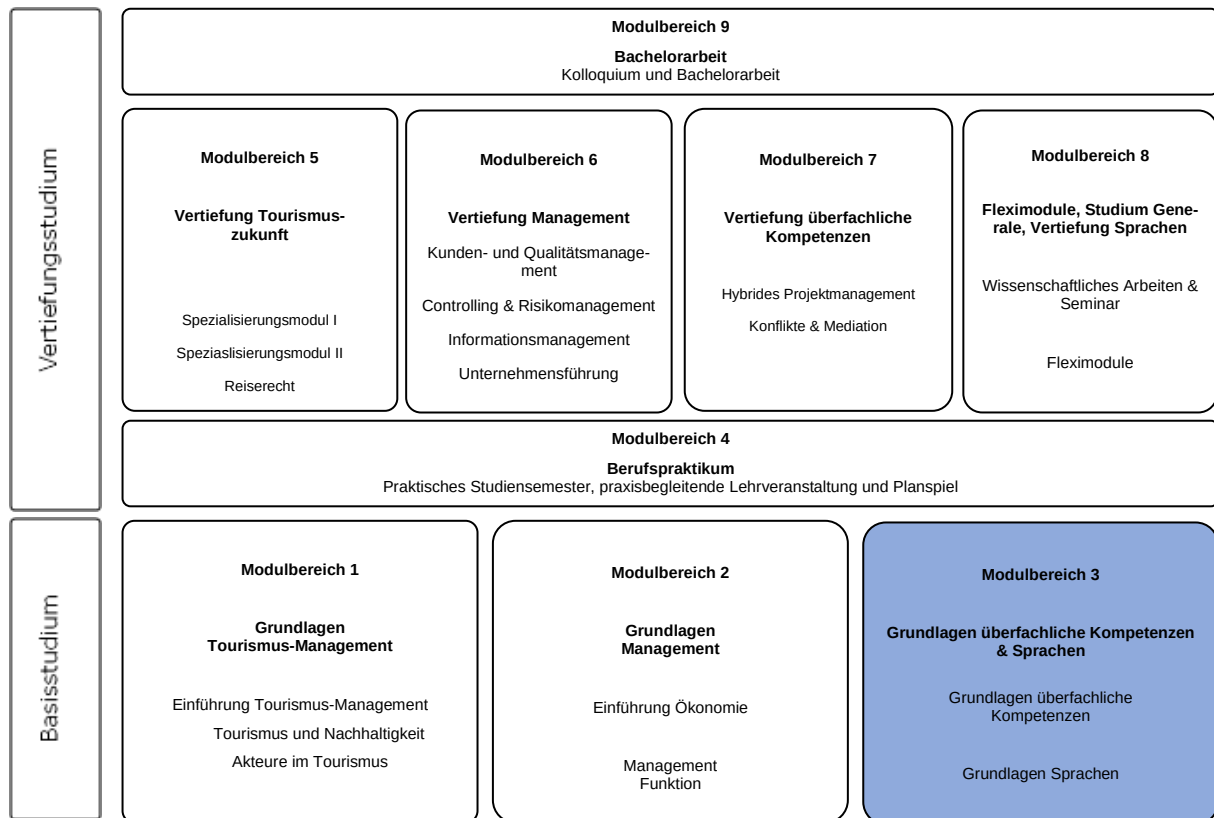
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	• Deskriptive Statistik: • Grundlagen • Betrachtung eines Merkmals • Betrachtung zweier Merkmale • Wahrscheinlichkeitstheorie: • Diskrete Zufallsvariable • Stetige Zufallsvariable • Induktive Statistik: • Punktschätzung von Parametern • Intervallschätzung • Das Prinzip eines statistischen Tests • Spezielle Testverfahren
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Methoden und Techniken der deskriptiven und induktiven Statistik in ökonomischen Kontexten und im Rahmen empirischer Abschlussarbeiten anzuwenden. Sie kennen eine Auswahl etablierter deskriptiver Kennzahlen und Testverfahren und können beurteilen, welche Verfahren in welchen Situationen eingesetzt werden.
Lehrmethoden	• aktive Beteiligung in den Übungen • Bearbeitung der in der Vorlesung gestellten Aufgaben • intensive Vor- und Nachbereitung des Vorlesungsskripts • Bearbeitung der Übungsaufgaben
Empfohlene Voraussetzungen	Finanzmathematik und Entscheidungsrechnung im 1. Semester
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.

	Grundlage für alle weiteren Module. Querschnittsfunktion für alle methodisch orientierten Fächer.
Literatur	• Scheid, Vogl (2021): Data Science, 1. Auflage, Hanser Fachbuchverlag • Galata, Scheidt (2012): Deskriptive und Induktive Statistik, 1. Auflage, Hanser Fachbuchverlag • Bamberg et. al. (2022) Statistik 19. Aufl., Oldenbourg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Modulbereich 3: Grundlagen überfachliche Kompetenzen & Sprachen



Ziel des Modulbereichs

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

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

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

Grundlagen überfachliche Kompetenzen

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

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

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

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

Grundlagen Sprachen

Englisch

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

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

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

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

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

Französisch/Spanisch

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

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

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

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

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

Verknüpfung zu Folgemodulbereichen/-modulen

Englisch I - Englisch II

Englisch II - Englisch III

Englisch III - Englisch IV

Spanisch/Französisch I- Spanisch/Französisch II

Spanisch/Französisch II- Spanisch/Französisch III

Spanisch/Französisch III- Spanisch/Französisch IV

Spanisch/Französisch V

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Ulrich Bauer

Frau Ana Fernández-Fernández

3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen

3.1.1 Präsentationstechniken	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.2 Präsentationstechniken
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte ECTS-PUNKTE	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch, englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die angemessene und erfolgreiche Präsentation: • Wirkungsmittel der Rednerin – verbal, nonverbal, paraverbal, extraverbal • Körpersprache, Stimme, Kleidung, Raumnutzung, Empathie, ... • Dramaturgie und Entwicklung eines Themas • Vorbereitung, Aufbau und Durchführung von Präsentationen • Professioneller Einsatz von Visualisierungen – analog & digital • Tafelbild, Weißwandtafel und Flipchart-Technik, Pinnwand – und der jeweilig gezielte und professionelle Einsatz; • Digitale Medien als Werkzeug statt als Spielzeug - umlernen • Angemessener und gut gestalteter Einsatz von rechnergestützten Präsentationen; Rechte im Netz, Bildrechte, Musikrechte, usw. • Optional: die Erstellung von eigenen Filmclips (ca. 3 bis 5 Min.) • Wirkungsvolle Präsentationen aufbauen, halten sowie in schwierigen Situationen zielgerichtet argumentieren und erfolgreich abschließen • Einsatz wirkungsvoller Sprechtechniken • Verbesserung des rhetorischen Ausdrucks • Die angemessene Einschätzung des Publikums • Optimale Nutzung des zur Verfügung stehenden Raumes
Lernziele / Lernergebnisse	Nach dem Seminar sollen die Studierenden in der Lage sein: • eine Präsentation inhaltlich auf ein definiertes Publikum zuzuschneiden; • im Team eine Prüfungsleistung zu entwickeln; • Präsentationen sinnvoll aufzubauen, zu gliedern und zu gestalten; sie sollen mögliche Skripte und Dramaturgie kennen; • Formalität als Werkzeug zu erkennen und einzusetzen; • ihre eigene sprachliche und fachliche Ausdrucksfähigkeit angemessen einzuschätzen; • mit individueller, persönlichkeitsgerechter Präsentation zu überzeugen und zu beeindrucken; • durch den hohen Praxisanteil und das direkte Feed-Back aus der Gruppe Lampenfieber und Unsicherheit zu erfahren und zu überwinden, um auch vor größeren Gruppen angemessen eine Meinung oder einen Inhalt zu vertreten;

	• Präsentationsmittel wirkungsvoll zu planen, vorzubereiten und professionell einzusetzen • ihre eigene Körpersprache ansatzweise zu reflektieren; • alle üblichen Techniken (Moderationskarten, Tafeln, Weißwandtafeln, Zeigestäbe, Pointer, Pinnwände, Flipcharts, Folien, Beamer, Powerpoint, Filmclips, etc.) zu kennen und sinnvoll einzusetzen; • Grundlagen rhetorischer Techniken beim Vortrag zu beachten • freier, sicherer und selbstbewusster aufzutreten und zu sprechen und so ihre Zuhörer zu gewinnen und diese von ihren Ideen zu überzeugen Fachkompetenzen • Die kommunikativen Kompetenzen sind wesentlich für den beruflichen Erfolg; sie sind Voraussetzung für die Entwicklung einer Persönlichkeit zur Autorität und steigern die Wirkung auf andere; • Die Kompetenz, die eigene Präsentationspraxis zu beobachten und zu korrigieren. Wer eigene Grenzen überschreiten will, seinen Erfolg gezielt beeinflussen möchte, hat in dieser LV die Möglichkeit an seiner Sprechleistung bei Präsentation, Monolog und Dialog zu arbeiten; • Der Weg zur Souveränität führt über die Fähigkeit, ohne Medieneinsatz überzeugend zu präsentieren und sich entsprechend auszudrücken • Die Möglichkeit zur Erstellung von technischen Präsentationen wie Powerpoint oder Filmclips ermöglicht später, sachkundig mitzureden. • Die Kompetenz, ein Publikum richtig einschätzen und Inhalte auf dieses Publikum zuschneiden können Fachübergreifende Kompetenzen • Methodenkompetenz: Studierende entwickeln die Fähigkeit zur methodisch angemessenen Präsentation sachlicher und wissenschaftlicher Inhalte. • Sozialkompetenz: Studierende sind in der Lage, ihre Kommilitonen als Publikum gut einzuschätzen und in einer Arbeitsgruppe mit verteilten Aufgaben ein gemeinsames Kommunikat herzustellen. • Selbstkompetenz: Studierende können individuell besser mit der Präsentationssituation (Lampenfieber, Ticks, Hochdeutsch, usw.) umgehen.
Lehrmethoden	Methodenmix: Vorlesung, Übungen, Gruppenarbeit, Präsentationen
Empfohlene Voraussetzungen	Anwesenheitspflicht, da diese Kompetenzen nur durch praktische Übungen erworben werden, und da für die Übungen auch unbedingt ein Publikum anwesend sein muss
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	• Ditko, Tatjana (2022) Rhetorik für Dummies. Weinheim: Wiley • Händel, Daniel et al. (2007) Schlüsselkompetenzen. Reden – Argumentieren - Überzeugen • Kruse, Otto (2007) Keine Angst vor dem leeren Blatt. Frankfurt: Campus • Seifert, Josef (2011) Visualisieren, Präsentieren, Moderieren. Offenbach : Gabal • Begleitende Skripte
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen 70% Präsentation 30% schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

3.1.2 Interkulturelle Kommunikation

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.1 Interkulturelle Kommunikation
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte ECTS-PUNKTE	3 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	Deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Interkulturelle Kompetenzen lassen sich taxonomisch in vier Bereiche gliedern: wissen, können, wollen und reflektieren. Neben grundlegenden Kenntnissen über die eigene Kultur und eine fremde Bezugskultur sind für den erfolgreichen Umgang mit Menschen aus anderen Kulturen auch bestimmte Haltungen, Einstellungen und Werte notwendig, die nicht gelehrt werden können, aber kogniviert werden können. Im Seminar werden der kognitive, der konative, der affektive und der reflexive Aspekt dieser Kompetenzen vorgestellt und die entsprechenden Fachbegriffe und zentralen Konzepte eingeführt. Darüber hinaus werden die persönlichen Einstellungen und Merkmale besprochen, die Voraussetzung für erfolgreiches Kommunizieren in fremden Kulturen sind. Es geht also um das Aneignen von Wissen (kognitiv), das Erwerben von Kompetenzen und die Erweiterung des eigenen Handlungsrepertoires (affektiv), die Bereitschaft zum Handeln (konativ) sowie die kritische Selbstbeobachtung in solchen Situationen (reflexiv). Damit geht dieses Seminar weit über die übliche Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten hinaus, indem es zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen soll. Die Auseinandersetzung mit anderen Kulturen und ihren Werten kann auch die eigene Enkulturation in Frage stellen und so die eigenen Werte verändern. Anhand von Beispielen aus dem Management werden typische Situationen der Zusammenarbeit in internationalen Teams oder mit Kunden/Gästen aus anderen Kulturen vorgestellt und dabei die zentralen Konzepte (mémoire collective, Kritische Interaktionssituation, Szenariomodell, konstruktivistische Modelle, usw.) vorgestellt und diskutiert. Die Studierenden entwickeln in Gruppenarbeit aus eigenen Erfahrungen in und mit anderen Kulturen selbst kritische Interaktionssituationen, die sie strukturiert präsentieren und für die sie Lösungsmöglichkeiten und Erklärungen mit Bezug auf die vermittelte Theorie erarbeiten.
Lernziele / Lernergebnisse	Am Ende des Seminars sollten die Studierenden in der Lage sein, bestimmte Fachkompetenzen und allgemeine Kompetenzen zu beherrschen oder ausgebaut zu haben. Sie sollten nach Möglichkeit auch die eigenen Haltungen gegenüber Fremden reflektiert haben und differenziertere Urteile fällen können.

	Fachkompetenzen • Die Kompetenz, theoretische Modelle und Konzepte auf reale, kritische Situationen zu beziehen und zur Lösung zu nutzen; • Methoden wie z.B. Attributionssuspension, Perspektivwechsel u.a. kennen und auch unter Druck einsetzen können. • Den Unterschied zwischen hergestellter Fremdheit (staged authenticity for tourists) und echter Fremdheit erkennen und angemessen einschätzen können; • Den vorsätzlichen Einsatz von Fremdheit als kommodifizierter Kultur und Produkt erkennen und bewerten können; • Den Einfluss von enkulturierten und akkulturierten Werten auf das Verhalten in internationalen Teams erkennen und angemessen einschätzen können; • Eine oder mehrere, selbst gewählte Kulturen differenzierter beschreiben und bewerten können; Fachübergreifende Kompetenzen • Methodenkompetenz: Studierende entwickeln die Fähigkeit zur strukturierten Aufarbeitung von Kritischen Interaktionssituationen; • Sozialkompetenz: Studierende erarbeiten im Team Konflikte und lernen sie gemeinsam zu lösen; • Selbstkompetenz: Studierende vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration von Wissen und zum Umgang mit Komplexität in Situationen, in denen ihre eigenen Werte und Selbstverständlichkeiten (Normalitätsannahmen) in Frage gestellt werden. Durch eine enge Verknüpfung der Inhalte mit der eigenen zunehmend internationalen Lebensrealität finden sie Motivation für eine Umsetzung des Gelernten im Privaten wie auch im zukünftigen beruflichen Kontext. Die Infragestellung eigener Werte durch kulturell fremde Gegenüber kann zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen.
Lehrmethoden	Methodenmix: • Vorlesung • Gastvorträge • Übungen • Gruppenarbeit • Präsentationen
Empfohlene Voraussetzungen	Anwesenheitspflicht, da diese Kompetenzen nur durch praktische Übungen und die entsprechende Reflexion erworben werden.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Überfachliche Kompetenzen, die zugleich zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen können, haben Verknüpfungen zu allen Modulen.
Literatur	• Bauer, Ulrich (2022) Interkulturalität. In: Christian Efing & Zeynep Kalkavan-Aydin (Hg): Berufs- und Fachsprache Deutsch. Ein Handbuch aus DaF- und DaZ-Perspektive. Berlin: deGruyter im Druck • Bauer, Ulrich (2020) Intercultural Competencies and Cultural Standards in International Hospitality In: Marco Gardini (ed) 2020 International Hospitality. London: Routledge S. 93-105 • Bauer, Ulrich (2018) Critical Incidents. Kritische Interaktionssituationen. in: Jörg Roche (Hg.) Kultur- und Literaturwissenschaften. [Kompendium DaF / DaZ, Band 7] Tübingen: Narr S. 90-102 • Bauer, Ulrich (2015) Interkulturell? Pauperkulturell. Fraudekulturell! Ein theoretisches Modell zur Beschreibung des Umgangs mit fremden Kulturen im Tourismus. In: Hartmann, Herle (Hg.) Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus. Berlin: Schmidt, S. 13-26

	• Bolten, Jürgen (2004) Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft. Positionen, Modelle, Perspektiven, Projekte. Sternenfels: Wiss. & Praxis • Meyer, Erin (2018) Die Culture Map. Ihr Kompass für das internationale Business. Weinheim: Wiley • Schroll-Machl, Sylvia (2013) Die Deutschen - wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht • Straub, Jürgen et al.: (Hg.) Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Stuttgart und Weimar: Metzler 2007 • Reisinger, Yvette: International Tourism - Cultures and Behavior, Oxford: Butterworth-Heinemann 2009 • Thomas, Alexander (2003) Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band. 2., Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Mit 14 Tabellen. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht • Thomas, Alexander (2011) Interkulturelle Handlungskompetenz: Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft. Gabler 2011
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftliche Projektarbeit & Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	alle

3.1.3 Methoden der digitalen Transformation

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Robert Keller
Modul-Nr., Modultitel	3.1 Grundlagen überfachliche Kompetenzen, 3.1.3 Methoden der digitalen Transformation
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Nach der erfolgreichen Teilnahme an dieser Vorlesung verstehen die Studierenden die Sprache der Digitalisierung und haben sich erste Methoden angeeignet, um fachliche Problemstellungen eigenständig zu lösen. Die Studierenden werden in die Funktionsweise einfacher, computergestützte Verfahren eingeführt und lernen den aktuellen Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung zu begegnen.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden erarbeiten sich im Kurs die grundlegenden Anwendungsszenarien digitaler Lösungen im Dienstleistungsbereich. Zudem werden Sie durch einfache Anwendungsbeispiele und IT-gestützter Tools und Programmiersprachen zu deren Lösung befähigt. Die gelernten Konzepte können von den Studierenden auch einfach auf andere Anwendungsbereiche übertragen werden. Darüber hinaus vermittelt der Kurs • Grundlegende Konzepte der Entwicklung digitaler Lösungen mit Hilfe IT-gestützter Tools und Programmiersprachen • Lösungsorientiertes, strukturiertes Vorgehen bei fachlichen Fragestellungen
Lehrmethoden	V/SU/BL
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literatur	• Agrawal, A., Gans, J. & Goldfarb A. (2018) Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence. Harvard Business Press. • Hofmeister, J. & Schneider, H. (2020) Python für Dummies. Wiley. • Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Schumann, M., Hess, T., Buxmann, P. (2017) Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer. • Pearl, J., MacKenzie, D. (2018) The book of why. Penguin Science.

