

Modulkatalog für den Bachelorstudiengang

# Tourismusmanagement

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Semester .....</b>	<b>6</b>
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>6</b>
Statistik .....	6
Mathematik – Finanzmathematik und Investitionsrechnung.....	7
Buchführung und Abschlussrechnung .....	8
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft .....	9
Grundlagen der BWL im Tourismus.....	10
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen .....	11
<b>2. Semester .....</b>	<b>12</b>
<b>Fremdsprache Niveau A .....</b>	<b>12</b>
Wirtschaftsenglisch A .....	12
Wirtschaftsfranzösisch A .....	13
Wirtschaftsspanisch A .....	14
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>15</b>
Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung.....	15
Kosten- und Leistungsrechnung.....	17
Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft .....	19
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus.....	21
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements.....	22
<b>3. Semester .....</b>	<b>23</b>
<b>Fremdsprache Niveau B .....</b>	<b>23</b>
Wirtschaftsenglisch B .....	23
Wirtschaftsfranzösisch B .....	24
Wirtschaftsspanisch B .....	25
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>26</b>
Bilanzierung .....	26
Grundlagen des Controllings.....	27
Personalführung .....	28
BWL – Investition und Finanzierung .....	30
E-Commerce im Tourismus.....	32

<b>4. Semester .....</b>	<b>34</b>
Praxissemester Tourismusmanagement .....	34
<b>5. Semester .....</b>	<b>36</b>
<b>Studienschwerpunkte .....</b>	<b>36</b>
Destination Management A: Grundlagen des Destination Managements .....	36
Destination Management B: Destination Development .....	38
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus.....	39
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus....	41
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern .....	43
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements .....	45
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie A: Grundlagen der Hotellerie und Gastronomie / operatives Management.....	47
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie B: Strategisches Management und Consulting I .....	49
Verkehrsträgermanagement A: Touristischer Schiffs-, Bahn- und Straßenverkehr.....	51
Verkehrsträgermanagement B: Management von Flughäfen und Fluggesellschaften ....	52
<b>Wahlpflichtmodule.....</b>	<b>53</b>
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien .....	53
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus .....	55
Eventmanagement.....	56
Internationales Tourismusmanagement (englischsprachig) .....	58
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements.....	60
Stadt- und Regionalmarketing.....	61
Tourismuspolitik.....	62
Wirtschaftsenglisch C .....	63
Wirtschaftsfranzösisch C .....	64
Wirtschaftsspanisch C .....	65
Wirtschaftsenglisch D .....	66
Wirtschaftsfranzösisch D .....	67
Wirtschaftsspanisch D .....	68
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>69</b>
Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik.....	69
Methoden der Tourismuswissenschaft.....	71

<b>6. Semester .....</b>	<b>73</b>
<b>Studienschwerpunkte .....</b>	<b>73</b>
Destination Management C: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management ....	73
Management im Gesundheitstourismus C: Vertiefende Aspekte im Gesundheitstourismus-Management .....	74
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler C: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern.....	75
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie C: Strategisches Management und Consulting II - Strategien in Hotel- und Gastronomiemärkten .....	77
Verkehrsträgermanagement C: Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Tourismus .....	79
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>80</b>
Öffentliche Finanzen und internationaler Handel.....	80
IT-Projektseminar .....	81
<b>7. Semester .....</b>	<b>83</b>
<b>Studiengang I .....</b>	<b>83</b>
Praxisphase Tourismusmanagement (Studiengang I) .....	83
<b>Studiengang II .....</b>	<b>85</b>
Angewandte Statistik und Ökonometrie A (englischsprachig).....	85
Angewandte Statistik und Ökonometrie B (englischsprachig).....	86
Betriebspsychologie .....	87
Energiewirtschaftliches Forum .....	88
Entrepreneurship, Innovations- und Changemanagement.....	89
Ethische Aspekte der Wirtschaft .....	91
Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation .....	92
International Studies.....	94
Marketing Praxis Forum .....	96
Social Media Marketing .....	97
Unternehmensbewertung .....	98
Unternehmensplanspiel (Managemententscheidungstraining) .....	100
Wirtschaftspolitik.....	101
<b>Bachelorarbeit.....</b>	<b>102</b>
Bachelorarbeit und Projekt .....	102

**Vorbemerkung**

Der in den folgenden Modulbeschreibungen unter „Verwendbarkeit“ genannte duale Bachelorstudiengang „Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft“ befindet sich zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Modulkatalogs im Entwicklungsstand.