	Keller, R. (2025) Analysis of Tourism Data. 1st Edition. Kempten. DOI: 10.60785/opus-2954
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner

3.2 Grundlagen Sprachen

3.2.1 Englisch I	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.1 Englisch I
Semester	1
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachsprachlicher Inhalt: • Introduction to tourism • History of tourism • Organisation and structure of tourism • Travel agents and Tour operators • Accommodation • Quality Management • Business Correspondence • Culture in tourism • Jobs in tourism / producing an international CV
Lernziele / Lernergebnisse	AIM: To build on and improve the existing language knowledge and skills and introduce students to the language of tourism and tourism related current topics At the end of the semester the student will be 1. able to understand the main ideas of specialised texts including being able to participate in discussions and giving a viewpoint on topical issues 2. able to produce basic written business correspondence relating to tourism 3. able to produce the necessary documentation for a job application 4. aware of differences in cross-cultural communication
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	Intermediate English knowledge (CEFR level B1) Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B1*/B2.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die

	Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszu- kunft angeboten. English II und III und englischsprachigen Lehrveranstaltungen u.a. Marketing, Dienstleistungsmanagement, Destination Marketing, CRM, International Tou- rism Studies
Literatur	• Strutt, P. (2013) English for International Tourism. Harlow: Pearson • Walker, R: (2009) Tourism 3. Oxford: OUP • Wyatt, R. (2005) Check your Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism • Vocabulary Workbook. London:A&C Black
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prü- fung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	keine

3.2.2 Englisch II

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.2 Englisch II
Semester	2
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Sommersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Fachsprachlicher Inhalt • Air travel • Cruises and ferries • Itineraries • Travel by road and rail • Describing statistical information • Business travel Allgemeinsprachlicher Inhalt Schwerpunkt auf schriftlicher Sprachbeherrschung
Lernziele / Lernergebnisse	AIM: To further improve existing language knowledge and skills and extend the student's language of tourism so that (s)he can interact without difficulty with native speakers and other speakers of fluent English. At the end of the semester the student will be 1. able to understand the main ideas of more complex specialised texts and interpret the subject matter without difficulty. 2. able to describe and interpret data and produce a detailed report on a specific tourism related topic. 3. able to keep up a conversation on tourism related topics and general topics currently in the news. 4. able to listen to complex reports and fully understand the content.
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	Upper Intermediate English knowledge (CEFR level B2) Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B2.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die

	Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszu- kunft angeboten. English I und III und englischsprachigen Lehrveranstaltungen u.a. Marketing, Dienstleistungsmanagement, Destination Marketing, CRM, International Tou- rism Studies
Literatur	Sekundärliteratur • Serious newspapers and journals (e.g. The Economist) • Business Grammar Builder
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

3.2.3 Englisch III

Allgemeine Angaben

Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2 Grundlagen Sprachen, 3.2.3 Englisch III
Semester	3
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Angebotsfrequenz	nur im Wintersemester
Verpflichtung	Pflichtfach

Arbeitsaufwand / Workload

Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Lehrinhalte	Fachsprachlicher Inhalt: • Definition of mass and niche tourism • Health and Medical tourism • Dark tourism • Sustainability Allgemeinsprachlicher Inhalt: • Schwerpunkt auf eigenständiger Textproduktion (essay writing) und mündlicher Sprachbeherrschung im Form einer Präsentation
Lernziele / Lernergebnisse	AIM: To extend the student's specialised vocabulary so that (s)he can put forward an argument (in essay form) on topical issues connected with tourism. Improve speaking skills so that the students can give a presentation on marketing destinations and / or tourism and the environment. At the end of the semester the student will be 1. able to understand complex opinions / arguments as expressed in serious newspapers 2. able to write an essay on the pros and cons of any subject connected with tourism 3. able to give a presentation on a relevant topic
Lehrmethoden	z. B. Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Übungen, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Gruppenarbeiten...
Empfohlene Voraussetzungen	Upper Intermediate English knowledge (CEFR level B2) Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B2.2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Englisch IV und V

Literatur	Sekundärliteratur • Serious newspapers and journals (e.g. The Economist) • Business Grammar Builder
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Written exam (70%) and an oral presentation (30%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	60 Minuten schriftlicher Teil 30 Minuten mündlicher Teil
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Zweite Fremdsprache

3.2.4 Französisch I / Spanisch I

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.4, Fremdsprache I
Semester	1
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	Französisch / spanisch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Grundsatz der Grammatik (Nomen, Adjektive, Gegenwart) Grundwortschatz allgemeiner Art (Person, Stadt, Kleidung, Verwandtschaften, Alltag, Freizeit, Interessen) Fachbezogene Inhalte: • Hotel- und Gastronomieberufe • Gastronomie: National- und Regionalküche (Speisen beschreiben und bewerten). • Restauration (Bestellungen, Bewertung von Restaurants und deren Service, Lage und Angebot). • Hotellerie: Bewertung von Hotels und deren Service, Lage und Angebot. • Stadtreisen: Lage, Kultur- und Freizeitangebote einer Stadt. • Landeskundliche Texte. • Erstellung kurzer, einfacher E-mails, Berichte und Blogseinträge. • Ausfüllen einfacher Formulare: Anmeldungen, Kundeninformationen. Mündliche Kompetenzen: ganz kurze, einfache Präsentationen zu vertrauten Themen (z.B. über ihre Person, Familie, Präferenzen)
Lernziele / Lernergebnisse	Der/ die Studierende erreicht ein Sprachniveau, wodurch er/sie in der Lage ist, vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, fachspezifische Ausdrücke und Situationen im Tourismus zu bewältigen, sich und andere vorzustellen, anderen Leuten Fragen zu ihrer Person zu stellen und auf Fragen dieser Art Antwort zu geben. Darüber hinaus können sich die Studierenden auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Lehrmethoden	seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit, blended learning und inverted classroom

Empfohlene Voraussetzungen	Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Französisch II und III / Spanisch II und III
Literatur	Pflichtliteratur Französisch Voyages 1 neu A1, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 Pflichtliteratur Spanisch - Estudiantes. ELE A1 Spanisch für Studierende / Kurs- und Übungsbuch, ISBN 978-3-12-515074-4 Sekundärliteratur Spanisch - Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. - Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

3.2.5 Französisch II / Spanisch II

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.5, Fremdsprache II
Semester	2
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	französisch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Grundsätze der Grammatik (Reflexive Verben, Vergangenheit, Komparativ, die Verlaufsform, die nahe Zukunft, Objektpronomen, lokale Präpositionen) Grundwortschatz allgemeiner Art (Reise, Stadtviertel, Beschreibungen) Fachspezifische Themen und Inhalte: • Hotelzimmer und Hotelbereiche • Reisen reservieren • Transportmitteln (Am Flughafen) • Eine Stadttour organisieren und präsentieren. • Landeskundliche Texte • Erstellung kurzer einfacher persönlicher E-Mails und Anfragen. • Verfassung einfacher Berichte, Blogseinträge und Beschreibungen
Lernziele / Lernergebnisse	Der/ die Studierende erreicht ein Sprachniveau, wodurch er/sie in der Lage ist, häufig gebrauchte Ausdrücke und einfache Sätze in touristischen Kontexten zu verstehen (z. B. Begrüßung und Verabschiedung von Gästen, Auskünfte zu Unterkünften, Sehenswürdigkeiten und Transportmitteln). sich in einfachen, routinemäßigen Situationen des touristischen Umfelds verständlich zu machen und mit einfachen sprachlichen Mitteln ihre Herkunft, Ausbildung, Arbeitsumgebung sowie grundlegende touristische Dienstleistungen und Kundenbedürfnisse zu beschreiben.. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe A2.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Lehrmethoden	seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit, blended learning und inverted classroom
Empfohlene Voraussetzungen	Französisch I / Spanisch I Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Französisch III / Spanisch III

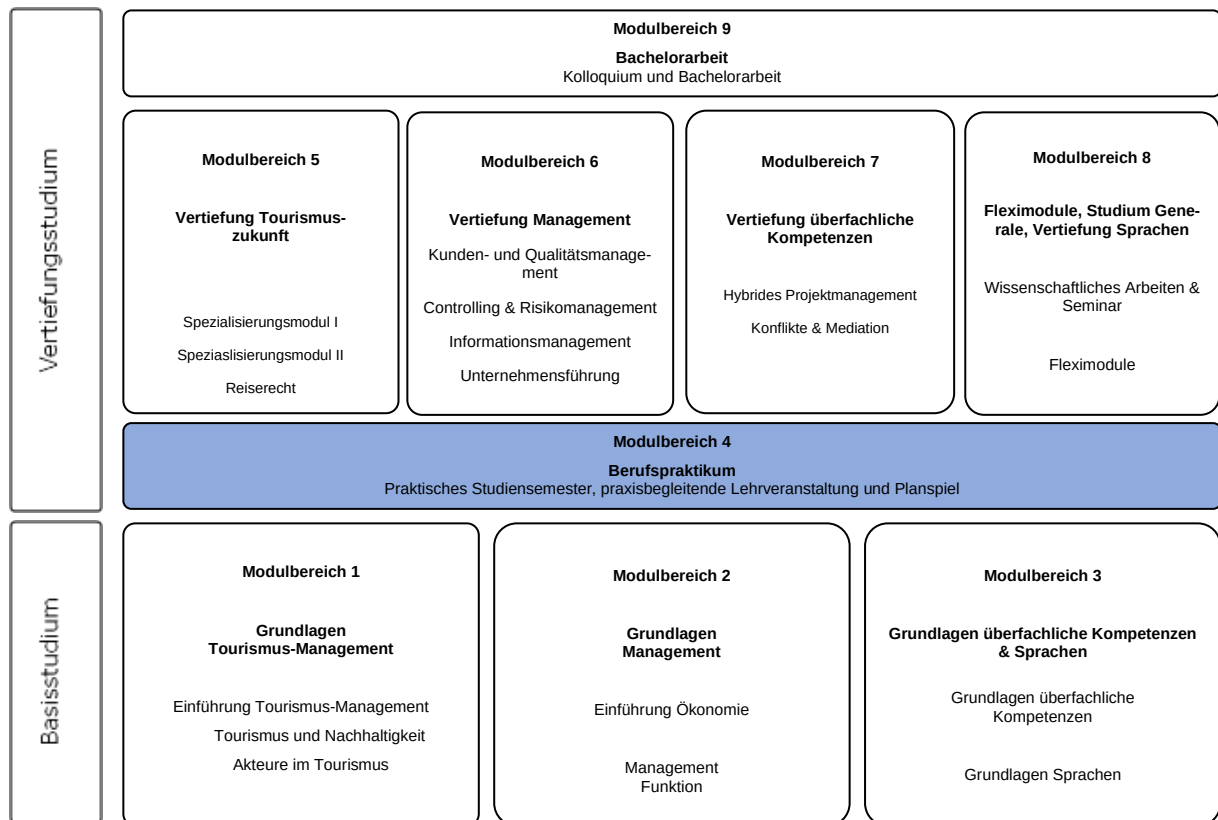
Literatur	Pflichtliteratur Französisch - Voyages 1 neu A1, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 Pflichtliteratur Spanisch - Estudiantes. ELE A1 Spanisch für Studierende / Kurs- und Übungsbuch, ISBN 978-3-12- 515074-4 Sekundärliteratur Spanisch - Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. - Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

3.2.6 Französisch III Spanisch III

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel	3.2.6, Fremdsprache III
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Sem. Unterricht
Semester	3
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	französisch
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Grundsätze der Grammatik (Verben der Vergangenheit, Futur, Superlativ, Imperativ, Objektpronomen) Grundwortschatz allgemeiner Art (Wohnungen, Möbel, die Gesundheit, Ernährungsgewohnheiten, das Wetter, Pläne) Fachspezifische Themen und Inhalte • Unterkunftsformen: klassischen Hotels, Ferienwohnungen bis hin zu alternativen Unterkunftsformen. • Hotelzimmern, Kategorien und Einrichtungen • Reiseutensilien: Gegenstände des Reisealltags • Arten von Reisenden: Bedürfnisse und Erwartungen • Reisearten: Merkmale und Zielsetzung • Geschichte des Tourismus in Frankreich/Spanien. • Reisen früher und heute. • Einen Eintrag für einen Reiseblog verfassen. • Kulturtourismus
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden können über persönliche Erlebnisse, Eindrücke und Alltagsroutinen während vergangener Reisen oder Aufenthalte in vertrauten Regionen berichten. Sie sind in der Lage, ihre Meinungen zu touristisch relevanten Themen wie Kultur, Sehenswürdigkeiten und Reiseerfahrungen auszudrücken sowie Wünsche in Bezug auf zukünftige Reiseziele zu formulieren. Darüber hinaus verfügen sie über eine erhöhte interkulturelle Sensibilität und erwerben grundlegende sprachliche Kompetenzen für berufliche Situationen im Tourismus sowie landeskundliches Wissen über verschiedene Reiseländer. Nach Beendigung dieser Veranstaltung sind die Studierenden für einen Auslandsaufenthalt vorbereitet. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe A2.2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Arbeitsaufträge, Partnerarbeit, Teamarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen

	Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation. Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, blended learning und inverted classroom
Empfohlene Voraussetzungen	Französisch II / Spanisch II Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Basisstudiums der Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, auf denen alle Schwerpunkte im Vertiefungsstudium aufbauen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Französisch IV
Literatur	Pflichtliteratur Französisch - Voyages 2 neu A2, Klett Verlag, ISBN 978-3-12-529412-7 Pflichtliteratur Spanisch - ESTUDIANTES ELE A2 Klett Verlag ISBN-10: 3125150795 Sekundärliteratur Französisch - Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 - Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4 Sekundärliteratur Spanisch - Turismo 1. Curso de español para profesionales. A1-A2, SGEL. - Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Broschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

4 Modulbereich 4: Praktisches Studiensemester



Ziel des Modulbereichs

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

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

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Reißner

4.1 Pflichtpraktikum

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

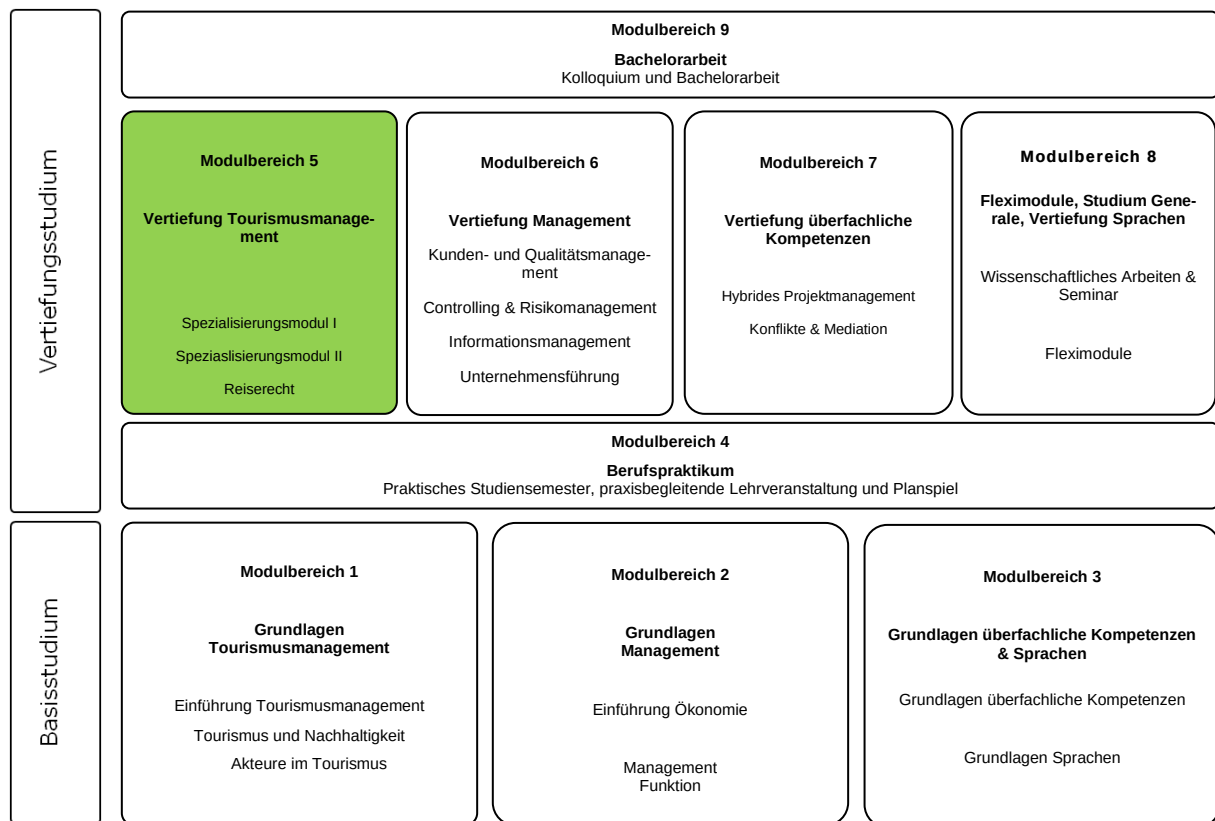
4.2 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung

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

4.3 Planspiel

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	4.3, Planspiel
Semester	4
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Projektarbeit
Leistungspunkte / Credits	1 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	1
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	11,25 Zeitstunden
Selbststudium	18,75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Teilnehmer werden in Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe trägt die wirtschaftliche Verantwortung für einen Freizeitpark. Von hoher Relevanz sind die Optimierung von Kommunikation und Prozessmanagement und die Auswahl zielorientierter und effizienter Maßnahmen. Die Studierenden übernehmen bestimmte Rollen, z.B. Parkmanager oder Technical Support. Es werden mehrere Jahre simuliert und die Ergebnisse der Gruppen gemeinsam besprochen und reflektiert.
Lernziele / Lernergebnisse	Planspiele gehören in der betriebswirtschaftlichen Ausbildung zu den wichtigsten Methoden zur Vermittlung von Handlungswissen. Sie haben als Simulationsspiele Modellcharakter und eignen sich daher besonders gut, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge einfach und transparent darzustellen. Zudem können im vorherigen Studienverlauf erworbene Kompetenzen zur Anwendung gebracht werden. Darüber hinaus werden folgende Ergebnisse erzielt: • Praxisbezug; bereits erworbenen Wissens wird angewendet • komplexe Zusammenhänge werden aufgezeigt und verstanden • es erfolgt eine "gefahrlose" Erprobung von Wissen und Fähigkeiten • sachbezogene Interessen werden geweckt oder weiter verstärkt • die Notwendigkeit von Transparenz in Entscheidungsprozessen wird aufgezeigt • Entwicklung von Handlungsstrategien wird ermöglicht und die Fähigkeit zum Taktieren und Kooperieren ausgebaut • Erhöhung der Fähigkeit zur Kommunikation und Teamarbeit
Lehrmethoden	Planspielsimulation mit gemeinsamer Reflektion
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzung für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismus Zukunft angeboten. u.a. 6.4. Unternehmensführung, 6.2 Controlling & Risikomanagement
Literatur	keine
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform aktive Teilnahme zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert. Anwesenheitspflichtig.

Modulbereich 5: Vertiefung Tourismusmanagement



Ziel des Modulbereichs

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

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

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

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Sabine Weizenegger

Prof. Dr. Nico Stengel

Prof. Dr. Marco Gardini

Prof. Dr. Axel Schulz

5.1 / 5.2 Spezialisierungsmodule

Destinationsmanagement, regionale Tourismuswirtschaft

Strategische Entwicklung und Management von Destinationen inkl. Planspiel

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Sabine Weizenegger
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmanagement, Regionale Tourismuswirtschaft
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminaris. Unterricht
Leistungspunkte / Credits	8 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	6
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	67,5 Zeitstunden
Selbststudium	172,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fallstudie Tourismuskonzept: In der Lehrveranstaltung erstellen die Studierenden anhand einer realen Aufgabenstellung aus dem Destinationsbereich ein Projekt eigenständig. Dazu recherchieren und analysieren sie im Team, befragen Experten, erarbeiten Lösungen und erstellen Präsentationen. Je nach Projekt kann es notwendig sein, dass die Fallstudie durch einen mehrtägigen Aufenthalt vor Ort ergänzt wird. Berücksichtigt werden u.a. die Themenbereiche: • Marktforschung • Strategische Entwicklung / Vision / Ziele / Positionierung / Strategien • Zielgruppen / Marktareale / Strategische Geschäftsfelder / Produktlinien • Projekte und Maßnahmen • Förderprogramme Planspiel Destination: Zudem beinhaltet das Modul ein Destinations-Management Planspiel. Ziel des Planspiels ist das Erkennen der Komplexität des touristischen Produkts Destination und der Probleme beim Zusammenwirken der unterschiedlichen Interessensgruppen. Das Planspiel behandelt das Thema einer Destination, die über verschiedene wirtschaftliche und soziale Werkzeuge zum Erfolg geführt werden soll. Die Studierenden diskutieren nach jeder Entscheidungsrunde, ob und inwieweit Ihre Maßnahmen erfolgreich waren. Das Planspiel findet als Blockveranstaltung im Laufe des Semesters statt.
Lernziele / Lernergebnisse	• Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig und im Team Ideen für ein Tourismuskonzept zu entwickeln. • Sie erkennen Zusammenhänge und Abhängigkeiten innerhalb einer Destination. • Sie können Kennzahlen evaluieren und beurteilen. • Sie haben Wissen aus den Themenkreisen Destinationsmanagement, Strategieentwicklung, Partizipation, Mensch und Umwelt sowie Kommunikation erarbeitet bzw. durch eigene Recherchen und die Arbeiten am praktischen Beispiel vertieft.
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudiums: 1.1, 1.2, und 1.3 muss im Erstversuch angetreten worden sein

Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit, Gruppenarbeit, Präsentationen, Planspiel
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismusmanagement angeboten.
Literatur	• Thomas Bieger und Pietro Beritelli (2013): Management von Destinationen • LEADER European Observatory (o.J.): Situationsanalyse des Tourismuspotenzials einer Region • Touristische Marktforschungsstudien • Homepages verschiedener Tourismusorganisationen • Internetrecherche zu verschiedenen Themen • TOPSIM – Destinationsmanagement: Handbuch (Zur optimalen Vorbereitung des Destinations-Management Planspiels ist es empfehlenswert, alle Kapitel des Handbuchs intensiv zu studieren).
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftliche Prüfung und studentische Erarbeitung eines Projektberichts mit Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung ist die Teilnahme am Planspiel Destinationsmanagement.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten

Destination Marketing

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Sabine Weizenegger
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmarketing
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	The scope of activities of destination management organisations (DMO) has changed over the years, from a focus on marketing to newer approaches such as destination responsibility. The module discusses challenges that destinations are facing in their attempts to promote the destination offering and to differentiate it from that of competitors. Doing this, the objectives of sustainable development will always be kept in mind. Case studies are used to highlight different approaches of DMOs. The module assessment involves a coursework, which students are expected to research and write. A successful report will require market research and analysis of secondary data sources, as well as a capability to apply the techniques introduced during the course to a campaign of a tourism destination.
Lernziele / Lernergebnisse	This module studies and exercises the application of techniques to destination marketing and management, which is increasingly vital for destinations in a competitive marketplace. The module explores approaches to destination marketing, destination management and destination responsibility from different perspectives. This module is designed to provide students a competence in destination management and marketing so that they are able to make strategy recommendations for the creation of offers and the promotion of tourism in different types of destinations as well as plan and carry out a campaign plan for a destination. On successful completion of this module, the students will be able to: • Understand the concepts and characteristics of NTOs/DMOs and some key dimensions to destination marketing and management • Understand the marketing roles of DMOs and the complexity of their processes, including stakeholder involvement • Recognize the importance of cooperation with various stakeholders as well as the need for refinancing (marketing) activities • Evaluate the appropriateness of various promotional tools • Apply appropriate techniques and tactics, for example digital marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudiums: 1.1, 1.2, 1.3, 2.2.1
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Dieses Modul ist ein Teil des Spezialisierungsmoduls „Destinationsmanagement“
Literatur	• Pike, S. (2021): Destination Marketing – Essentials, Routledge • Morrison, A. (2013): Marketing and Managing Tourism Destinations, Routledge
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftl. Projektarbeit inkl. Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Aktuelle Probleme von Destinationen

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Sabine Weizenegger
Modul-Nr., Modultitel	5.1.1, 5.2.1 Destinationsmanagement, Regionale Tourismuswirtschaft
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminar
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Destinationen sehen sich vielfältigen Problemen und Herausforderungen gegenüber. Dazu gehören die Folgen des Klimawandels, der gesellschaftliche Wandel mit sich veränderndem Reiseverhalten, Situationen von Overcrowding und Overtourism. Es ist mit der sich rasant entwickelnden Digitalisierung umzugehen, ressourcenschonende Mobilität zu organisieren und dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken. Mit zunehmender Attraktivität einer Destination entstehen Herausforderungen einerseits hinsichtlich der Tourismusakzeptanz der Einheimischen und andererseits hinsichtlich des Erhalts der Attraktivität der Destinationen für die Nachfrage. Die Frage ist, wie ein erfolgreiches Destinationsmanagement auf der Grundlage von politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zielen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gelingt. In der Veranstaltung werden die aktuellen Problembereiche und Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt. Dazu gehören beispielsweise Ansätze wie die Balance von Lebens- und Destinationsraum, Strategien zur Anpassung an den Klimawandel und zum Schutz des ökologischen Systems, Herangehensweisen bei der Gestaltung der Destination als komplexes Ganzes, Partizipation der Bevölkerung, Techniken des Besuchermanagements sowie die Arbeit in Kooperationen und Netzwerken. Grundlage für weitergehende Diskussionen sind die Recherche und Präsentationen der Studierenden.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden erkennen Zusammenhänge und Abhängigkeiten innerhalb einer Destination sowie externe Faktoren, welche auf die Destinationen wirken. Damit sind ihnen die aktuellen Herausforderungen und Probleme von Destinationen sowie gängige Lösungsansätze bekannt. Darüber hinaus befähigt die Veranstaltung die Studierenden, ihre Diskussions- und Problemlösungsfähigkeit zu verbessern. Sie unterstützt damit einen wesentlichen Bestandteil der beruflichen Qualifikation von Akademikern auf der Ebene verantwortlicher Entscheidungsträger, nämlich Fachwissen vor Publikum überzeugend vorzutragen und Erkenntnisse zu verteidigen.
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen des Basisstudium: 1.1, 1.2 und 1.3
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. • Tourismus und Nachhaltigkeit (Modul-Nr. 1.2)

	• Ausgewählte Facetten des Nachhaltigkeitsmanagements (Modul-Nr. 5.1.1/5.2.1 (a)) • Marktorientierte Tourismusstrategien & -leistungen im Angesicht des Klimawandels (Modul-Nr. 5.1.1/5.2.1 (b))
Literatur	Je nach aktuellen Themen
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation und Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

Internationales Hospitality Management

Internationales Hospitality Management

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	5.1.2, 5.2.2 Hospitality Management
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Veranstaltung vermittelt ein Grundverständnis für die Besonderheiten, Möglichkeiten und Grenzen internationaler Unternehmenstätigkeit im globalen Wettbewerbsumfeld der Hotellerie und Gastronomie. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: • Orientierungsrahmen des internationalen Hospitality Management • Strategie und Internationales Hospitality Management • Ausgewählte Gestaltungsbereiche internationaler Unternehmenstätigkeit in der Hospitality Industrie
Lernziele / Lernergebnisse	Die Veranstaltung befähigt die Studierenden die grundlegenden Besonderheiten und Strukturen der internationalen Hotellerie einordnen zu können und die Kernprobleme und Anforderungen des internationalen Managements von Hotelunternehmen zu verstehen. Diese Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, mit den im internationalen Umfeld verbundenen interkulturellen Adaptionsleistungen, auf der Ebene der Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz im hotelspezifischen Berufskontext besser umgehen zu können. Im Anschluss an die Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein • ... den globalen Orientierungsrahmen und das globale Marktumfeld international operierender Hotelunternehmen zu verstehen • ... die strategischen Chancen und Risiken des „Going und Being International“ von Hotelunternehmen zu analysieren und zu verstehen • ... die wesentlichen Determinanten und Einflussfaktoren der Organisationsgestaltung internationaler Hotelunternehmen zu verstehen • ... die wesentlichen Herausforderungen des Managements ausgewählter Wertschöpfungsfunktionen internationaler Hotelunternehmen zu verstehen
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	<u>Pflichtliteratur:</u> • Gardini, M.A., Ottenbacher, M., Schuckert, M.: The Routledge Companion to International Hospitality Management: Routledge, London/New York 2021. • Gardini, M.A., Dahlhoff, H.D.: Management Internationaler Dienstleistungen, Wiesbaden 2004. <u>Sekundärliteratur:</u> • Frehse, J.: Strategische Globalisierungspfade von Hotelketten: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt 2009, S.235-252. • Gardini, M.A.: Zur Kontextualisierung der Unternehmenskultur als Führungsgröße international operierender Hotelunternehmen: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, Vol.10, H.2, 2018, S.185-210. • Hill, C.W.L., Hult, G.T.M.: International Business: Competing in the Global Marketplace, 11th ed., New York 2016. • Katz, J.H., Withiam, G.: The International Hospitality Industry: Overcoming the Barriers to Growth, in: Cornell Hospitality Proceedings Vol. 4 No.3, May 2012. • Holtbrügge, D., Welge, M.: Internationales Management, 6. Aufl. München 2015. • Silz, M.: Multiplikation von Dienstleistungskonzepten: Internationalisierung am Beispiel des Restaurantunternehmens Vapiano AG, in: Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2009, S.253-266.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftliche Prüfung und Gruppenarbeit (20%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 120 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Hospitality Leadership & Marketing

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	5.1.2, 5.2.2 Hospitality Management
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden die grundlegenden strategischen und operativen Gestaltungskomplexe des Marketing-Managements in Hotellerie, mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen der Branche zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: • Marketing heute: Marketing als Managementaufgabe im touristischen Umfeld • Was Kunden wollen: Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Marketing in der Hotellerie und Gastronomie • Strategie statt Taktik: Die Suche nach Wettbewerbsvorteilen • Spezialthemen des Marketing Management in der Hotellerie und Gastronomie
Lernziele / Lernergebnisse	Die Veranstaltung erweitert das Marketingverständnis der Studierenden in Bezug auf die zur Schaffung und Sicherung von Wettbewerbsvorteilen in der Hotellerie notwendigen Grundlagen, Instrumente und Themenfelder der Marketingstrategie und der notwendigen operativen Umsetzung. Diese Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, sich mit spezifischen Aufgabenstellungen aus dem Marketing- und Vertriebsmanagement von Individual- oder Kettenhotellerie im Unternehmensalltag von Hotelunternehmen in zielführender Weise auseinandersetzen zu können. Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden auch in der Lage sein • ...das Primat des Marketings für eine erfolgreiche Führung von Tourismusunternehmen zu erkennen • ...Markt- und Kundenkenntnisse als zentralen Erfolgsfaktor eines professionellen Marketingansatzes zu begreifen • ...die strategische Dimension und die damit verbundenen Entscheidungskomplexe des strategischen Marketing-Management in der Hotellerie und Gastronomie zu verstehen • ...Spezial- bzw. Querschnittsthemen des Hotel- und Gastronomiemarketing in Ihrer Bedeutung für den Erfolg eines Hotelbzw. Gastronomieunternehmens verstehen und einordnen zu können.
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten.

	Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	<u>Pflichtliteratur:</u> • Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie, 4. Aufl., München 2022 • Gardini, M.A.: Leadership im Marketing, Berlin 2021. • Gardini, M.A.: Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte – Fallstudien - Best Practices, ESV-Verlag, Berlin 2017. <u>Sekundärliteratur:</u> • Freyberg, B./Gruner, A./Lang, M.: Erfolgreich in der Privathotellerie, Matthaes Verlag 2012 • Gardini, M.A.: Mit der Marke zum Erfolg: Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes Verlag 2011. • Gardini, M.A.: Handbuch Hospitality Management, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main 2009 • Kotler, P., et al.: Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice Hall, 7th ed. Cambridge 2017.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftlich Prüfung und Projektarbeit (30%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbuch (Gardini) Marketing-Management in der Hotellerie

Hospitality Projekt

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

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

Verkehrsmanagement

Management von Verkehrsträgern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Axel Schulz
Modul-Nr., Modultitel	5.1.3 / 5.2.3 Verkehrsträger
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar/ Übung/ Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	10 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	6
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	67,5 Zeitstunden
Selbststudium	232,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die wichtigsten Verkehrsträger zu vermitteln. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: Vermittlung von weitergehenden Kenntnissen der im Rahmen der Unternehmensführung anfallenden Aufgaben bei Verkehrsträgern (Fluggesellschaften, Busunternehmen, Bahnen, Reedereien, Flughäfen u.w.) auf der Basis eines modernen Marketings. Überblick über alle Management-Aufgaben, die ein international tätiger Verkehrsträger zu lösen hat. Schulung des Urteilsvermögens für die Auswirkungen touristischer Planungen auf die ökologische, soziale und politische Umwelt. Die Studierenden erarbeiten anhand von Fallbeispielen, Übungsaufgaben und eigener Recherche selbstständig vorgegebene Themenstellungen aus dem Bereich Verkehrsträgermanagement.
Lernziele / Lernergebnisse	Diese Veranstaltung vermittelt die methodischen Grundlagen der einzel- und gesamtwirtschaftlichen Aspekte für die unterschiedlichen Verkehrsbetriebe im Tourismus. Dabei wird vor allem eine Übersicht über die Verkehrsträger sowie eine Erläuterung in die verschiedenen Teilgebiete gegeben. Des Weiteren werden die Besonderheiten einer spezifischen tourismuswirtschaftlichen Betrachtung von Verkehrsbetrieben herausgearbeitet. Zudem werden Kenntnisse der Bedeutung der Verkehrsträger im Tourismus vermittelt, wobei ein Überblick des Managements, der Ausrichtung und der wesentlichen Instrumente der Verkehrsträger im Tourismus gegeben werden.
Lehrmethoden	Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar, Seminaristischer Unterricht, Vorträgen und Blended Learning
Empfohlene Voraussetzungen	allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen LV	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Teil des Spezialisierungsmoduls
Literatur	▪ Schulz A., u.a., Grundlagen des Tourismus, 3. Aufl. Berlin 2019 ▪ Schulz A., Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 ▪ Schulz A., Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 ▪ Schulz A., Flughafen Management, München 2010

	▪ Conrady, R., Fichert F., Sterzenbach, R., Luftverkehr, 6. Aufl., München 2019
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Schriftliche Prüfung und Gruppenarbeit zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Lehrbuch "Verkehrsträger im Tourismus" und eigene Aufzeichnungen

Strategien & Konzepte ausgewählter Verkehrsträger

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Axel Schulz
Modul-Nr., Modultitel	5.1.3 / 5.2.3 Verkehrsträger
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht und Übungen
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Selbständige, schriftliche Bearbeitung ausgewählter Strategien & Konzepte einzelner Verkehrsträger aus allen Bereichen des Verkehrsträger-Managements.
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollen nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, den Bereich der Verkehrsträger zu analysieren, beurteilen und zielgerichtet eigene Konzepte entwickeln zu können. Insbesondere sollen die Studierenden eine vertiefte Kenntnis der aktuellen starken Veränderungen im Bereich Verkehr & Mobilität erwerben und dabei sich den Veränderungen offensiv stellen können. Die Studierenden sollen die Geschäftsmodelle der verschiedenen Verkehrsträger (Flug, Schiff, Bahn und Strasse) in die Zukunft führen können.
Lehrmethoden	Selbständige, schriftliche Bearbeitung aktueller Themen aus gewählten Bereichen im Bereich des Verkehrsträgers (Flug, Schiff, Bahn und Strasse) durch die Teilnehmer. Die Veranstaltung ist eine Mischung aus Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Fallstudienseminar und Blending Learning.
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen LV	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Teil des Spezialisierungsmoduls
Literatur	▪ Schulz A., u.a., Grundlagen des Tourismus, 3. Aufl. Berlin 2019 ▪ Schulz A., Verkehrsträger im Tourismus, München 2009 ▪ Schulz A., Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München 2010 ▪ Schulz A., Flughafen Management, München 2010 ▪ Conrady, R., Fichert F., Sterzenbach, R., Luftverkehr, 6. Aufl., München 2019
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Reiseveranstaltung und Reisevertrieb

Management und Marketing von Reiseveranstaltern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung setzt sich vertieft mit Fragen des strategischen und operativen Managements von Reiseveranstaltern sowie dem Management spezieller Aspekte bzw. Erscheinungsformen von Reiseveranstaltern auseinander. Weiterer Schwerpunkt ist das Marketing der Reiseveranstalter in der strategischen Analyse und der operativen Umsetzung. Strategisches Management beim Reiseveranstalter • Grundlagen des Managements bei Reiseveranstaltern • Umfeldanalyse, Rahmenbedingungen, Marktsituation und Marktdynamik bei Reiseveranstaltern • Geschäftsmodelle • Strategisches Marketing von Reiseveranstaltern (Analyse, Marktforschung, Konzeption, taktisches Marketing, Realisierung und Kontrolle) • Marktsegmentierung und Produktentwicklung • Arbeitsweise der Spezialreiseveranstalter • Trends im Veranstaltermarkt Spezielle Aspekte bei Reiseveranstaltern: • Besonderheiten kleiner und mittelgroßer Reiseveranstalter sowie Großveranstalter und integrierter Reiseveranstalter • Preisbildung und Ertragsmanagement • Cash-Management und Währungsmanagement • Krisenmanagement Operatives Management beim Reiseveranstalter • Besonderheiten von Studienreisen, Gruppen- und Rundreisen • Produktionsfaktoren des Reisens im Zielgebiet • Produktentwicklung, Kapazitätsplanung, Kalkulation, Angebotsdarstellung • Reiseleitung, Gästeführung und Reisedurchführung
Lernziele / Lernergebnisse	Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden dazu, die Reiseveranstalterbranche sowie deren spezialisierte Unternehmen und Geschäftskonzepte zu kennen, um durch die Aneignung strategischen Denkens später selbst dort agieren oder ein eigenes Reiseveranstalterunternehmen aufbauen zu können. Neben diesen eher strategischen Ansätzen sind die Studierenden zudem mit operativen Aspekten der Planung und Durchführung von Veranstalterreisen vertraut.
Lehrmethoden	Seminaristische Vorlesung

Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen 1.1, 1.2 und 1.3 des Basisstudiums (müssen im Erstversuch angetreten worden sein)
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	• Bastian, H.; Born, K. (Hg.): Der integrierte Touristikonzern, Oldenbourg 2004 • Dörnberg, A.; Freyer, W.; Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, DeGruyter/Oldenbourg 2018 • Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, UTB 2018, 2. Aufl. • Mundt, J.W. (Hg.): Reiseveranstaltung, Oldenbourg 2011, 7. Aufl. • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyter/Oldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 • Voigt, P.: Internationales Reiseveranstaltungsmanagement, Oldenbourg 2012 • Zeitschrift: "Fremdenverkehrswirtschaft" (FVW), Hamburg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Management von Reisemittlern

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht und Übungen
Leistungspunkte / Credits	6 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	135 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung gibt einen breiten Überblick über den Reisevertrieb und seine Strukturen sowie die Reisemittler im Tourismus. Dabei werden stationäre und Online-Reisemittler genauso thematisiert, wie bspw. TV-Reisender, mobile Verkäufer und Reisezentren. Das Seminar vermittelt weiterhin theoretische Grundlagen und vertieftes Wissen zum Management der Reisemittler und stellt diese vertieft für die stationären Reisebüros und die Online-Reisebüros (OTA) dar.

	• Strategisches Reisevertriebsmanagement • Marktstrukturen und Veränderungen im Reisevertrieb • Management der online, stationären und mobilen Vertriebskanäle • Vertriebssteuerung und Incentivierung • Management der Online-Reisebüros (OTA) • Spezifisches Management von Reisebüros • Besonderheiten des Managements im mobilen Vertrieb • Digitalisierung, Vertriebstechnologien und Ansätze der Künstlichen Intelligenz (AI) im Reisevertrieb • Aktuelle Herausforderungen wie Fachkräftmangel, Konvergenz der Vertriebskanäle, Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden sollen nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, die Vertriebskanäle der Touristik beschreiben, beurteilen und zielgerichtet einsetzen zu können. Insbesondere sollen die Studierenden eine vertiefte Kenntnis der aktuellen starken Veränderungen im Bereich Reisevertrieb erwerben und dabei sich den Veränderungen offensiv stellen können. Die Studierenden sollen die Geschäftsmodelle der verschiedenen Reisemittler – online, stationär und mobil – in die Zukunft führen können.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen und Fallbeispielen
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen 1.1, 1.2 und 1.3 des Basisstudiums (müssen im Erstversuch angetreten worden sein)
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	• Dörnberg, A.; Freyer, W.; Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, DeGruyter/Oldenbourg 2018 • Freyer, W.; Pompl, W.: Reisebüro-Management, Oldenbourg, 2008, 2. Aufl. • Mundt, J.W. (Hg.): Reiseveranstaltung, Oldenbourg 2011, 7. Aufl. • Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus, DeGruyterOldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2021 • Weithöner et al. (Hg.): Digitaler Tourismus, DeGruyterOldenbourg, 3. Aufl., Berlin 2022 • Zeitschrift: "Fremdenverkehrswirtschaft" (FVW), Hamburg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine Einschränkung

Spezielle Reiseveranstaltung

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	5.1.4, 5.2.4 Reiseveranstaltung und Reisevertrieb
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS

Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes 2. Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	97,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung setzt sich mit spezifischen Aspekten der Reiseveranstaltung und des Reisevertriebs auseinander. Mögliche Themen können hierbei sein: • Digitalisierung, künstliche Intelligenz und IT bei Reiseveranstaltern und im Reisevertrieb • Nischenmärkte und Long Tail bei Reiseveranstaltern • Quellmarkt- und Zielgebietsanalysen • Spezielle Aspekte des strategischen und operativen Marketings • Herausforderungen des Reisevertriebs Dabei wird in der Regel ein Schwerpunktthema für ein Semester ausgewählt. Ziel ist die vertiefte, kritische Auseinandersetzung mit einem Schwerpunktthema nach wissenschaftlichen Maßstäben und die Erarbeitung einer eigenständigen Lösung für eine Problemstellung des jeweiligen Themas. • Die Auseinandersetzung trägt dabei Projektcharakter und besteht als Gruppenarbeit aus einer thematischen Einführung, Zwischenberichten und einer Abschlusspräsentation mit Projektbericht.
Lernziele / Lernergebnisse	Im Fokus steht die Auseinandersetzung mit angewandten Problemen aus dem Bereich Reiseveranstaltung und Reisevertrieb. Die Studierenden lernen, sich in ein Thema einzuarbeiten, sich als Arbeitsgruppe zu organisieren und gemeinsam eine Projektarbeit durchzuführen und eine themenbezogene Lösung erarbeiten, zu präsentieren und schriftlich zusammenzufassen.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektarbeit, Blended Learning
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen 1.1, 1.2 und 1.3 des Basisstudiums (müssen im Erstversuch angetreten worden sein)
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement angeboten. Ergänzung zu den übrigen Fächern des Spezialisierungsmoduls.
Literatur	unterschiedlich je nach Thema
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

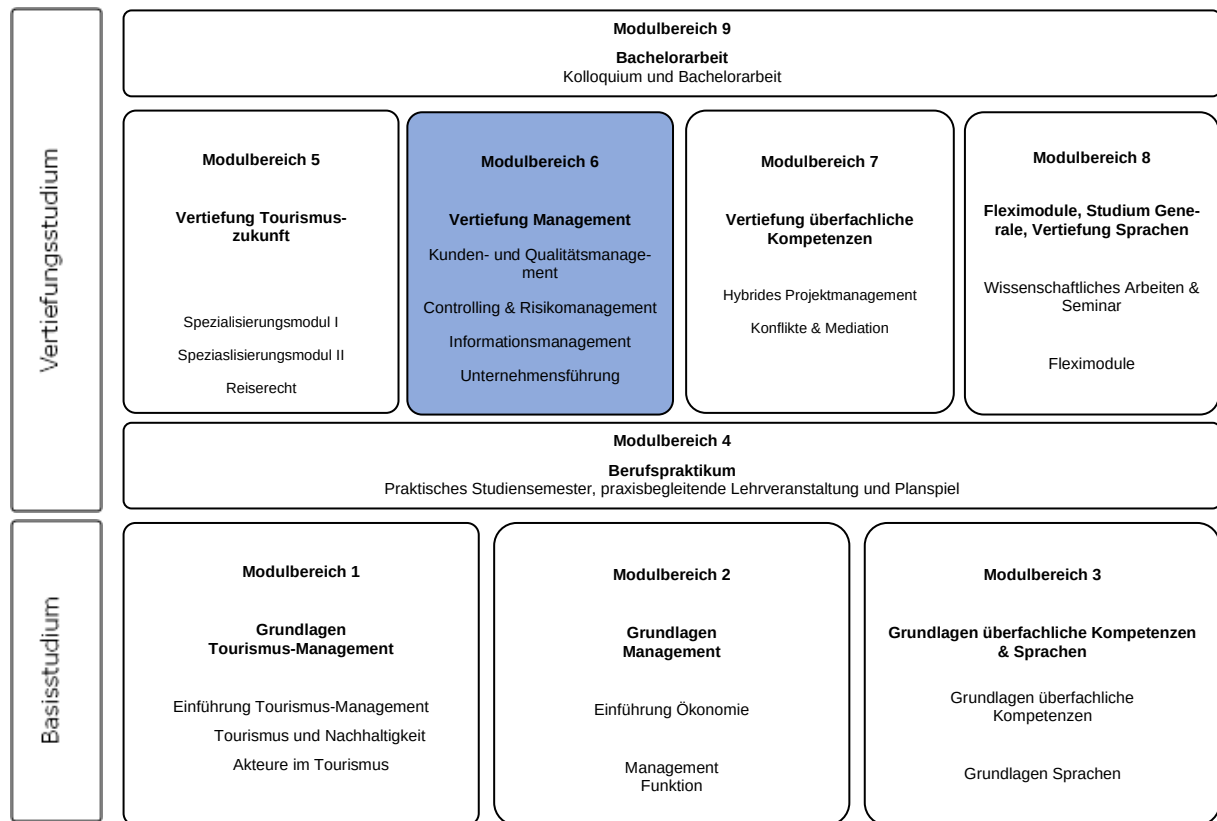
International Tourism Studies

Das Spezialisierungsmodul „International Tourism Studies“ kann ausschließlich im Ausland absolviert werden. Über die Anrechnung entscheidet die Prüfungskommission.

5.3 Reiserecht

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

Modulbereich 6: Vertiefung Management



Ziel des Modulbereichs

Customer and Quality Management (Kunden- und Qualitätsmanagement)

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

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

Controlling & Risikomanagement

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

Informationsmanagement

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

Unternehmensführung

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

Modulverantwortlich

Prof. Brysch

Prof. Dr. Mayer

Prof. Dr. Keller

Prof. Dr. Reißner

6.1 Customer and Quality Management (Kunden- und Qualitätsmanagement)

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Armin Brysch
Modul-Nr., Modultitel	6.1, Customer and Quality Management
Semester	5
Moduldauer	One semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Lecture/seminar
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	English
Häufigkeit des Angebots	Every semester
Verpflichtung	mandatory
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 hours
Selbststudium	105 hours
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	The module offers students an overview of customer and quality management, blending theoretical concepts with practical applications. 1. Introduction to Quality Management for Services This section introduces the fundamentals of quality management, emphasising its role in driving customer satisfaction and business success in service industries. 2. Service Quality Determinants and Dimensions Students will explore the various factors that determine service quality, such as reliability, responsiveness, and empathy. The focus will be on how it impacts customer perceptions and satisfaction. 3. Conceptual Basis for Quality Management This section covers the core concepts of quality management, including Total Quality Management (TQM). Students will examine the theoretical foundations of QM and the role it plays in improving service performance. 4. Analysis and Measurement of Service Quality Students will learn how to analyse and measure service quality using various models. 5. Quality Management Systems Students will explore quality management systems such as ISO standards and the critical role of leadership, process control, and employee involvement in maintaining service quality. 6. Fundamentals of Service Excellence Students will learn strategies for exceeding customer expectations and ensuring high-quality service delivery. 7. Customer Management (CM) This section covers the core concepts of customer management, including customer lifecycle stages. 8. Customer Orientation

	The course shifts focus to customer management strategies, emphasizing customer orientation and building strong relationships to enhance customer satisfaction and loyalty. 9. Customer Experience This section covers how emotional connections, touchpoints, and digital tools impact overall customer experience. The session will cover the importance of customer experience management (CEM). 10. Customer Satisfaction and Loyalty This section addresses customer loyalty programs, retention strategies, and the economic impact of customer retention versus acquisition. Students will analyse methods for fostering loyalty and reducing customer churn. 11. Customer Retention and Recovery Students will learn service recovery techniques and strategies to turn negative experiences into opportunities for customer loyalty. 12. Complaint Management This section covers complaint analysis and complaint handling and students will get an understanding about the complaint management process.
Lernziele / Lernergebnisse	Upon successful completion of the module, students will be able to: • Grasp the role of quality management in service industries and its effect on customer satisfaction and business success. • Identify key dimensions of service quality and evaluate their impact on customer perceptions. • Implement strategies for improving service quality based on principles like Total Quality Management (TQM) and continuous improvement. • Utilize tools such as SERVQUAL to evaluate and improve service delivery based on customer feedback. • Understand and apply frameworks like ISO standards to maintain consistent service quality. • Design and optimize customer experiences to exceed expectations using best practices in customer experience management (CEM). • Develop strategies to enhance customer satisfaction, loyalty, and retention through effective customer management. • Apply effective complaint management and service recovery techniques to maintain customer trust. • Learn to understand customer value from two perspectives: the company's perspective (focused on profitability and long-term business success) and the customer's perspective (focused on perceived value and satisfaction).
Lehrmethoden	Lectures, seminar-based instruction, exercises, case studies, guest lecture.
Empfohlene Voraussetzungen	General admission to advanced studies
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	The module serves as a cross-degree element of the advanced studies, aimed at acquiring in-depth knowledge. The module is offered by our faculty for the Bachelor's programs in Tourism Management and Future Tourism.
Literatur	• Bruhn, M. (2023). Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles–Concepts–Methods. Springer Nature. • Stadelmann, M., Schäfer, P., Tüscher, P., & Waack, J. (2025). On the Way to Digital CRM (dCRM): The Transformation of Customer Management. In CRM Goes Digital: Design and Use of Digital Customer Interface in Marketing, Sales and Service (pp. 61-80). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. • Bruhn, Manfred (2020). Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Berlin/Heidelberg • Weber, M. (2025). The Customer Experience Makes the Difference. In: Customer-Committed. Springer, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-47701-1_1 • Brysch, A., Winz. G. (2013). Wenn Kundenbegeisterung entscheiden soll – Neuer Leitfaden zur Einführung von Service Excellence, QZ, 58 J., 4, München, S. 22-25

Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	The examination forms in this module are a case study presentation (50%) and a written exam (50%) . The specific examination format for the respective semester will be communicated at the beginning of the semester.
Prüfungsdauer	Typically, 60 minutes for the written exam.
Zugelassene Hilfsmittel	None

6.2 Controlling & Risikomanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	6.2, Controlling & Risikomanagement
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	- Controlling-Grundlagen (z.B. Entwicklung und Aufgaben, Rollenverständnis, Anforderungen, Organisation) - Ergebnisrechnung (z.B. DB-Rechnung, Abweichungsanalyse) - Operative, taktische und strategische Planung und Kontrolle (z.B. Budgetierungsprozess) - Kennzahlen u. Kennzahlensysteme (z.B. Basiskennzahlen, SV-Konzept, BSC) - Reporting (z.B. Richtlinien, prakt. Beispiele) - Risikomanagement Grundlagen - Risikokultur und Risikomanagementprozess - Risikoidentifikation und –bewertung - Risikostrategien
Lernziele / Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten Einblick in das Aufgabenspektrum des Controllings und Risikomanagements und entwickeln anhand von Theorie und praktischen Beispielen ein Verständnis für sowohl Grundlagen als auch moderne und auf die Tourismusbranche abgestimmte Ansätze. Die Studierenden werden befähigt, die ermittelten Ergebnisse kritisch zu betrachten, zu bewerten und weiterzuentwickeln.
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzung für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.