# 1. Semester

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Statistik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder berufspraktische Übung	Vorlesung und Gruppenarbeit, Gastvorträge	Prof. Dr. C. Goodfellow	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erlangen					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachkompetenz: Studierende können Informationen in Datensätzen aufbereiten und interpretieren, Grafiken erstellen, geeignete Kennzahlen berechnen sowie auf der Grundlage von Wahrscheinlichkeiten fundiert Prognosen abgeben.</li> <li>- Methodenkompetenz: Studierende sind in der Lage, statistische Verfahren auf ökonomische Fragestellungen anzuwenden.</li> <li>- Selbstkompetenz: Studierende verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deskriptive Statistik (Grafiken, Kennzahlen)</li> <li>- Wahrscheinlichkeitsrechnung, Zufallsexperiment und -variable</li> <li>- Statistische Verteilungen, zentraler Grenzwertsatz</li> <li>- Zeitreihen</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auer, Benjamin und Horst Rottmann (2015), Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Wiesbaden, 3. Auflage.</li> <li>- Barrow, Michael (2017), Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, 7. ed, Pearson Education Limited.</li> <li>- Zucchini, Walter, Andreas Schlegel, Oleg Nenadic und Stefan Sperlich (2009), Statistik für Bachelor- und Masterstudenten, Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Springer Berlin Heidelberg, 1. Auflage.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Mathematik – Finanzmathematik und Investitionsrechnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Hans Prof. Dr. T. Nieberg
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		**Hausarbeiten			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen und vertiefen mathematische Grundkenntnisse in Bezug auf deren ökonomische Anwendung.</li> <li>- sind im analytischen Denken geschult und können mit Hilfe mathematischer Modelle argumentieren.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Begriffe der Algebra und Analysis (Lösungsverfahren für Gleichungen und LGS, Funktionen, Differentialrechnung)</li> <li>- Zins-/Rentenrechnung, Verfahren dynamischer Investitionsrechnung, exponentielles Wachstum</li> <li>- Ökonomisch relevante Funktionen: Darstellung und Optimierung</li> <li>- Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Multiplikatoren, Lineare Programmierung)</li> <li>- Anwendungen und Fallbeispiele, auch IT-gestützt</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kobelt, H., Schulte, P. (2006). Finanzmathematik: Methoden, betriebswirtschaftliche Anwendungen und Aufgaben mit Lösungen. Herne/Berlin: NWB-Verlag.</li> <li>- Sydsaeter, K., Hammond, P., Carvajal, A. (2016) Essential Mathematics for Economic Analysis, Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.</li> <li>- Sydsaeter, K., Hammond, P., Carvajal, A., Strom, A. (2018). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Basiswissen mit Praxisbezug. München: Pearson Studium.</li> <li>- Tietze, J. (2019) Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Buchführung und Abschlusstechnik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit	Vorlesung, Gruppenarbeit	Prof. Dr. R. Hauschild	
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual Bank- und Versicherungswirtschaft Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Basiswissen des externen Rechnungswesens anzuwenden.</li> <li>- können Journal- und Hauptbuchanforderungen eigenständig umsetzen.</li> <li>- können Jahresabschlussbuchungen erfassen und bedienen das Ziel der Buchungen.</li> <li>- sind in der Lage Arbeitsschritte selbstorganisiert umzusetzen.</li> <li>- können die Rechnungswesen-Daten-Schnittstellen in Unternehmen implementieren.</li> <li>- sind in der Lage, belastbare Quellen als Informationsbasis zu verwenden.</li> <li>- können branchenspezifische Aufgaben bewältigen.</li> <li>- können Finanzbuchhaltungsdaten einsetzen, um unternehmerische Anpassungen zu initiieren.</li> <li>- sind in der Lage, die Ergebnisse der Finanzberichterstattung zu interpretieren und zu erläutern.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Aufgaben, Gliederung und Grundbegriffe des Rechnungswesens, gesetzliche Grundlagen zur Führung von Büchern, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inventur und Inventar, Dokumentation und Erfassung (Grund- und Hauptbuch) laufender Geschäftsvorfälle für betriebliche Funktionen, Technik des Jahresabschlusses mit Blick auf Handels- und Steuerbilanz, Methoden zur Ermittlung des Periodenerfolgs, rechtsformabhängige Erfolgsverwendung, Überleitung der Konten zu handelsrechtlichen Jahresabschlusspositionen, Analyse und Interpretation der Buchungs- und Berichtsergebnisse, besondere Anwenderfragen, Anforderungen durch die Digitalisierung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coenenberg, A. G./Haller, A./Mattner, G./Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen, Stuttgart.</li> <li>- Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin.</li> <li>- Endriss, W. H. (Hrsg.): Bilanzbuchhalter-Handbuch, Herne.</li> <li>- Eisele, W./Knobloch, A. P.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München.</li> <li>- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W./Kirchner, T.: Buchführung und Bilanz, Achim.</li> <li>- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.</li> <li>- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen und verstehen Bedeutung und Funktion des Rechts für das Wirtschaftsleben.</li> <li>- kennen und verstehen die rechtlichen Grundbegriffe.</li> <li>- können Gesetzestexte verstehen und auslegen.</li> <li>- können juristische Arbeits- und Denkmethoden anwenden.</li> <li>- besitzen anschlussfähige Grundkenntnisse des Vertragsrechts, des Rechts der Leistungsstörungen und des Deliktsrechts.</li> <li>- erkennen rechtliche Probleme und Zusammenhänge im System des Wirtschaftsprivatrechts.</li> <li>- sind in der Lage, einfache rechtliche Sachverhalte des Wirtschaftsprivatrechts zu analysieren sowie einer Entscheidung im rechtlich zulässigen Rahmen zuzuführen.</li> <li>- können dabei wirtschaftlich und rechtlich sachgerechte Lösungen eigenständig entwickeln und argumentativ vertreten.</li> <li>- sind in der Lage, exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsbereiche zu übertragen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Privatrecht in der Rechtsordnung</li> <li>- Rechtliche Grundbegriffe: Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Rechtsgeschäfte, Privatautonomie</li> <li>- Rechtsgeschäftliche Grundlagen: Vertragsschluss, Abstraktionsprinzip, Nichtigkeitsgründe, Anfechtung von Willenserklärungen, Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Verbraucherschutz, Stellvertretung</li> <li>- Leistungsstörungen im vertraglichen Schuldverhältnis</li> <li>- Kaufvertragsrecht, Reisevertragsrecht</li> <li>- Überblick zum Sachenrecht, Eigentumserwerb an beweglichen Sachen</li> <li>- Unerlaubte Handlungen</li> <li>- Handelsrecht: Kaufleute, Handelsregister, Handelsfirma, Handlungsgehilfen und Handelsvertreter</li> <li>- Anspruchsmethode im Wirtschaftsprivatrecht und Fallbearbeitung im Gutachtenstil</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Führich, Ernst, Basiswissen Reiserecht, 4. überarbeitete Auflage, München 2018.</li> <li>- Kallwass, Wolfgang; Abels, Peter, Privatrecht, 23. Auflage, München 2018.</li> <li>- Kindl, Johann; Feuerborn, Andreas, Bürgerliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Auflage, Berlin 2018.</li> <li>- Mehrings, Jos; Hesse, Katrin; Herzog, Rainer; Kurtz, Thorsten, Bürgerliches Recht für Studium und Praxis, 4. Auflage, München 2019.</li> <li>- Müssig, Peter, Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, Heidelberg 2019.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundlagen der BWL im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h oder mündliche Prüfung		Vorlesung	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. I. Behn-Künzel C. Heckerroth
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die BWL und Tourismuswissenschaft einordnen und verstehen.</li> <li>- kennen die Wirtschaftssysteme und Anspruchsgruppen der Unternehmen.</li> <li>- können konstitutive Entscheidungen im Unternehmen interpretieren.</li> <li>- können unternehmerische Entscheidungen für Unternehmenszusammenschlüsse auf dem touristischen Markt nachvollziehen.</li> <li>- erlangen Kenntnisse über Besonderheiten der Produktion und der Organisationsstrukturen von Dienstleistungsunternehmen.</li> <li>- können die besondere Bedeutung des Beschaffungsprozesses für touristische Unternehmen nachvollziehen.</li> <li>- können verschiedene touristische Geschäftsmodelle bewerten.</li> <li>- können den Einfluss verschiedener Managementarten auf ein Unternehmen nachvollziehen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
System der Wissenschaften, reine vs. angewandte Wissenschaften, ökonomische Prinzipien, Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL, Markt- und Planwirtschaft, betriebliche Produktionsfaktoren, Stakeholder der Unternehmung, Rechtsformen, Standortwahl, Standortfaktoren, Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten, Planungsebenen, Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess, Begriffsdimensionen des Tourismus, touristische Teilmärkte, Unternehmenskooperationen und -konzentrationen, Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern, die touristische Dienstleistung und deren Qualitätsmerkmale, Besonderheiten des touristischen Produktes, die touristische Wertschöpfung bzw. Wertschöpfungskette, Produktionstheorie und Dienstleistungsproduktion, Beschaffungsmanagement im Dienstleistungskontext, systematisches Beschwerdemanagement, Geschäftsmodelle im Tourismus, Kommunikations- und Organisationsstrukturen in Dienstleistungsunternehmen, Wandlung von Organisationsstrukturen, Einfluss verschiedener Managementarten auf die Unternehmensführung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jung, H.; Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13., aktualisierte Auflage 2016, De Gruyter Oldenbourg.</li> <li>- Vahs, Schäfer-Kunz, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. überarbeitete Auflage, 2015, Schäfer-Poeschl.</li> <li>- Wöhe, G. &amp; Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre; 26. Aufl.; München: Vahlen.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	C. Heckeroth
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über topografische Kenntnisse und regionale und globale Raumvorstellungen.</li> <li>- können die zur Untersuchung und Beurteilung von Tourismusgebieten notwendigen Informationen beschaffen, auswerten und darstellen.</li> <li>- können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Wechselwirkungen zwischen touristischer Nachfrage und touristischem Angebot in typischen Touristenregionen erläutern und erkennen die besondere Bedeutung der Eignung von Destinationen für unterschiedliche Zielgruppen.</li> <li>- können umfassende Informationen zur Reiseplanung und Reisedurchführung für die wichtigsten Tourismusgebiete Deutschlands, Europas und einiger wichtiger Destinationen weltweit geben,</li> <li>- erkennen die Eignung touristischer Destinationen für Themenreisen.</li> <li>- erlernen die Planung von Rundreisen unter Einbeziehung verschiedener Sehenswürdigkeiten.</li> <li>- kennen wichtige touristische Zugverbindungen.</li> <li>- erkennen die Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „UNESCO Welterbe“.</li> <li>- sind sich der negativen Auswirkungen des Massentourismus bewusst.</li> <li>- erhalten einen Überblick gängiger Formen des Tourismus.</li> <li>- setzen sich mit aktuellen Trends und Entwicklungen sowie amtlichen und nichtamtlichen Statistiken zum Tourismus auseinander.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Allgemeine Informationen: Naturräumliche Gliederung der Erde, Naturphänomen- und Katastrophentourismus, Klima- und Zeitzonen der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“, Visa-, Impf- und Ausweispflicht, Reisewarnungen, Touristisch vermarktete Fernstraßen und Bahnverbindungen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten. Länder- und regionsspezifische Inhalte: Deutschland, Österreich und Schweiz, Nord- und Westeuropa, ausgewählte Länder in Osteuropa, Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum, Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Becker; Hopfinger; Steinecke: Geographie der Freizeit und des Tourismus, 3. Auflage, 2007, Oldenbourg.</li> <li>- Kagermaier: Tourismusgeographie; 2015; Utb Verlag.</li> <li>- Neumair; Rehklaus; Schlesinger: Angewandte Tourismusgeographie; 2019; De Gruyter.</li> <li>- Schmude; Namberger: Tourismusgeographie; 2014; WBG Verlag.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## 2. Semester

### Fremdsprache Niveau A

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h (Prüfungssprache Englisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	G. Bürling H. Paetz K. Sutton K. Rössler J. Varban
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen und reproduzieren grundlegende grammatische Strukturen der englischen Sprache, vor allem im Bereich des Tempus- und Aspekt-Systems und leiten grammatische Regeln aus Beispielen her;</li> <li>- erwerben und vertiefen grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Wortschließungstechniken;</li> <li>- setzen erworbene Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen) zielgerichtet ein;</li> <li>- wenden erworbene fremdsprachliche Fertigkeiten in der Produktion einfacher Texte (Zusammenfassung von Informationen, einfache Geschäftskorrespondenz) an;</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die behandelten Themen basieren auf Problemen des beruflichen Alltags, wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsabläufen (Anfrage, Angebot) im Bereich der (formalisierten) Geschäftskorrespondenz.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h (Prüfungssprache Französisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	H. Paetz
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen grundlegende grammatische Strukturen der französischen Sprache vor allem im Bereich des Tempus- und Aspekt-Systems, leiten grammatische Regeln aus Beispielen her und wenden die Strukturen in immer weitergehendem Maße korrekt an;</li> <li>- erwerben und vertiefen grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Wortschließungstechniken;</li> <li>- setzen erworbene Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen) zielgerichtet ein;</li> <li>- wenden erworbene fremdsprachliche Fertigkeiten in der Produktion einfacher Texte (Zusammenfassung von Informationen, einfache Geschäftskorrespondenz) zielgerichtet an;</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B 1 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die behandelten Themen basieren auf Problemen des beruflichen Alltags, sprachlich einfachen bis mittelschweren Einführungstexten zu betriebs- und volkswirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsabläufen (Anfrage, Angebot) im Bereich der (formalisierten) Geschäftskorrespondenz.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement International Business Studies Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Spanisch)		Seminar	G. Bürling
		*Voraussetzung für die Teilnahme **Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können mit den Grundkenntnissen der grammatischen Struktur der spanischen Sprache umgehen.</li> <li>- sind in der Lage sich sowohl mündlich als auch schriftlich in einfachen Situationen zu verständigen.</li> <li>- können selbstständig einfache Texte durch Lese- und Hörverständnis erschließen und kurze Texte erstellen.</li> <li>- sind vertraut mit den einfachen Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur.</li> <li>- beherrschen die spanische Sprache auf dem Niveau A2 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Lerninhalte basieren auf Dialogen und Texten aus Alltag, Landeskunde und ausgewählten Bereichen der spanischen Grammatik (z. B. el presente, el perfecto, los pronombres).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegas (Klett).</li> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- Vía rápida (Klett).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. M. Neumann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Prinzipien und die Aufgaben der Volkswirtschaftslehre beschreiben und erklären.</li> <li>- können die zentralen Annahmen der Volkswirtschaftslehre erklären und kritisch hinterfragen.</li> <li>- können individuelles Handeln auf Märkten mathematisch, grafisch und verbal analysieren und beschreiben.</li> <li>- können begründete Vorhersagen über die Reaktion von Akteuren auf Veränderungen ihrer ökonomischen Umgebung herleiten und erklären.</li> <li>- können mathematisch formulierte Problemstellungen der Optimierung mehrerer Variablen unter Nebenbedingungen lösen.</li> <li>- können ökonomische Zusammenhänge der Haushaltstheorie, der Produktionstheorie und der Preis- und Mengenbestimmung bei verschiedenen Marktstrukturen mittels mathematischer Gleichungen an einfachen Rechenbeispielen analysieren, mittels verbaler Beschreibung erklären und anhand von Grafiken darstellen sowie Marktstrukturen im Vergleich bewerten.</li> <li>- können die Charakteristika von Wirtschaftsordnungen, insbesondere der Marktwirtschaft und der Zentralverwaltungswirtschaft sowie der Mischform der Sozialen Marktwirtschaft, unterscheiden sowie ihre Vorteile und Nachteile erläutern und bewerten.</li> <li>- können Konflikte und Dilemma-Situationen für gemeinsam vorliegende Problemstellungen analysieren und ihre Einschätzungen spieltheoretisch fundiert erklären.</li> <li>- das eigene ökonomische Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen verbinden und reflektieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Lehrinhalte sind <ul style="list-style-type: none"> <li>- der Gegenstand der Volkswirtschaftslehre, ihre Annahmen und methodischen Grundlagen</li> <li>- Annahmenkritik</li> <li>- zentrale Begriffe der Wirtschaftswissenschaft (Märkte, Preise, Anreize, Knappheiten)</li> <li>- der Gegenstand der mikroökonomischen Theorie</li> <li>- die Funktionsweise des Marktes, die Abgrenzung von Marktformen</li> <li>- die Grundlagen der Haushaltstheorie (kardinale und ordinale Nutzentheorie, optimale Warenkörbe, Nachfragekurven und ihre Aggregation, Elastizitäten)</li> <li>- Optimierungsverfahren im mehrdimensionalen Raum unter Nebenbedingungen</li> <li>- Grundlagen der Produktionstheorie und Grundlagen der Kostentheorie</li> <li>- Gleichgewichte auf Märkten (Polypol, Oligopol, Monopol)</li> <li>- Grundprobleme der Wirtschaftsordnung und die reinen Wirtschaftssysteme (Denkmodelle): Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft und Soziale Marktwirtschaft als Mischform</li> <li>- Staatseingriffe in Marktwirtschaften.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Literatur
-----------

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Mankiw / Taylor (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage, Stuttgart.</li><li>- Pindyck / Rubinfeld (2018): Mikroökonomie, 9. Auflage, München.</li><li>- Pindyck /Rubinfeld (2018): Microeconomics, 9th Edition, Upper Saddle River.</li><li>- Varian (2016): Gründzüge der Mikroökonomie, 9. Auflage, München.</li></ul> |
|--|