	Baut inhaltlich anteilig auf den Modulen 2.2.2.1 und 2.2.2.2 auf.
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: • Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag • Preißner, A.: Praxiswissen Controlling: Grundlagen – Werkzeuge – Anwendung, Verlag Carl Hanser • Peemöller, V.: Controlling – Grundlagen und Einsatzgebiete, Verlag Neue Wirtschaftsbrieft • Küpper, H.U.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Schäffer-Poeschel Verlag • Vanini U., Rieg, R.: Risikomanagement: Grundlagen – Instrumente – Unternehmenspraxis, Schäffer-Poeschel-Verlag • Wolke, T.: Risikomanagement, DeGruyter Oldenbourg
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten.
Zugelassene Hilfsmittel	In der Regel nicht programmierbarer Taschenrechner

6.3 Informationsmanagement

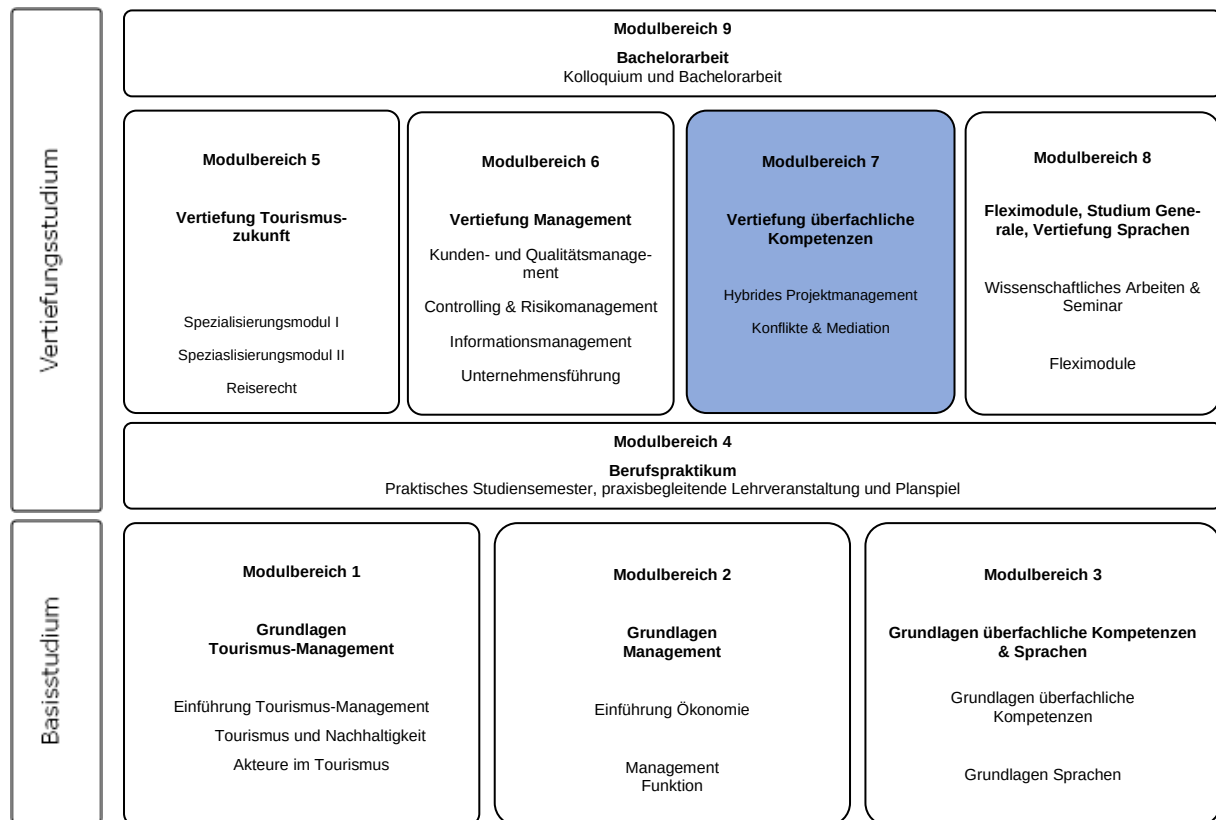
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Robert Keller
Modul-Nr., Modultitel	6.3, Informationsmanagement
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	V/SU/BL
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch, englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Digitalization has a major impact on the service industry and tourism. It opens up great opportunities for companies, but also poses risks. The "Information Management" course addresses current topics relating to digital technologies and highlights their relevance and consequences. These include, among others - Digital disruption and digital transformation - New business models through digitalization - Process management - Generative AI - The role and influence of digital platforms
Lernziele / Lernergebnisse	The course provides in-depth knowledge in the field of information management and the digital economy. On the basis of the course, students can understand, explain and evaluate corresponding phenomena in the service industry.
Lehrmethoden	V/SU/BL
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	The course serves as a cross-course element to acquire in-depth knowledge in digitalization. The module is offered at our faculty for the Bachelor of Tourismusmanagement and Bachelor of Tourismus Zukunft degree programs.
Literatur	• Gimpel, H. and Röglinger, M., 2015. Digital Transformation: Changes and Chances – Insights based on an Empirical Study, Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT. • Krcmar, H. (2015): Informationsmanagement, Springer, Berlin. • Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Schumann, M., Hess, T., Buxmann, P. (2017) Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer. Berlin.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Usually seminar paper is used as the form of examination in this module. The specific examination form for the respective semester will be communicated at the beginning of the semester.

6.4 Unternehmensführung

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Peter Reißner
Modul-Nr., Modultitel	6.4, Unternehmensführung
Semester	7
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte / Credits	5 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	105 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	• Einführung – Überblick Unternehmung und Unternehmensführung • Grundlagen des strategischen Managements • Analyse der strategischen Ausgangslage • Umweltanalyse • Unternehmensanalyse • Organisation und Organisationsgestaltung • Personal und Führung • Strategische Analyse • Vision, Leitbild, Unternehmenskultur, Zielsysteme • Strategieentwicklung • Strategieumsetzung und –kontrolle • Change Management
Lernziele / Lernergebnisse	• Die Bedeutung von Strategie und strategischem Management verstehen können • Umwelt und Unternehmen vor dem Hintergrund des Strategieprozesses analysieren können • Den Stellenwert von Personal und Organisation bei Gestaltung und Umsetzung von Strategien erkennen können • Handlungsoptionen aus der strategischen Analyse ableiten können • Prozesse zur Strategie-Entwicklung, -Umsetzung und –Kontrolle aufzeigen können
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht, Vorträge, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Unternehmensführer/innen müssen gut kommunizieren können. Dieses Modul ist deshalb stark interaktiv ausgelegt. Beteiligen Sie sich an spannenden tagessaktuellen Diskussionen, präsentieren Sie Ihre Argumente überzeugend und bearbeiten Sie selbständig anspruchsvolle Fallstudien in der Kleingruppe! Zulassungsvoraussetzung: keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.

	Ergänzung zu den Spezialisierungsmodulen und 8.2.2. Planspiel
Literatur	• Hungenberg, Wulf: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer, Berlin • Schreyögg, Koch: Grundlagen des Managements, Springer Gabler, Berlin
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation (30%) und schriftliche Prüfung (70%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Modulbereich 7: Vertiefung überfachliche Kompetenzen



Ziele des Modulbereichs

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

Hybrides Projektmanagement

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

Konflikte und Mediation

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

Modulverantwortlich

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

7.1 Hybrides Projektmanagement

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Christian Mayer
Modul-Nr., Modultitel	7.1, Hybrides Projektmanagement
Semester	5
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Klassisches Projektmanagement • Grundlagen (z.B. Relevanz, Begriffsdefinitionen/ Abgrenzungen, Selbsteinschätzung der Studierenden) • Projektorganisation • Projekthierarchie und Rollen • Projektleitdokumentation • Risikomanagement im Projekt • Stakeholdermanagement/Kommunikationskonzept des Projekts • Wirtschaftlichkeitsrechnung • Tools (z.B. Milestoneplanung/Zeitpläne, Offene-Punkte-Listen, Abnahmeprotokolle) Agiles Projektmanagement • Grundlagen (Agilitätsbegriff, Arten von Projekttypen, etc.) • Scrum und andere agile Methoden (Theorie und Anwendung) • Agile Organisationsgestaltung • Werkzeuge im agilen Projektmanagement Hybrides Projektmanagement • Techniken und Verfahren, um klassische und agile Ansätze zusammen zu bringen. • Chancen und Hindernisse für hybride Methoden Projektarbeit, Präsentation und Reflektion
Lernziele / Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, Projekte systematisch unter Berücksichtigung der individuellen Unternehmens- und Projektanforderungen sowie unter Einbezug klassischer wie agiler Methoden zu führen bzw. mitzugestalten. Es werden die Grundlagen und relevantesten Techniken aus der klassischen und agilen Herangehensweise vermittelt. Dies geschieht neben der theoretischen Wissensvermittlung vor allem auch anhand von konkreten praktischen Fallbeispielen. Parallel zur Vorlesung erlernen die Studierenden durch eine Projektarbeit und deren Präsentation weitere wichtige Schlüsselkompetenzen im Rahmen eines Projektes (u.a. Priorisierung und Koordination).
Lehrmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen

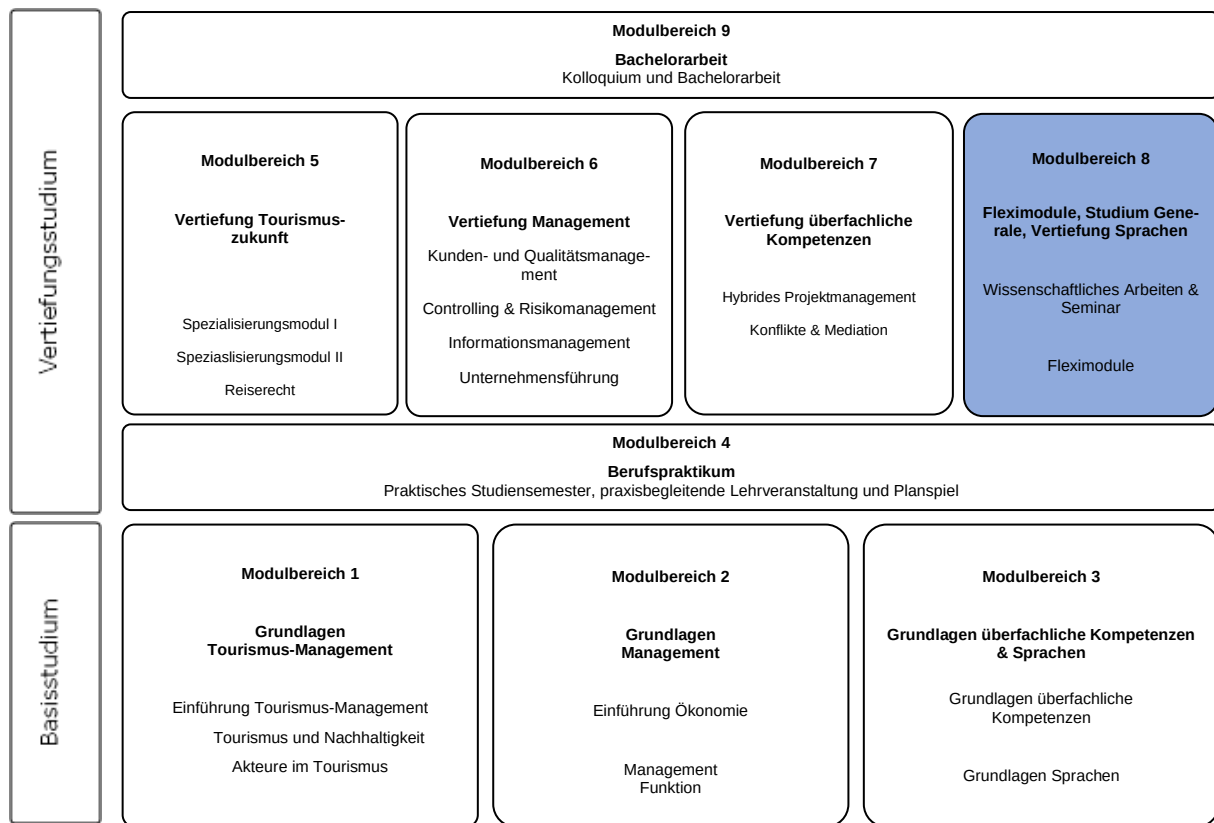
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Alle Lehrveranstaltungen mit Durchführung einer Projektarbeit.
Literatur	In der jeweils aktuellsten Auflage: • Jenny, B., Projektmanagement, VDF-Verlag • Timinger, H., Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybriden Vorgehen zum Erfolg, Wiley Verlag • Preußig, J., Agilität und Scrum im klassischen Projektumfeld • Bürger, O., Fridgen, G., Kleindienst, D., Manderscheid, J., Zare Garizy, T., An IT project as a plaything of its organizational environment: long-term challenges in financial services, Journal of Information Technology Teaching Cases • www.agilemanifesto.org, www.scrumalliance.org
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

7.2 Konflikte & Mediation

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Modul-Nr., Modultitel	7.2, Konflikte & Mediation
Semester	6
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Seminare über Konflikte und Mediation gibt es viele, aber die meisten betrachten entweder nur die juristische Mediation oder die innerbetriebliche Konfliktlösung. In dieser Lehrveranstaltung soll der Bogen weiter gespannt werden: Konflikte im beruflichen wie im privaten Kontext können oft mit mediativen Elementen ausgeräumt oder zumindest handhabbar gemacht werden. Das Mediationsgesetz schreibt inzwischen für viele Konflikte sogar die Mediation als erste Lösung vor. Das gilt auch im Tourismus. Je dichter die Zahl der Akteure, umso größer das Konfliktpotential. Daher ist Mediation z.B. im Destinationsmanagement für den dauerhaften Erfolg von großer Bedeutung. Auch für viele Aspekte des Projektmanagements und überhaupt jede Führungsposition sind Grundkenntnisse der Mediation, von Techniken wie Perspektivwechsel, „Interessen hinter Positionen“ usw. sehr wertvoll. In dieser Lehrveranstaltung werden nicht-juristische Ansätze der Mediation mit Bezug zum Coaching präsentiert. Nach Möglichkeit werden professionelle Mediatoren und Coaches als Gastdozenten eingeladen.
Lernziele / Lernergebnisse	Am Ende der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden • Konflikte beschreiben und bewerten können • Positionen, Argumente und Motive in Konflikten unterscheiden • mit geeigneten Methoden Ursachen von Konflikten vermuten können (Szenario-Technik) • mit geeigneten Methoden Konflikte vorwärts entwickeln können (Critical Incident Methode) • Konflikte gezielt verschärfen oder abmildern können • Konflikte in Teams und am Arbeitsplatz einordnen können • Grundlagen der Mediation kennen, und diese von juristischem Vorgehen unterscheiden können; • Den grundsätzlichen Ablauf von Mediationsprozessen kennen; • Die Voraussetzungen für Mediationen kennen • Die Bedeutung der Mediation im deutschen Recht kennen (Mediationsgesetz); die Rolle zertifizierter Mediatoren kennen; • Konflikte zwischen Juristen und Mediatoren in der Herangehensweise verstehen; • Coaching, Mediation, Schlichtung, Beratung und Training voneinander unterscheiden können und jeweils geeignete Interventionsformen unterscheiden und begründen können;