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Kosten- und Leistungsrechnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Bank- und Versicherungswirtschaft dual Wirtschaft im Praxisverbund dual Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Drees-Behrens Prof. Dr. A. Schmidt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Teilgebiete und Aufgaben des Rechnungswesens.</li> <li>- können die Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung voneinander abgrenzen.</li> <li>- sind in der Lage, die Systeme und Prinzipien der traditionellen Kostenrechnung zu beschreiben.</li> <li>- können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung darstellen.</li> <li>- können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten.</li> <li>- sind in der Lage, Einzel- und Gemeinkosten zu berechnen und zu erfassen.</li> <li>- können die Gemeinkosten im BAB ausweisen und verrechnen.</li> <li>- können die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung anwenden.</li> <li>- können die Betriebsergebnisrechnung nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren aufstellen.</li> <li>- können die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen darstellen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; Systeme der Kostenrechnung im Überblick; Prinzipien der Kostenrechnung; Systemzusammenhang; Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse; Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über- bzw. Unterdeckungen; Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation, Preiskalkulation, Handelskalkulation; Betriebsergebnisrechnung nach Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Integration von internem und externem Rechnungswesen.					
Literatur (jeweils neueste Auflage verwenden)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barth, T./Barth, D.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart (Kohlhammer).</li> <li>- Däumler, K./Grabe, J.: Kostenrechnung 1, Grundlagen, Herne (NWB).</li> <li>- Deimel, K./Erdmann, G./Isemann, R./Müller, S.: Kostenrechnung, Hallbergmoos (Pearson).</li> <li>- Drees-Behrens, C./Schmidt, A.: Aufgaben und Fälle zur Kostenrechnung, München (Oldenbourg).</li> <li>- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung, München (Vahlen).</li> <li>- Heinhold, M.: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, Stuttgart (UTB).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Schmidt, A.: Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, Stuttgart (Kohlhammer).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesungen, seminaristische Lehrveranstaltung mit Übungsfällen, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Selbststudium	Prof. M. Bartsch Prof. Dr. M. Meuthen
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, sich im Gefüge der geltenden nationalen und europäischen Umsatzsteuer-, aber auch generell der allgemeinen Steuerrechtsordnung zu orientieren, kennen die Bedeutung der Fachbegriffe und können die gängigen Rechtsquellen und Verwaltungsvorschriften korrekt einzuordnen und entsprechend der juristischen Methodik anwenden.</li> <li>- können Eingangs- und Ausgangsleistungen, insbesondere von Unternehmen der Reise- und Tourismusbranche, umsatzsteuerlich systematisch prüfen, haben detaillierte Kenntnisse über die Voraussetzungen der Steuerbarkeit von Umsätzen, kennen wichtige – auch optionale – Steuerbefreiungen und können Bemessungsgrundlage, Steuersatz und -schuldner angeben.</li> <li>- können grenzüberschreitende touristische Sachverhalte im Binnenmarkt, aber auch mit Drittlandsbezug, umsatzsteuerlich beurteilen, betriebswirtschaftlich einordnen und entsprechende Folgerungen daraus ziehen.</li> <li>- können eine rechtsformunabhängige Ertragsbesteuerung von Unternehmen skizzieren, kennen unterschiedliche Einkunftsarten, Gewinnermittlungsmethoden und erkennen grundlegende Probleme der Unternehmensbesteuerung.</li> <li>- kennen die entscheidenden Vorschriften des Einkommen-, aber auch des Körperschaft- und Gewerbesteuergesetzes und können auch grenzüberschreitende Sachverhalte, die typischerweise die Tourismusbranche betreffen, durch Anwendung von Doppelbesteuerungsabkommen lösen, bewerten, aktiv kommunizieren und veranschaulichen.</li> <li>- entwickeln ein Problembewusstsein für die Relevanz und Komplexität der ertragsteuerlichen Problemstellungen touristischer Unternehmen und sind in der Lage, solche Fragestellungen sowohl bei den laufenden als auch bei neuen Prozessen, Produkten, Dienstleistungen im Unternehmen zu identifizieren, systematisch zu erarbeiten, einzuordnen, zu bewerten u. dem Grunde nach zu lösen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<u>Umsatzsteuer in der Tourismuswirtschaft</u>					
Einführung in das Steuersystem der Bundesrepublik und in das System der Umsatzsteuer, Steuerbarkeit (u. a. mit der Unternehmereigenschaft, der Beschreibung des Rahmens des Unternehmens, den Leistungsarten, der Einheitlichkeit der Leistung, den unentgeltlichen Leistungen und der Ortsbestimmung aller Leistungen), die Steuerbefreiungen, auch mit Optionsmöglichkeiten in Bezug auf Immobilien, den Steuersätzen, der Bemessungsgrundlage mit Sonderfällen, Änderung der Bemessungsgrundlage, dem Steuerschuldner, der Entstehung der Steuer, dem Reverse-Charge-Verfahren, Rechnungsvoraussetzungen, dem Vorsteuerabzug, Behandlung EU-grenzüberschreitender touristischer Sachverhalte, dem speziellen Umsatzsteuerrecht in der Tourismuswirtschaft, z. B. Reiseleistungen, Margenregelung mit Bemessungsgrundlage, Steuerbefreiung, Besteuerung, Vorsteuerabzug, Ausnahmen. Umsatzbesteuerung im internationalen Reisegeschäft, branchenspezifische Sonderregelungen. Im Einzelnen u. a. Begriffsdefinitionen „Reiseleistung, Vermittlungsleistungen, Margenbesteuerung“; Abgrenzung Reisevermittlung und Reiseveranstaltung (Eigenleistung), Hotelleistungen und Restauration;					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Vermietung von Veranstaltungsräumen, sonstige übliche Leistungen von Hotels, Events und Messen aus umsatzsteuerlicher Sicht, Grenzüberschreitende Personenbeförderungen; Bus, Bahn und Schiff.

#### Einkommensteuer in der Tourismuswirtschaft

Stellung der Einkommensteuer im Steuersystem, Aufbau des EStG, Erhebungsformen der ESt, Entstehung, Fälligkeit, Anrechnung, unbeschränkte persönliche Steuerpflicht, Veranlagungsarten, sachliche Einkommensteuerpflicht mit den Einkunftsarten, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens und der tariflichen Einkommensteuer.

Im Einzelnen u. a. Einkunftsarten, Einnahmen, Werbungskosten, nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung, Einnahme-Überschuss-Rechnung, Zufluss-Abfluss-Prinzip, Gewinnermittlungsarten, Betriebsausgaben, nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, Steuerbefreiungen, Abgrenzungsprobleme der gewerblichen Einkünfte, Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen. Anrechnung der Gewerbesteuer.

#### Körperschaft-, Gewerbe-, Zuschlagsteuer und das steuerliche Verfahrensrecht

Systematischer Überblick und Grundkenntnisse.

#### Internationales Steuerrecht

Prinzipien und Anwendung von Doppelbesteuerungsabkommen, z. B. Gründung von Betriebsstätten im Ausland, Wegzugsbesteuerung, Arbeitnehmer-Entsendung.

#### **Literatur**

- Bornhofen: Steuerlehre 1, Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1, mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen: Steuerlehre 2, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2, mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Friebel/Schneider/Schoor: Fallsammlung Einkommensteuer, NWB Verlag, aktuelle Auflage.
- Köllen, J. et al.: Lehrbuch Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, aktuelle Auflage, NWB.
- Köllen/Reichert/Schönwald/Wagner: Fallsammlung Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, NWB Verlag, aktuelle Auflage.
- Kortschak/Heizmann: Lehrbuch Umsatzsteuer, NWB Verlag, aktuelle Auflage.
- Maier/Gunsenheimer et al.: Lehrbuch Einkommensteuer, aktuelle Auflage, NWB.
- Walkenhorst/Bolk/Nieskens: Fallsammlung Umsatzsteuer, NWB Verlag, aktuelle Auflage.
- Wolf, C.: Umsatzsteuer in der Touristik mit Freizeitwirtschaft und Business Travel, aktuelle Auflage, ESV Verlag.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Vorlesung, Übung	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang.</li> <li>- können Forschungsansätze realisieren.</li> <li>- verstehen die Bedeutung der Reisemotivation.</li> <li>- können den touristischen Angebots- und Nachfragemarkt sowie dessen Bestandteile, einordnen.</li> <li>- können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren.</li> <li>- verstehen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien.</li> <li>- können Marktforschungsergebnisse interpretieren.</li> <li>- verstehen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen.</li> <li>- verstehen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Spezielle Tourismusbetriebswirtschaft: Grundfragen und Erfassungsmethoden des Tourismus; Daten zur Nachfrage nach touristischen Leistungen anhand des Angebotsmarktes im Tourismus; Einordnung der Geschäfts- und Privatreisen; Herleitung der Reisemotivation mit übergreifenden und speziellen Motivationsansätzen sowie psychologischen Ansätzen; Darstellung des Reiseverhaltens; theoretische Grundlagen zur Kaufverhaltensforschung im Tourismus mit Darstellung spezifischer Aspekte des Reiseentscheidungsprozesses; soziokulturelle, ökologische und ökonomische Bedeutung und Effekte des Tourismus; Grundlagen der Tourismuspolitik					
Marketing im Tourismus: Grundlagen des Tourismusmarketings; Verankerung des Marketings in der Unternehmung; Marktforschung als Grundlage des Marketing-Management-Prozesses; Methoden der strategischen Situationsanalyse; Ansätze zum Zielplanungsprozess; Darstellung strategischer Ansätze; Übersicht über die Instrumente des Marketing-Mix; Grundlagen der Mediaplanung; Marketingkontrolle					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. überarb. und erg. Auflage, 2011, Oldenbourg.</li> <li>- Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, 2. überarb. Auflage, 2018, UVK Lucius.</li> <li>- Kotler, P.: Bowen, J.T.; Makens, J.C.; Marketing of Hospitality and Tourism, 6th Edition, Prentice Hall.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**