	• Mehrere praktische Mediationsübungen durchgeführt haben; • Mediationsformen mit Tourismusbezug (z.B. im Destinationsmanagement) kennen • Mediationsformen und -pflichten im Tourismus kennen;
Lehrmethoden	Mixed Method Fachliteratur, Übungen, Rollenspiele, Präsentationen, Fallbeispiele
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Vor allem zu Tourismusrecht; ebenso zu allen Schwerpunkten.
Literatur	• Diez, Hannelore (2005) Werkstattbuch Mediation. Köln: Cfm • Disselkamp, Marcus et al. (2004) Wirtschaftsmediation. Verhandeln in Konflikten. Frankfurt a.M. Bund • Fisher, Roger & Daniel Shapiro (2005) Erfolgreich verhandeln mit Gefühl und Verstand. Frankfurt a.M.: Campus • Klappenbach, Doris (2011) Mediative Kommunikation. Konfliktfähig für den Alltag. Paderborn: Junfermann • Mühlen, Alexander von zur (2005) Internationales Verhandeln. Konfrontation, Wettbewerb, Zusammenarbeit. Münster: LIT • Schraner, Matthias (2009) Teure Fehler. Die sieben größten Irrtümer in schwierigen Verhandlungen. München: Econ • Schraner, Matthias (2016) Verhandeln mit Erfolg Ziele, Strategien, Taktiken. • Schweizer, Adrian (Hg.) (2021) Konfliktlösung ohne Gericht - Wirtschaftsmediation, Coaching, Nachhaltigkeit. 3 Bände. Berlin: BWV • Sterbenz, Kathrin (2013) Mediation im Destinationsmanagement. Akademikerverlag • Weckert, Al & Monika Oboth (2014) Mediation für Dummies. Wiley.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Präsentation einer Fallstudie und schriftliche Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 90 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Modulbereich 8: Fleximodule, Studium Generale und Vertiefung Sprachen



Ziel des Modulbereichs

Fleximodule

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

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

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

Wissenschaftliches Arbeiten & Studium Generale

Wissenschaftliches Arbeiten

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

Allgemeinwissenschaftliche Wahlfächer

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

Vertiefung Sprachen

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

Fremdsprache Englisch:

Die Studierenden können

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

Fremdsprache Spanisch / Französisch:

Die Studierenden sind fähig

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

Modulverantwortlich

Ana Fernández-Fernández, Prof. Dr. Nico Stengel

8.1 Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	8.1, Wissenschaftliches Arbeiten & Seminar
Moduldauer	ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Leistungspunkte / Credits	3 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2
Lehrsprache	deutsch
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand / Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	67,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	• Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Online-Selbststudium): Wissenschaftstheorie, Basiskompetenzen, Themenfindung und Erstellung der Forschungsfrage, Literaturrecherche und Zeitmanagement, Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung, Qualitätskriterien der Forschung, verfassen einer schriftlichen Arbeit, mündliche Präsentationstechniken • Selbständige, schriftliche Bearbeitung aktueller Themen aus ausgewählten Bereichen des Tourismus durch die Seminarteilnehmer unter Berücksichtigung der Vorgaben für wissenschaftliches Arbeiten. • Präsentation der Ergebnisse der Seminararbeit.
Lernziele / Lernergebnisse	Das Modul soll die Studierenden mit den Gepflogenheiten des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut machen und damit sie auf das Verfassen einer Bachelorarbeit vorbereiten. Es zielt darauf ab, die Forschungskompetenzen der Studierenden zu entwickeln. Sie werden ermutigt und befähigt, ihre analytischen und technischen Forschungsfähigkeiten zu entwickeln, um wissenschaftliche Arbeiten durchführen zu können. Ferner befähigt das Seminar die Studierenden, ihre Erkenntnisse überzeugend vorzutragen und zu verteidigen.
Lehrmethoden	Online-Lehre, Seminaristischer Unterricht, selbständige Recherche und Verfassen einer Seminararbeit, Präsentation ANMELDUNG zu Semesterbeginn im Moodle-Kurs (Aushang beachten oder im Sekretariat nachfragen)
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als studiengangübergreifendes Element des Vertiefungsstudiums dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Methodische Verknüpfung vor allem zu den Vertiefungsfächern, Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelorarbeit.
Literatur	• Berger-Grabner, Doris (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Wiesbaden • Disterer, Georg (2014): Studienarbeiten schreiben - Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, 7. Aufl., Berlin Heidelberg

	• Lück, Wolfgang / Henke, Michael (2014): Technik des wissenschaftlichen Arbeitens - Seminararbeit, Diplomarbeit, Dissertation, 10. Aufl., München • Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Weinheim, Beltz. (als eBook in der Bibliothek verfügbar) • Oehrlich, Marcus (2015): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin: Springer (als eBook in der Bibliothek verfügbar) • Schöneck, Nadine & Voß, Werner (2013): Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung, Auswertung. Wiesbaden: Springer • Theisen, Manuel Renè (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit 16. Aufl., München, Vahlen
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen • Teilnahme an einer Einführungsveranstaltung und an Einzelcoachings der Betreuerin/des Betreuers • Nachweis der Teilnahme am Online-Kurs zum wiss. Arbeiten • Seminararbeit (80 %), Präsentation der Ergebnisse (20 %) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.

8.2 Fleximodule I-IV

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

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

	Verfahren in Bezug auf den Gesundheitstourismus vorgestellt. Diese werden in Bezug zu wesentlichen Indikationsbereichen erläutert. Aspekte des Klimawandels - sowie des nachhaltigen Tourismus - werden ebenso einbezogen und der alpine Raum in seiner Bedeutung für den Gesundheitstourismus vorgestellt.
Kompetenzen / Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, Aufgaben und Entwicklungen im Bereich des Gesundheitstourismus erfolgreich zu gestalten. Sie werden dazu befähigt entsprechende Marktanalysen und Benchmark-Studien zu entwickeln, Angebote zu schaffen, Anbieter-netzwerke zu gestalten und ein Special-Interest-Marketing vorzubereiten.
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Blended Learning
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehr-veranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Spezialisierungsmodul Destinationsmanagement
Literaturempfehlungen	• BERG, Waldemar: „Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus“, Oldenburg 2008 • BUSSE, Reinhard, RIESBERG, Annette: „Gesundheitssysteme im Wandel“, Berlin, 2005 • DOSTALL, Adrain: „Potentiale im zweiten Gesundheitsmarkt: Wellness, Gesundheitsvorsorge und Gesundheitsreisen“, 2011 • ILLING, Kai-Torsten, 2009: „Gesundheitstourismus und Spa-Management“, 2009, München • KRCZAL, Albin,: „Wellness und Produktentwicklung,“ Berlin, 2006 • NAGEL, Eckhard: „Das Gesundheitswesen in Deutschland“, Köln, 2007 • RULLE, HOFFMANN, KRAFT: „Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus“, Berlin 2010 • SCHWIGER, Jürgen: „Megatrend Gesundheitstourismus: Abgrenzung und Entwicklung“, Hamburg, 2007 • SMITH, Melanie, PUCZKO, Lázló,: „Health and Wellness Tourism“, Amsterdam ...2009
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen schriftl. Ausarbeitung und Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	keine

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

Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Vertragsaufbau, Vertragsprüfung und AGB sowie Konditionenempfehlungen Das Recht der Luftbeförderung: • Luftbeförderungsvertrag, IATA • Montrealer Übereinkommen • Fluggastrechteverordnung VO(EG) 261/2004 • Haftung des Luftfrachtführers • Schlichtung Das Recht der Bahnbeförderung • Rechtsgrundlagen • Bahnbeförderungsvertrag • Haftung für Verspätung, Reisegepäck, Unfallhaftung • Schlichtung bei söp Das Recht der Busbeförderung • Busbeförderungsvertrag • Haftung des Busunternehmers • Fahrgastrechte für Passagiere von Fernbussen Das Recht der Schiffsbeförderung Markenrecht im Tourismus Urheberrecht und Medienrecht im Tourismus (Persönlichkeitsrechte - Fotografie), Lizenzen, Verwertungsgesellschaften Rechtsprobleme in der Hotellerie • Beherbergungsvertrag • PAngV • AGB • Stornierung • Besondere Haftung des Gastwirts • Datenschutz
Kompetenzen / Lernergebnisse	Erkennen von rechtlichen Problemen und Risiken in Rechtsgebieten, die im Tourismus eine erhebliche Relevanz einnehmen. Anhand aktueller Probleme / Urteile / Gesetzesvorhaben werden die jeweiligen Rechtsgebiete herausgearbeitet, dargestellt und Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt; Diskussion und Argumentation in der Gruppe. Der Student lernt, Fälle in den jeweiligen Rechtsgebieten selbständig zu lösen.
Lehr-/Lernmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen, Blended Learning
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Wirtschaftsprivatrecht und Steuern Reiserecht
Literaturempfehlungen	Gesetze im Tourismus, 7. Auflage 2021, TESSA

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

„Design-Thinking und Innovationsmodelle in der touristischen Produktentwicklung“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Jüster
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III Design-Thinking und Innovationsmodelle in der touristischen Produktentwicklung
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Das Modul befasst sich mit unterschiedlichen Formen, Methoden und Techniken der Innovation und bespricht folgende Lehrinhalte: • Design Thinking • Business-Modell Canvas • Value Proposition Design • Arbeiten mit Avataren • SWOT-Analyse • Pest-Analyse • VUCA • Scrum • Impact-Modelle • Entwicklungsprozesse • Business-Modelle • Blue-Ocean-Strategie • Engpassorientierte Strategie (EKS) Diese werden konkret auf touristische Entwicklungsszenarien angewendet und bearbeitet. Ziel ist es, Innovation und Produkt- bzw. Destinationsentwicklung mit Hilfe von Design-Thinking-Tools zu gestalten.
Kompetenzen / Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, Aufgaben und Entwicklungen im Bereich der Design-Thinking orientierten Innovation zu gestalten.
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht/Blended Learning
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium

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

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

„Development of Innovative and Sustainable Destination Experiences“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Blended Intensive Programme (Erasmus+) of Lapland University of Applied Sciences, Kempten University of Applied Sciences and Breda University of Applied Sciences. March/April 2026 in Rovaniemi/Finland
Leistungspunkte/Credits	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Englisch
Häufigkeit des Angebots	SoSe 2026
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	The topic of this joint Experience Program is “Development of Innovative and Sustainable Destination Experiences”. A practical task will be approached by the Design Thinking Method – understand, define, explore, prototype and evaluate – to find experiential, innovative and sustainable solutions together. The program follows a Theoretical Journey (at the home Institute), a Practical Journey and a Cultural Journey (both at the destination) and Reflecting Journey. 1. The Theoretical Journey will be supported by (video) lectures and virtual group discussions: 2. whereas the focus of the Practical Journey lies on international workshops at the destination, collaboration with the local tourism business and on discovering Rovaniemi and the Lapland region. The focus of the Cultural Journey is intertwined with the Practical Journey, partly organized by the international group members, partly by the organizers of this Joint Program. Excursions and evening program will be part of this Cultural Journey. 3. Finally, in the reflective journey, students summarise their project ideas, experiences and learnings in a project report. Costs: For students participating from Kempten UAS no costs apply.

Kompetenzen / Lernergebnisse	• Active learning in multicultural groups in an international environment • Active learning through 'Flipping the classroom' and 'Fieldtrips at the Destination' • Experience how interculturality contributes to tourism innovation • Learn about how to develop, perform and stage tourism experiences • Get to know cultural differences and the innovative power of value-based concepts • Study an Introduction about Experience, Value-based Visions, Experience Concepts and Customer Personas, Customer Journey, Co-creation, Creativity in Tourism Design, Storytelling, Online Experiences • Learn about the culture and tourism market in the Lapland Region in Finland. • Experience new versatile methods, such as Design Thinking, concepting, flipping the classroom, international lectures, creative workshops and explorative fieldwork at the destination.
Lehr-/Lernmethoden	Lectures, workshops, fieldwork, blended learning, work in groups
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Spezialisierungsmodul Destinationsmanagement
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftl. Projektarbeit inkl. Präsentation (100%) zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	keine

„Medien Design im Zeitalter künstlicher Intelligenz“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Frau Kerstin Marr
Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/ Seminar
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Mittels theoretischer Gestaltungsgrundlagen und deren Umsetzung in professionellen Softwareprogrammen (Photoshop, Indesign) lernen die

	Studierenden die Gestaltung von unterschiedlichen Werbemaßnahmen im Print- und Internetbereich sowie deren Bewertung hinsichtlich Design und Benutzerfreundlichkeit. Praktische Übungen in der visuellen Umsetzung von Kommunikationsinhalten für Print- und Online-Medien werden am Computer durchgeführt. Adobe Photoshop (KI-unterstützt durch Adobe Firefly) - Grundlagen über Dateiformate und Farbmodi - Bildbearbeitung- und Optimierung von Fotos (KI-unterstützt und manuell) - Generative Füllungen durch Textpromtvorgaben - automatische Objekterkennung & -auswahl (durch Adobe Firefly) - Text to Image Generierung (Bilder direkt aus Prompts erstellen) Adobe InDesign (teilweise KI-unterstützt) - Grundlagen der Dokumenterstellung - KI-gestützte Typografie - Generatives Erweitern und Füllen von Rahmen - Content-Aware-Fit (Bilder mit KI anpassen) - Printmedium selbstständig entwerfen und für Print und Internet generieren
Kompetenzen / Lernergebnisse	Erlernen der im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Studiums notwendigen praktischen Kommunikationskenntnisse, insbesondere Werbemaßnahmen im Print- und Internetbereich. Die Studierenden werden nach Besuch dieser Veranstaltung in der Lage sein, einfache grafische Entwürfe hinsichtlich Textgestaltung, Fotoauswahl und Layoutgestaltung zu erstellen und zu beurteilen und diese mittels professioneller Design-Software wie Indesign und Photoshop für Printmedien, Internetseiten und soziale Medien umzusetzen. Theoretische Inhalte aus Marketing - Vorlesungen werden somit greif- sowie umsetzbar. Handwerkliche sowie kreativ-gestalterische Begabungen werden gefördert und den Studierenden für die spätere Praxis hoch geschätzte Fertigkeit zum Erstellen und Beurteilen einfacher Werbemittel in Print, Internet und in den sozialen Medien fürs Berufsleben vermittelt. Dadurch können in Betrieben Werbekosten eingespart und zielführende Besprechungen mit externen Dienstleistern oder Fachabteilungen geführt werden.
Lehr-/Lernmethoden	Der überwiegend am PC durchgeführte Unterricht erfolgt in der Form eines Workshops, bei dem die Teilnehmer unter Anleitung eigene Ideen kreativ in Form von Werbemittelgestaltung umsetzen und dabei von einer Dipl. Kommunikatpnsdesignerin beraten und begleitet werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen 40% praktische Arbeit (1 Hausarbeit) + Präsentation / 60 % schriftliche Prüfung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel	keine

Kreativität und Zukunftsmanagement	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Prof. Dr. Peter Reißner

Modul-Nr., Modultitel	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Ergänzungsmodul I – III
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung/Seminar
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung	
Ziel / Kompetenzen	Kreativität: Nach Besuch der Veranstaltung haben die Studierenden ein tieferes Verständnis über die Strukturierung und Anwendung von systematischer Kreativität und der Rolle im systematischen Innovationsmanagement. Sie werden in der Lage sein, ein kreatives Umfeld initiativ zu gestalten. Kreativität ist ein Hauptfaktor in jedem Entscheidungsprozess und sichert die Innovationskraft. Studierende werden die Notwendigkeit und Konsequenzen von angewandten geleiteten Kreativitätstechniken erkennen und eigenständig anwenden können. Barrieren und Hindernisse werden erkannt, Kreativitätsworkshops können organisiert und durchgeführt und in den Innovationsprozess integriert werden. Entwickelte Ideen sollen bewertet und ausgewählt werden können, um final eine Entscheidungsgrundlage ausarbeiten zu können. Kreative neue Produkte und Dienstleistungen zerstören das Gleichgewicht des Marktes. Studierende werden lernen Innovationen erfolgreich an den Markt zu bringen und mit Widerstand innerhalb des Unternehmens umzugehen. Anhand von Fallbeispielen wird Theorie praxisrelevant vermittelt. Zukunftsmanagement: Ziel der Veranstaltung ist es, zu verstehen und anzuwenden, wie ein Unternehmen die Zukunft besser erkennen und sie aktiv gestalten kann. Das Erkennen von Trends ist elementar für die strategischen Entscheidungen eines Unternehmens. Flexibilität und Agilität haben in Unternehmen eine immer größere Bedeutung und werden im Gesamtzusammenhang des strategischen Managements deutlich. Studierende werden verstehen, wie Unternehmen besser mit Unsicherheiten und Risiken zurechtkommen. Komplexität und unerwartete Ereignisse werden oft intern nicht objektiv genug bewertet und ernst genommen. Studierende werden Szenarioplanung als eine Methodik verstehen und anwenden können, die vor allem die objektive Sicht in die Zukunft ermöglicht. Businessplaning als eine aktive strategische Gestaltung der Zukunft führt zu einer deutlich robusteren Ausrichtung und Positionierung im Wettbewerb. Marktchancen und Risiken werden schneller erkannt und der Erhalt des Unternehmens sichergestellt.
• Lehrinhalte	Kreativität • Kreativität in Theorie • Kreativität fördern und Barrieren überwinden

	• Ideen- und Wissensmanagement • Neurowissenschaftliche Erkenntnisse • Kreativitätsworkshops • Kreativität im Innovationsprozess • Umsetzung der Kreativität in Entscheidungsprozessen Zukunftsmanagement • Erkennen von Trends und zukünftigen Szenarios. • Future Management • Strategischer Planungsprozess • Szenario Management Tool nach Roland Berger
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallbeispiele, Präsentationen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zum Vertiefungsstudium
Verknüpfung zu anderen LV	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	• Hauschildt, J.; Salomo, S.: Innovationsmanagement, München • Govindarajan, V.; Trimble, C.: The other Side of Innovation: solving the execution challenge, Boston • Walder, B.: Tourismus – Management von Innovationen Marburg • Csikszentmihalyi, M.: Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention; HarperCollins 2009 • De Bono, E.: Lateral Thinking: A Textbook of Creativity; Penguin • Luther, M.: Das große Handbuch der Kreativitätsmethoden, manager-Seminare 2013 • Malorny, C.; Schwarz, W.; Backerra, H.: Die sieben Kreativitätswerkzeuge, Karl Hanser, 1997 • Sartorius, Verena: Die besten Kreativitätstechniken, München • De Ruijter, P.: Scenario based Strategy, Ashgate 2014 • Fink: Handbuch Zukunftsmanagement, 2011 • Schwenker, B.; Wulf, T.: „Scenario-based Strategic Planning“, Springer, 2013 (Online Kempten Library)