### 3. Semester

#### Fremdsprache Niveau B

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h (Prüfungssprache Englisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	G. Bürling H. Paetz K. Sutton K. Rössler J. Varban
Internationales Tourismusmanagement		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen komplexere grammatische Konstruktionen wie Passiv, konditionales Satzgefüge, indirekte Rede, leiten die zugrundeliegenden Regeln anhand von Beispielen ab und wenden sie korrekt in mündlicher und schriftlicher Textproduktion an.</li> <li>- erwerben neue und vertiefen vorhandene Kenntnisse und Fertigkeiten aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder.</li> <li>- wenden erworbene vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie in der komplexeren Textproduktion (Diskussion, Erörterung, Verhandlung, Zusammenfassung, formale Korrespondenz) anspruchsvollerer und authentischer Texte zielgerichtet an.</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens (GER).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz).					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h (Prüfungssprache Französisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	H. Paetz
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		*Voraussetzung für die Teilnahme **Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- leiten grammatische Regeln zu komplexeren Phänomenen wie Passiv, Konjunktiv, Konstruktionen mit Objektpronomen anhand von Beispielen ab und wenden diese korrekt in Wort und Schrift an;</li> <li>- erwerben neue und vertiefen vorhandene wortschatzbezogene Kenntnisse und Fertigkeiten aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder;</li> <li>- wenden erworbene Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsbearbeitung (Zusammenfassung, Erörterung, Diskussion, Verhandlung, formale Korrespondenz) auf der Basis anspruchsvollerer und authentischer Texte mündlich wie schriftlich zielgerichtet an;</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B 2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung und nachfolgende Schritte) im Bereich der Geschäftskorrespondenz					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement International Business Studies Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Spanisch) <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> Empfehlung: Niveau A2		Seminar	G. Bürling
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen grundlegende Strukturen der spanischen Grammatik.</li> <li>- sind in der Lage, sich sowohl mündlich als auch schriftlich in Situationen mit beruflicher Ausrichtung zu verständigen.</li> <li>- können selbstständig Texte und Dialoge durch Lese- und Hörverständnis erschließen.</li> <li>- sind vertraut mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur.</li> <li>- können zu landeskundlichen, wirtschaftlichen oder touristischen Themen Spaniens referieren.</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf Texten zu wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft und ausgewählten Bereichen der spanischen Grammatik (el futuro, el condicional, el indefinido, el subjuntivo).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegas (Klett).</li> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- Vía rápida (Klett).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Bilanzierung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung, Gruppenarbeit	Prof. Dr. R. Hauschild
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Gesetzestexte/Rechnungslegungsregelwerke auf Sachverhalte des externen Rechnungswesens anzuwenden.</li> <li>- können für verschiedene Rechtsformen eigenständig einen Einzelabschluss erstellen.</li> <li>- sind in der Lage, wirtschaftliche Sachverhalte in den Berichtsbestandteilen aufzuschlüsseln.</li> <li>- können Vorgaben zum Ansatz, zur Bewertung und zum Ausweis beurteilen und anwenden.</li> <li>- können Spielräume für den Jahresabschluss gemäß der Zielrichtung der Bilanzierenden nutzen.</li> <li>- können unternehmerische Auswirkungen i. V. m. Jahresabschlussmaßnahmen ableiten.</li> <li>- können die Ergebnisse eines Jahresabschlusses interpretieren, nutzen und präsentieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Aufgaben der Handels- und Steuerbilanz sowie des IFRS-Abschlusses, nationale und internationale Rechtsnormen und Komponenten des Einzelabschlusses, Grundlagen der Bilanzierung, Bewertung und des Ausweises gemäß nationalem und internationalem Bilanzrecht (HGB, EStG, IFRS), Rechtsformbesonderheiten, Verbindung und Abgrenzung zum Bilanzsteuerrecht, Ansatz, Bewertung und Ausweis des Anlage- und Umlaufvermögens, Bilanzierung des Eigenkapitals, Bilanzierung und Bewertung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten, Rechnungsabgrenzung, latente Steuern, Inhalte der Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht, Jahresabschlusspolitik, Abgrenzung Einzel- und Konzernabschluss, öffentliche Rechnungslegung, Anpassungen an den Wandel der Rahmenbedingungen für das externe Rechnungswesen, Vorbereitungen und Umsetzungsschritte für den Einzelabschluss.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf.</li> <li>- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München.</li> <li>- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart.</li> <li>- Grottel, B. u. a. (Hrsg.): Beck'scher Bilanzkommentar, München.</li> <li>- Harms, J. E./Marx, J.: Bilanzrecht in Fällen, Herne.</li> <li>- Heno, R.: Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS), Berlin.</li> <li>- Wild, J. J.: Financial Accounting, Information for Decisions, New York.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundlagen des Controllings					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Drees-Behrens Prof. Dr. A. Schmidt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Ziele und Aufgaben des (Unternehmens-) Controllings.</li> <li>- können funktionale, institutionelle und instrumentale Sichtweisen unterscheiden.</li> <li>- sind in der Lage, das Unternehmenscontrolling von verwandten Bereichen abzugrenzen.</li> <li>- kennen die historische Entwicklung des Controllings und aktuelle Anforderungen.</li> <li>- können die kurzfristige Entscheidungsorientierung durch Kostenspaltung sicherstellen.</li> <li>- können die Deckungsbeitragsrechnung zur Optimierung des kurzfristigen Absatz- und Produktionsprogramms, zur Bestimmung von Preisgrenzen, zur Beurteilung von Zusatzaufträgen sowie für die Verfahrenswahl und für die Make or buy-Entscheidung einsetzen.</li> <li>- sind in der Lage, die unterschiedlichen Formen der Plankostenrechnung zur Kontrolle der Wirtschaftlichkeit einzusetzen (Preis-, Beschäftigungs-, Verbrauchs- und Gesamtabweichung).</li> <li>- können die Auswirkungen des Einsatzes der Plankostenrechnung auf Kalkulation und Ergebnisrechnung aufzeigen.</li> <li>- können die traditionelle Kostenrechnung zur Prozesskostenrechnung erweitern.</li> <li>- können die aus der Prozesskostenrechnung resultierenden Effekte deutlich machen.</li> <li>- kennen weitere Ansätze des Kostenmanagements.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundlagen des Unternehmenscontrollings: Ziele und Aufgaben, funktionale, institutionelle und instrumentale Sicht, Abgrenzung zu verwandten Bereichen, Entwicklung und aktuelle Herausforderungen; Kostenspaltung; Deckungsbeitragsrechnung: Ziele und Aufgaben, Entscheidungsfundierung: Programmplanung, Preisunter- und Preisobergrenzen, Zusatzaufträge, Verfahrenswahl, Eigenfertigung oder Fremdbezug; Plankostenrechnung: Ziele und Aufgaben, Planung und Kontrolle der Kosten bei starrer sowie flexibler Plankostenrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis, Kalkulation und Ergebnisrechnung in der Plankostenrechnung; Controlling mithilfe der Prozesskostenrechnung: Ziele und Aufgaben, Methodik, Abgrenzung zum Activity Based Costing, Prozess- und Grenzplankostenrechnung im Vergleich; Überblick zu weiteren Ansätzen des Kostenmanagements.					