Campingtourismus	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche	Prof. Dr. Christian Mayer/ Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-Punkte)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang	4 SWS
Lehrsprache	Deutsch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig

Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung (LV) setzt sich mit dem touristischen Teilmarkt "Camping" und seinen Akteuren auseinander. Dabei sollen Eigenschaften dieses Marktes, Besonderheiten bei Nachfragern und Anbietern sowie Rahmenbedingungen erörtert werden. Die Studierenden verstehen die Vernetzung des Teilmarktes in die gesamte Tourismuswirtschaft sowie die Vernetzung in die Destinationen durch die Auseinandersetzung mit Camping- und Stellplatzbetreibern. Vertiefend erfolgt die Auseinandersetzung mit allgemeinen und speziellen Trends im Campingsegment sowie der Wirtschaftlichkeit und der Wertschöpfung der Campingbetriebe und der gesamten Campingwirtschaft. Die LV setzt sich angewandt mit dem Campingtourismus auseinander und wird durch Exkursionen und/oder Praxisvorträge ergänzt.
Kompetenzen/Lernergebnisse	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden dazu zu befähigen, die Komplexität dieser Tourismusbranche zu erkennen, Trends im Segment Camping unternehmerisch zu verarbeiten und die Entwicklungen im Bereich des Campingtourismus erfolgreich zu gestalten. Sie werden in die Lage versetzt, entsprechende Trend- und Marktanalysen für Camping- und Stellplatzbetreiber, Fahrzeughersteller und Destinationen zu erstellen und spezifisches Marketing vorzubereiten.
Lehr-/Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallbeispiele, Kurzpräsentationen, Exkursionen, Inverted Classroom
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium und Zulassung zum Fleximodul
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	- Groß (2017) : Handbuch Tourismus und Verkehr, 2. Aufl. - Harrer/Sporer (2018) : Der Campingplatz- und Reisemobiltourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland 2016/17 - BMW (2010) : Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010 - Widmann (2006) : Wohnmobiltourismus in Deutschland - Sommer (2022) : Grundwissen Campingtourismus, UVK Verlag - Weitere Veröffentlichungen des DRV, DTV, BMWi, CIVD, Statistisches Bundesamt
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen PrA, Präsentation und Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Ergänzungsmodul „Europe today: Politics, Conflicts, Climate, Future“	
Allgemeine Angaben	
Specialist responsible	Prof. Dr. Ulrich Bauer
Module number, module title (according to SPO)	Modulbereich 7 Fachkompetenz Tourismus Modul 7.3 / 7.4 / 7.5 Supplementary modules I – III

To be studied in semester:	4 th to 7 th term
Type of event/form of teaching	Lecture/seminar
Credit points/credits (ECTS POINTS)	4 ECTS credit-points
Length of time (SWS)	4 hours per week
teaching language	English
Frequency of offer	occasionally
Obligation	Elective subject - attendance is expected
Arbeitsaufwand/Workload	
Face-to-face study (in class)	45 full hours
Self-study (at home)	75 full hours (for reading, research, coursework, presentation preparation, etc.)
Description of the course	
Teaching content	In the first sessions, students receive an overview of Europe from a historical, economic, military, geostrategic and sociological perspective. Students should have previous knowledge that they can repeat and deepen. The most important players and key figures are updated. In further steps, the European Union will be viewed as a central factor. It's creation, it's decision-making mechanisms and it's finances, interests and scope for decision-making represent the framework of the individual countries' options for action. Free riders such as Switzerland and Great Britain, Norway, Serbia and others are particularly discussed, as are populist profiteers such as Hungary or Poland. Europe is contrasted with other major geostrategic areas such as NAFTA, ASEAN, India and China. Of particular importance are the emergence of the Ukrainian nation and the slow decline of Russia. For this purpose, online lectures by important historians are integrated. Current megatrends are examined as far as they affect Europe. These include, among other things, climate change, migration, data security, nutrition and security of prosperity in general. From the middle of the semester onwards, students are expected to get involved with extensive presentations on topics of their interests. From the middle of the semester onwards, students are expected to get involved with extensive presentations on topics of their interests.
Competencies aspired learning outcomes	The aim of the course is to give students a solid basis on the topic of Europe. They should know the importance of Europe and its options for action, have realistic ideas about opportunities and threats and be able to take and justify their own position on the most important European issues.
Teaching / learning methods	Lectures, seminaristic teaching, work in groups
Requirements for participation	Admission to advanced studies
Link to other courses	Any module that requires general knowledge about politics and economy
Recommended readings	Ash, Timothy Garton (2010) Free World: America, Europe and the surprising future of the West. Gidens, Anthony (2010) Turbulent and Mighty Continent: What Future for Europe? Kaeding, Michael (2015) The Future of Europe Mak, Geert (1999) In Europe: Travels Through the Twentieth Century Piris, Jean-Claude (2010) Towards a two-speed EU? Rifkin, Jeremy (2010) The Green new Deal Stiglitz, Joseph E. () The Euro: How a Common Currency Threatens the Future of Europe

	Clark, Christopher: online lectures on European History: https://www.youtube.com/watch?v=782P0YcOOOQ&list=PLkvrsmQeHsWWD8-bmNxJb0QC3pgSkKVp Snyder, Timothy online lectures on Ukraine: https://www.youtube.com/watch?v=bJczLlwp-d8&list=PLh9mgdi4rNew-fxO7LhBoz_1Mx1MaO6sw_
Examination modalities	
Type of test (according to SPO)	Usually the examination forms written study work and its presentation in the course are used in this module. The specific examination form for the respective semester will be communicated at the beginning of the semester.
duration and type of examination (according to SPO)	Usually Presentation: 90 minutes
Approved aids	All, except films longer than 100 seconds.

MICE – Trade Fairs and Events	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche	Prof. Dr. Nico Stengel
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-Punkte)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang	4 SWS
Lehrsprache	englisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Trade Fairs: An overview of the live communication segment is provided, followed by a specific focus on trade fairs. Students will learn the fundamentals of the trade fair market (positioning within tourism, Germany's position in a global market, types of trade fairs, industry associations, market models and submarkets of trade fairs, market studies on trade fairs, participants, exhibitors, and organizers, and content design, characteristics and selection of destinations and venues for trade fairs). Special topics include: • On site, digital, and hybrid concepts for trade fairs • Process model of trade fair participation (physical and digital) • Selected aspects of operational trade fair management

	• Lead generation and performance measurement at trade fairs • Sustainability and digitalization at trade fairs • Students will present current trends and specific topics within the trade fairsegment. Events: Live communication stands for a personal encounter and an active experience for the target group in a staged environment. The course "Events" focuses on the development of a specific event concept. This includes various facets such as: • Event formats • Visitor experience • Staging and dramaturgy • Locations and scenography • Event technology • Interaction with the audience • Development ideas • Operational event planning
Kompetenzen/Lernergebnisse	Trade Fairs: The objectives of the course include acquiring and applying basic knowledge of the trade fair industry and understanding the market, its driving forces, and participants. By the end of this course, following a competency-based approach, students should be able to: • Analyze the trade fair market, • Differentiate between various types of trade fairs, and evaluate them based on their functions, participants, and objectives. • Understand the key actors, development, and history of the trade fair industry. • Assess the economic significance of trade fairs. • Evaluate destinations and venues for trade fairs. • Evaluate trade fair objectives and participation. • Analyze and critically assess cross-disciplinary trends and market developments relevant to the MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) industry. • These competencies aim to equip students with comprehensive skills and knowledge necessary for engaging effectively in the trade fair sector and related industries. Events: You will learn about the strategic and organizational planning and execution of various events. The course will teach how to create successful event concepts and how to enhance the participant's experience at both traditional and virtual events. You will understand the roles and decision-making processes of an event organizer and explore ways to shape an event's character to positively impact attendees.
Lehr-/Lernmethoden	Trade Fairs: Lectures, seminar-style teaching, exercises, case studies, short presentations. Events: The course includes seminar-style classes, lectures, exercises, case studies, and group work. You will often role-play as a participant of a fictional event to better understand their expectations and how to exceed them. You will propose solutions, discuss ideas in small groups, and receive feedback to refine your concepts continuously. This module is highly practical. The course is divided into two parts: the first segment is conducted in person, while the second segment is delivered online via Zoom.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium und Zulassung zum Fleximodul
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	Trade Fairs: Frost, Warwick, Laing, Jennifer: Exhibitions, Trade Fairs and Industrial Events, Routledge 2019 Kirchgeorg/Dornscheidt/Stoeck (Hg.): Handbuch Messe-management, Springer Gabler Verlag 2018, 2. Aufl. Webseite: www.auma.de/en Events: Van der Wagen, Lynn and White, Lauren: "Event Management: For Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events", Pearson, 2015. Bladen, Charles; Kennell, James; Abson, Emma; Wilde, Nick: "Events Management: An Introduction", Routledge, 2012. Kilkenny, Shannon: "The Complete Guide to Successful Event Planning", Atlantic Publishing Group Inc., 2011. Vanneste, Maarten: "Meeting Architecture: A Manifesto", Meeting Support Institute, 2008. Allen, Judy: "Event Planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events", Wiley, 2009. Goldblatt, Joe: "Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration", Wiley, 2011. Bowdin, Glenn A. J.; Allen, Johnny; O'Toole, William; Harris, Rob; McDonnell, Ian: "Events Management", Butterworth-Heinemann, 2011.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und Ausarbeitung zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

Generative Künstliche Intelligenz im Tourismus - KITO	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche	Prof. Dr. Nico Stengel, Prof. Dr. Robert Keller
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Leistungspunkte/Credits (ECTS-Punkte)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang	4 SWS
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig

Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	• Grundlagen, Arten und Funktionsweise der generativen künstlichen Intelligenz • Branchenspezifische generative KI für Tourismus im Überblick • Aufgabenfelder für den Einsatz von generativer KI • Herausforderungen und Grenzen des Einsatzes von generativer KI • Abfragetechnik für die Nutzung von KI – „Prompting“ • Bearbeitung von praktischen Aufgabenstellungen aus dem Tourismus unter Nutzung von generativer KI
Kompetenzen/Lernergebnisse	Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden in touristischen Unternehmen mit Hilfe von Anwendungen der generativen künstlichen Intelligenz tourismus-spezifische Problemstellungen und Aufgaben lösen können. Dafür erlangen die Studierenden vertieftes Wissen zur Funktionsweise, Möglichkeiten sowie Chancen und Risiken durch generative künstliche Intelligenz. Auf Basis des Moduls sollen Studierende in der Lage sein, generative KI zu verstehen, einzusetzen und die Einsatzmöglichkeiten und Wirtschaftlichkeit von KI abwägen und bewerten zu können.
Lehr-/Lernmethoden	Vortrag, Fallbeispiele, Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Zulassung zum Vertiefungsstudium und Zulassung zum Fleximodul. Erfolgreicher Besuch der LV „Methoden der digitalen Transformation“
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten.
Literaturempfehlungen	Gardini & Sommer (2023): Digital Leadership im Tourismus. Gimpel et al. (2023): Unlocking the Power of Generative AI Models and Systems such as GPT-4 and ChatGPT for Higher Education - A Guide for Students and Lecturers; https://digital.uni-hohen-heim.de/fileadmin/einrichtungen/digital/Generative_AI_and_ChatGPT_in_Higher_Education.pdf
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Präsentation und Projektbericht zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

„Markenführung und Konsumentenpsychologie im Tourismus“	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche	Prof. Dr. Marco A. Gardini
Modul-Nr., Modultitel	Modul 8.2 / 8.3 / 8.4 / 8.5 Fleximodul I-IV
Semester	4.-7. Semester
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht

Leistungspunkte/Credits (ECTS-Punkte)	4 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang	4 SWS
Lehrsprache	deutsch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	45 Zeitstunden
Selbststudium	75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die normative und strategische Kraft starker Marken wird in der Tourismusindustrie in den letzten Jahren zunehmend erkannt, nichtsdestoweniger sind nach wie vor zu viele Konzepte eher produkt- denn markengetrieben und oftmals wird die Marke im Tourismus mehr als ein Kommunikationsprojekt gesehen, denn als ein identitätsstiftendes Dogma, aus dem unverwechselbare Markenkonzeppte und wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle erwachsen. Aber was zeichnet erfolgreiche und starke Marken im Tourismus aus? Mit welchen Werbe- und Markenstrategien erarbeitet man sich einzigartige Profilierungs- und Markenleistungen als Brand Leader in seinem Wettbewerbssegment und wie schafft man es, mit der gewählten Markenstrategie und den entwickelten Marken für die anvisierte Zielgruppe in der jeweiligen Tourismusbranche relevant zu sein bzw. zu bleiben? Um diese Fragen zu beantworten, ist ein dezidiertes Verständnis des Konsumentenverhaltens erforderlich. Wie und warum treffen Konsumenten Entscheidungen, welche Faktoren beeinflussen ihr Kaufverhalten und wie können Unternehmen dieses Wissen nutzen, um ihre Markenstrategien zu optimieren: Die Lehrinhalte umfassen folgende Themenkomplexe: • Rolle und Relevanz der Marke im Tourismus • Grundlagen der Konsumenten- und Markenpsychologie • Brand Leadership: Strategische Markenführung im Tourismus • Psychologische Einflussfaktoren in der Markenentwicklung und Markenführung • Soziologische Einflussfaktoren in der Markenentwicklung und Markenführung • Worst/Best Practices
Kompetenzen/Lernergebnisse	Die Veranstaltung befähigt die Studenten ein tiefgehendes Verständnis der psychologischen und soziologischen Mechanismen zu entwickeln, die hinter dem Konsumverhalten, der Markenwahrnehmung und der Markenführung im touristischen Kontext stehen. Am Ende der Veranstaltung sollten die Studierenden in der Lage sein: • Die Markenlandschaft im Tourismus zu verstehen und beurteilen zu können. • Die Anwendung von psychologischen und soziologischen Prinzipien und Prozessen in der Markenführung beurteilen zu können. • Marken- und Werbestrategien anhand gängiger Theorien und Modelle kritisch zu hinterfragen. • Konsumentenverhalten und -erleben anhand aktueller Theorien zu erklären und vorherzusagen. • Das eigene Konsumverhalten auf Basis der behandelten Ansätze zu reflektieren, Marken- und Werbestrategien zu erkennen und zu erklären, wie Konsumenten Marken wahrnehmen, bewerten und in ihre Identität integrieren. • Die Rolle von Marken bei der Entscheidungsfindung der Konsumenten zu analysieren und zu erklären, wie Markenpräferenzen, Markenkapital und Markentreue entstehen.
Lehr-/Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeit, Präsentationen, Fallbeispiele, Gastreferenten aus der Tourismusindustrie
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.

Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Spezialisierungsmodul International Hospitality Management; Marketing, Unternehmensführung
Literaturempfehlungen	• Esch, F., Esch, D.: Strategie und Technik der Markenführung, Wiesbaden, 2024 • Felser, G. Werbe- und Konsumentenpsychologie, 5.Aufl., Springer, Wiesbaden 2023. • Gardini, M.A. Brand Leadership im Tourismus – Mit starken Marken zum Erfolg, 2. Aufl., Springer, Wiesbaden 2025. • Hoffmann, S., Akbar, P.: Konsumentenverhalten, Wiesbaden 2024. • Sixit, S.K.: The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism, Routledge, London 2020. • Tabari et al.: Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism: Contemporary Perspectives and Challenges, Routledge, London 2024.
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommen in diesem Modul die Prüfungsformen Projektarbeit und Essay zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Zugelassene Hilfsmittel	Keine

8.4 Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer

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

Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Frau Ana Fernández-Fernández und Steuerungs-gruppe Allgemeinwissen-schaften und Sprachen • Leitung Sprachenzentrum • Lehrpersonen: Professorinnen, Professoren und Lehrbeauftragte
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.4 Allgemeinwissenschaftliches Wahlfach
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	je Modul
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 oder 4 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 oder 4 SWS
Lehrsprache	Je nach gewähltem Kurs (je nach Fachsprache)
Häufigkeit des Angebots	Laufend
Verpflichtung	Pflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 oder 45 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 oder 75 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Ja nach belegtem Fach
Kompetenzen / Lernergebnisse	Ja nach belegtem Fach Mit dem Ziel, die interdisziplinäre Ausbildung zu fördern, werden in den Allgemeinwissenschaftlichen Modulen Lehrveranstaltungen aus verschiedenen Fachgebieten fakultätsübergreifend angeboten: • Arbeits- und Kreativitätstechniken • Ethik und Philosophie • Geschichte und Politik • Gesundheit und Medizin • Kommunikation und Rhetorik • Kunst und Kultur • Naturwissenschaften und Technik • Pädagogik, Psychologie, Soziologie • Rechts- und Wirtschaftswissenschaften • (Fremd-)Sprachen
Lehr-/Lernmethoden	Je nach gewähltem Kurs
Voraussetzungen für die Teilnahme	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums.
Literaturempfehlungen	In Absprache mit dem Betreuungsprofessor

Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Je nach gewähltem Kurs

8.5 Vertiefung Fremdsprache

Englisch IV	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Seminar und Übung
Leistungspunkte/Credits (ECTS- PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Englisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	• Mündliche Kommunikation im Berufsleben • Vorbereitung/Recherche auf verschiedene Kommunikationssituationen • Verhalten in unterschiedlichen Kommunikationssituationen, insbesondere Vorstellungsgespräche und Verhandlungen • Kenntnis volkswirtschaftlicher Grundzusammenhänge und deren Fachterminologie • Kenntnis grundlegender betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge und deren Fachterminologie
Kompetenzen / Lernergebnisse	Auf den bisher erlangten Kenntnissen aufzubauen und sie auszubauen, damit die Studierenden in der Lage sind, sich im Berufsleben sinnvoll auf Englisch zu verständigen. Der Kurs Englisch IV vermittelt einerseits die Kompetenz, allgemeine sprachliche und kommunikative Herausforderungen des internationalen beruflichen Umfeldes zu meistern. Außerdem werden volks- und betriebswirtschaftliche Inhalte in der Fremdsprache behandelt, sodass die Studierenden die Kompetenz besitzen, derartige Themen souverän auf Englisch in beruflichen Situationen zu behandeln. Folglich sollen die Studierenden in diesem Kurs die folgenden Kompetenzen entwickeln: - Verständnis fachspezifischer, berufsbezogener Texte. - Diskussion und Präsentation fachspezifischer Themen - Anwendung der fachspezifischen Kenntnisse auf reale Herausforderungen im Beruf

Lehr-/Lernmethoden	Vorträge, Fallbeispiele, Arbeitsaufträge, Fallstudien
Erreichtes Sprachniveau nach Beendigung des Kurses	Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Englisch III Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Englisch I – III (Sprachniveau B2)
Literaturempfehlungen	englischsprachige Nachrichtenmagazine mit Wirtschaftsbezug: z. B. "The Economist", "Fortune" etc; englischsprachige Lehrbücher zur Makro- und Mikroökonomie (z.B. Gregory Mankiw)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

Spanisch IV	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Spanisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachspezifische Inhalte und Wortschatz • Tourismusformen • Gesundheit und Tourismus • Eine Destination präsentieren und eine SWOT-Analyse erstellen • Über Reisen berichten, Content für Reiseblogs erstellen • Bilderbeschreibung Sprache • Imperfecto / Indefinido • Indirekte Rede • Verbale Periphrasen • Imperativ

	• Reale Konditionalsätze
Kompetenzen / Lernergebnisse	Nach dem Kurs sind die Studierenden in der Lage über Ereignisse und persönliche Erfahrungen zu sprechen und diese zu beschreiben. Darüber hinaus können sie ihre Meinungen äußern und begründen, Bilder genau beschreiben, über ihre Interessen (wie. Z.B. Musik) sprechen und Vor- und Nachteile richtig explizieren. Sie sind fähig ein fachliches Thema im Bereich Tourismus in der Fremdsprache zu präsentieren. Sie beherrschen Techniken zum Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit. Außerdem erwerben die Studierenden weitergehende Kenntnisse der berufsbezogenen Sprachen des Tourismus sowie landeskundliche Kenntnisse spanischsprachiger Länder.
Lehr-/Lernmethoden	Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, learning by doing, Projektunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Spanisch III Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Ergänzungsmodul Spanisch V Achtung! Es kann kein AW-Modul in Spanisch belegt werden, wenn Spanisch an der Fakultät belegt wurde. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B1.1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Literaturempfehlungen	• Estudiantes.ELE A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-515079-9 • Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Brotschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071 • Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien • Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

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

Lehrsprache	Französisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Kommunikation und Wortschatz • Bewerbungstraining • Arbeitsbedingungen und berufliche Qualifikationen im Tourismussektor • Umwelt und ökologisches Verhalten • Massentourismus vs Ökotourismus • Tourismusziele in der Frankophonie • Neue Medien und Telefongespräche • Feste und Traditionen in Frankreich • Hilfsorganisationen und ehrenamtliches Engagement • Eine Destination präsentieren und eine SWOT-Analyse erstellen Sprache • Imparfait / Passé composé • Adverbien • Indirekte Rede • Verbale Periphrase • Plusquamperfekt • Gerundium • Passiv • Subjonctif
Kompetenzen / Lernergebnisse	Nach dem Kurs sind die Studierenden in der Lage über Ereignisse und persönliche Erfahrungen zu sprechen und Wünsche, Hoffnungen, Gefühle und Ziele zu beschreiben. Darüber hinaus können sie ihre Meinungen und Pläne äußern und begründen. Sie beherrschen Techniken zum Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit. Außerdem erwerben die Studierenden weitergehende Kenntnisse der berufsbezogenen Sprachen des Tourismus sowie landeskundliche Kenntnisse französischsprachiger Länder. Sie sind für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden sensibilisiert.
Lehr-/Lernmethoden	Nutzung von multimedialen Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform
Voraussetzungen für die Teilnahme	Französisch III Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Ergänzungsmodul Französisch V

	Achtung! Es kann kein AW-Modul in Französisch belegt werden, wenn Französisch an der Fakultät belegt wurde. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B1.2. des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Literaturempfehlungen	• Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien • Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer • Voyages neu A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-529422-6 • Pour parler affaires A2/B1 Klett Verlag ISBN 978-3-12-52946-0 • Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 • Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

Englisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS- PUNKTE)	2 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Englisch
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	• Arbeiten im Team • Auseinandersetzung mit den betriebswirtschaftlichen Themen Unternehmensführung, Motivation, Teamarbeit, Kommunikation • Auseinandersetzung mit den Inhalten des Marketings, Kennenlernen realer Beispiele • Bewertung dieser Beispiele in Präsentationen • Entwicklung und Ausarbeitung eigener Marketingideen sowie eines Marketingplans • freie Präsentation eigener Inhalte
Kompetenzen / Lernergebnisse	Die in Englisch IV erworbenen allgemeinen sprachlichen und kommunikativen Kenntnisse werden ausgebaut. Außerdem werden spezifische Probleme des Berufslebens betrachtet, vor allem aus dem Bereich Marketing, damit die Studierenden in der Lage sind, diese zu verstehen, ihre eigene Sicht der Dinge auch bei komplexen Themen darzustellen, eigene Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und die Vor- und Nachteile verschiedener Lösungsansätze darzustellen.

	Die Studierenden erlangen die Kompetenz: Auch komplexe berufsbezogene Texte und Inhalte schnell zu verstehen Themen der Wirtschaft/des Berufslebens in Wort und Schrift zu diskutieren Themen der Wirtschaft/des Berufslebens zu präsentieren und dabei eigene Lösungen zu erarbeiten. Inhaltlich wird dabei vorrangig der Bereich Marketing behandelt. Außerdem werden das freie Präsentieren und das Darlegen von Inhalten in der Fremdsprache trainiert. Am Ende wird in einem Prüfungsgespräch auf sämtliche Inhalte von Englisch IV und Englisch V Bezug genommen.
Lehr-/Lernmethoden	Blended Learning
Erreichtes Sprachniveau nach Beendigung des Kurses	Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Englisch IV Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen.
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismus Zukunft angeboten. Englisch I bis IV (Sprachniveau C 1), Marketing
Literaturempfehlungen	Englischsprachige Marketing-Lehrbücher Marketing (z.B. Philip Kotler/Kevin Lane Keller) englischsprachige Nachrichtenmagazine mit Wirtschaftsbezug: z. B. "The Economist", "Fortune" etc; englischsprachige Lehrbücher zur Makro- und Mikroökonomie (z.B. Gregory Mankiw)
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

Spanisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Spanisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden (für Lektüre, Recherche, Gruppenarbeit, Prüfungsvorbereitung, etc.)
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Fachspezifische Inhalte Umwelt und ökologisches Verhalten

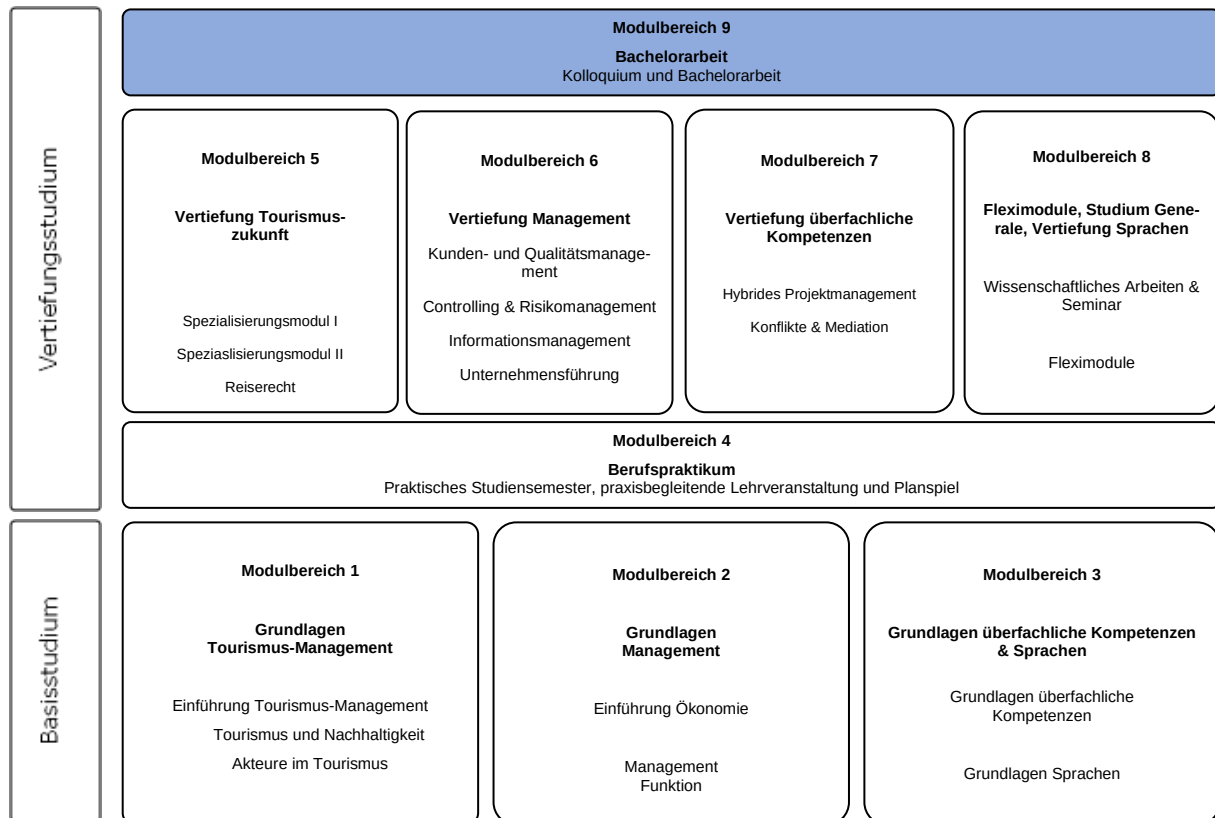
	• Nachhaltigkeit und Tourismus • Neue Technologien und Tourismus • Smart cities • Tourismusmesse und Geschäftstourismus • Presentation eines Themas aus den Tourismusgebieten: Verkehrsträger, Reiseveranstalter, Tourismus und Nachhaltigkeit, Hospitality, MICE. • Bewerbungstraining • Berufliche Qualifikationen im Tourismussektor Sprache • Subjuntivo Präsens • Subjuntivo vs Indikativ • Das Futur • Zustandspassiv • Redewendungen für die Argumentation (mit Subjuntivo): widersprechen, zustimmen, argumentieren.
Kompetenzen / Lernergebnisse	Nach Beendigung des Kurses sind die Studierenden fähig Stellungnahmen über komplexere Themen des Tourismus zu äußern. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse des fachbezogenen touristischen Vokabulars und können komplexe Diskussionen führen sowie fachbezogene Themen des Tourismus präsentieren. Sie sind in der Lage eine Bewerbung zu verfassen und ein Vorstellungsgespräch zu führen.
Lehr-/Lernmethoden	Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation. Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform, flipped classroom, learning by doing, Projektunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Spanisch IV Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen. Achtung! Es kann kein AW-Modul in Spanisch belegt werden, wenn Spanisch an der Fakultät belegt wurde
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe B1.2. des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.
Literaturempfehlungen	Estudiantes.ELE A2 Klett Verlag ISBN 978-3-12-515079-9 Gramática básica del estudiante de español. Deutsche Ausgabe (Brotschiert), Klett Verlag, ISBN 978-3125355071
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

Französisch V	
Allgemeine Angaben	
Fachverantwortlicher	Ana Fernández-Fernández
Modul-Nr., Modultitel (lt. SPO)	8.5 Vertiefung Fremdsprache I & II
Semester	4. – 7. Semester

Art der Veranstaltung / Lehrform	Vorlesung / Seminaristischer Unterricht / Blended Learning
Leistungspunkte/Credits (ECTS-PUNKTE)	2 ECTS-Punkte
Zeitlicher Umfang (SWS)	2 SWS
Lehrsprache	Französisch
Häufigkeit des Angebots	Semesterabhängig
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand/Workload	
Präsenzstudium	22,5 Zeitstunden
Selbststudium	37,5 Zeitstunden
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Kommunikation und Wortschatz • Tourismusmesse und Geschäftstourismus • Presentation eines Themas aus den Tourismusgebieten: Verkehrsträger, Reiseveranstalter, Tourismus und Nachhaltigkeit, Hospitality, MICE. • Die Francophonie entdecken • Studieren in Frankreich • Globalisierung und partizipatives Handel • Geld und Bankwesen Sprache • Vertiefung Subjonctif • Konditionalsatz • Opposition- und Konzessivsatz • Vertiefung Passiv • Kausal- und Konsekutivsatz
Kompetenzen / Lernergebnisse (learning outcomes)	Befähigung zu Stellungnahmen Befähigung zur Führung komplexer Diskussionen Erwerb eines funktionalen Diskussionsvokabulars Erwerb vertiefter Kenntnisse des fachbezogenen und touristischen Vokabulars Befähigung zur Diskussion von interkulturellen Besonderheiten der französischsprachigen Ländern Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden
Lehr-/Lernmethoden	Nutzung von multimedialen Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, Übungen, Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden Diskussionen Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation Blended Learning anhand der Moodle-Lernplattform
Voraussetzungen für die Teilnahme	Französisch IV Die regelmäßige Teilnahme am Unterricht wird dringend empfohlen. Achtung! Es kann kein AW-Modul in Französisch belegt werden, wenn Französisch an der Fakultät belegt wurde
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Das Modul dient als Wahlpflichtelement des Vertiefungsstudiums gem. SPO dem Erwerb von vertieften Kenntnissen. Das Modul wird an unserer Fakultät für die Studiengänge Bachelor Tourismusmanagement und Bachelor Tourismuszukunft angeboten. Die vermittelten Sprachkenntnisse entsprechen in etwa der Stufe 1.2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.

Literaturempfehlungen	Vom Dozenten zusammengestellte Lehrmaterialien Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer Saison 2 Didier Verlag ISBN 978-2-278-07753-3 Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch Klett 978-3-12-519512-7 Französische Grammatik Klett Verlag 978-3-12-529864-4
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	In der Regel kommt in diesem Modul die Prüfungsform Schriftliche Prüfung (mit Hörverständnisaufgabe) und mündliche Präsentation zum Einsatz. Die konkrete Prüfungsform für das jeweilige Semester wird zu Semesterbeginn kommuniziert.
Prüfungsdauer	In der Regel 60 Minuten

Modulbereich 9: Bachelorarbeit



Ziel des Modulbereichs

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

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

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

Modulverantwortlich

Prof. Dr. Guido Sommer

9.1 Bachelorkolloquium

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

9.2 Bachelorarbeit

Allgemeine Angaben	
Fachverantwortliche/-r	zust. Betreuungsprofessor
Modul-Nr., Modultitel	9.2, Bachelorarbeit
Semester	7
Moduldauer	Ein Semester
Art der Veranstaltung / Lehrform	Bachelorarbeit
Leistungspunkte / Credits	12 ECTS
Zeitlicher Umfang (SWS)	10 SWS
Häufigkeit des Angebots	Laufend
Lehrsprache	In Absprache mit Betreuungsprofessor
Verpflichtung	Pflichtfach
Beschreibung der Lehrveranstaltung	
Lehrinhalte	Die Bachelorarbeit muss zu einer zum Studiengang passenden fachlichen Aufgabenstellung angefertigt werden und wird von einer Professorin/ einem Professor, die/ der an dem Studiengang direkt beteiligt ist, ausgegeben und betreut. Den Studierenden ist Gelegenheit zu geben, für das Thema Vorschläge zu machen.
Lernziele / Lernergebnisse	Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden beweisen, dass sie in der Lage sind, eine Problemstellung – praktischer oder theoretischer Natur – innerhalb eines begrenzten und definierten Zeitraums nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
Lehrmethoden	Abschlussarbeit, Wissenschaftliches Coaching
Empfohlene Voraussetzungen	Allgemeine Voraussetzungen für das Erreichen des Vertiefungsstudiums. Weitere Zulassungsvoraussetzungen: • Bestehen aller Prüfungsleistungen des Basisstudiums und • Nachweis von mind. 70% (147) ECTS-PUNKTE-Punkten aus dem bisherigen Studienverlauf • Bestandenes Modul 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten • Erfolgreich abgeleistetes praktisches Studiensemester
Verknüpfung zu anderen Lehrveranstaltungen	Je nach Thema der Bachelorarbeit
Literatur	In Absprache mit dem Betreuungsprofessor
Prüfungsmodalitäten	
Art der Prüfung	Bachelorarbeit