Literatur (jeweils neueste Auflage verwenden)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amann, K./Petzold, J.: Management und Controlling, Instrumente – Organisation – Ziele, Wiesbaden (Springer Gabler).</li> <li>- Britzelmaier, B.: Controlling, Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Hallbergmoos (Pearson).</li> <li>- Däumler, K./Grabe, J.: Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Herne (NWB).</li> <li>- Däumler, K./Grabe, J.: Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung und Kostenmanagement, Herne (NWB).</li> <li>- Drees-Behrens, C./Schmidt, A.: Aufgaben und Fälle zur Kostenrechnung, München (Oldenbourg).</li> <li>- Jung, H.: Controlling, München (Oldenbourg).</li> <li>- Schmidt, A.: Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, Stuttgart (Kohlhammer).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart (Schäffer-Poeschel).					
<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang: Tourismusmanagement</b>					
<b>Personalführung</b>					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung, Seminar	Prof. Dr. S. Reinmann Prof. Dr. D. Appelt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen führungs- und verhaltenswissenschaftliche Grundlagen und Modelle und können diese erklären.</li> <li>- kennen die Wechselbeziehungen zwischen Personal, Arbeitszufriedenheit, Mitarbeiterleistung und Unternehmenserfolg und können passendes Führungsverhalten diskutieren.</li> <li>- verstehen die Einflussgrößen auf das Leistungsverhalten der Mitarbeiter.</li> <li>- kennen die Bausteine des Kompetenzprofils von Führungskräften im Unternehmen und können Fach- und Sozialkompetenzen kritisch differenzieren.</li> <li>- erkennen personalwirtschaftliche Problemfelder im Unternehmen und können Lösungsansätze für diese entwickeln.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse über betriebswirtschaftliche Grundlagen (Produktionsfaktor Arbeit)</li> <li>- Kenntnisse über psychologische Grundbegriffe und Zusammenhänge</li> <li>- Kenntnisse über soziologische Grundbegriffe und Zusammenhänge</li> <li>- das Unternehmen als Sozialgefüge</li> <li>- Kommunikationsmodelle</li> <li>- Kommunikationsstruktur im Team / im Unternehmen</li> <li>- Sozialkompetenz als Schlüsselqualifikation (soft skills)</li> <li>- Diversity Management im Unternehmen</li> <li>- Führungsmittel, Führungsstile, Führungstechniken</li> <li>- Führungsrolle</li> <li>- Motivationale Aspekte im Führungsprozess</li> <li>- Fallbearbeitung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Lehrbücher jeweils in aktueller Auflage:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Becker: Personalwirtschaft, Schäffer Poeschel Verlag.</li> <li>- Berkel: Konflikttraining, Arbeitshefte Führungspsychologie, Windmühle Verlag.</li> <li>- Crisand, Rahn: Das Mitarbeitergespräch als Führungsinstrument, Arbeitshefte Führungspsychologie, Windmühle Verlag.</li> <li>- Jost: Organisation und Motivation: eine ökonomisch-psychologische Einführung, Gabler Verlag.</li> <li>- Kauffeld: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag.</li> <li>- Olfert: Personalwirtschaft, Kiehl Verlag.</li> <li>- Robbins, Coulter, Fischer: Management - Grundlagen der Unternehmensführung, Pearson Verlage.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Robbins, Judge: Essentials of Organizational Behavior, Pearson Verlag.
- Schuler (Hrsg.): Lehrbuch der Personalpsychologie, Hogrefe Verlag.
- Schuler, Sonntag: Handbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie, Hogrefe Verlag.
- Steiger, Lippmann: Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte: Führungskompetenz und Führungswissen. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Von Rosenstiel, Regnet, Domsch (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Schäffer Poeschel Verlag.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
BWL – Investition und Finanzierung						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
3	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Bank- und Versicherungswirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung und Selbststudium (Lerngruppen empfohlen)	Prof. Dr. S. Janßen Prof. Dr. H. Plate Dr. C. Wobbe	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>				
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden können Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte beschreiben.</li> <li>- Sie können die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und Finanzierungsformen voneinander abgrenzen.</li> <li>- Sie sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen.</li> <li>- Die Studierenden können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen.</li> <li>- Sie können einfache Finanzplanungstechniken fallbezogen anwenden.</li> <li>- Studierende haben Erfahrung mit komplexen Zusammenhängen und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich arbeiten.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns, Investitionsbegriff, Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung</li> <li>- Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung</li> <li>- Methoden der Kapitalbedarfsplanung</li> <li>- Finanzierungsbegriff, Funktionen, Struktur und Akteure der Finanzmärkte</li> <li>- Finanzierungsarten und Finanzierungsformen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung)</li> <li>- Finanzierung bei besonderen Anlässen</li> <li>- Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen</li> <li>- Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt)</li> <li>- Grundzüge der Finanzplanung</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Becker, H. P.: Investition und Finanzierung. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Wiesbaden (Springer Gabler Verlag).</li> <li>- Brealey, R./Myers, S.: Principles of Corporate Finance, New York (McGraw-Hill Verlag).</li> <li>- Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne/Berlin (NWB Verlag).</li> <li>- Däumler, K.-D.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, Herne (NWB Verlag).</li> <li>- Drees-Behrens, C./Kirspel, M./Schmidt, A./Schwanke, H.: Finanzmathematik, Investition und Finanzierung, München Wien (Oldenbourg Verlag).</li> <li>- Jahrmann, F.-U.: Finanzierung, Herne/Berlin (NWB Verlag).</li> <li>- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München (Vahlen)</li> </ul>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Verlag).

- Walz, H./ Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung, Heidelberg (Verlag Recht und Wirtschaft).
- Wöhe, G./Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München (Vahlen Verlag).
- Zantow, R./Dinauer, J.: Finanzierung, München (Pearson Verlag).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
E-Commerce im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5 h	Vorlesung (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	J. Freimann	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen den Aufbau, die Dienstleistungen und die standardisierten Einsatz- und Nutzungsbedingungen Globaler Distributionssysteme (GDS) und ihrer Front-, Mid- und Backoffice-Dienste.</li> <li>- sind befähigt, diese zentralen IT-Service-Systeme im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse, Märkte und Geschäftsmodelle zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Dienstleistungen von Business Travel Management-Systemen und sind befähigt, sie im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse und Märkte zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen die technischen Grundstrukturen des Internets und sind fähig, daraus besondere Anforderungen an die Realisierung von tourismuswirtschaftlichen E-Commerce-Prozessen abzuleiten und in Systemkonzepte zu integrieren, sie kennen die Schnittstellen zwischen tourismuswirtschaftlicher Anwendung und systemtechnischer Realisierung.</li> <li>- erkennen die Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen.</li> <li>- kennen und verstehen die besonderen innovativen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologien.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p><u>Globale Distributionssysteme (GDS):</u> Aufbau, Dienstleistungen, standardisierte Verfahren, Nutzungs- und Einsatzbedingungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse, Kosten- und Investitionskriterien, relevante tourismuswirtschaftliche Entwicklungen mit GDS-Bezug</p> <p><u>Business Travel Management-Systeme:</u> Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse</p> <p><u>Technologie des Internets</u> und Voraussetzungen zum Electronic Commerce in der Tourismuswirtschaft, besondere Anforderungen an die Entwicklung web-basierter E-Commerce-Systeme, insbesondere: Aktualität und dynamische Web-Seiten, Transaktionssicherheit, Zahlungsverkehr und Datenschutz, Schnittstellen zu den Tourismus-Datenbanken und Reservierungssystemen</p> <p><u>Virtuelle Reisemittler</u> und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und automatisierte Geschäftsprozesse</p> <p><u>Besonderen Möglichkeiten,</u> Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web 2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management</p> <p><u>Mobile Internet Dienste,</u> insbesondere ortsbasierte Dienste/Location Based Services</p> <p>Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen</p>					
Literatur					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.): eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015.

## 4. Semester

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
Praxissemester Tourismusmanagement						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
4	Semesterweise	1	Pflicht	30	20 Wochen Praktikum	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					40 h	860 h (20 Wochen Praktikum)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		SL: (Praxisbericht und Referat)	Seminar + Praktikum	Prof. Dr. T. Kirstges  Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		* Mindestens 60 LP aus dem 1. bis 3. Semester vorliegend ** Vorbereitende Lehrveranstaltung				
Qualifikationsziele						
<p>Das Praxissemester soll es den Studierenden ermöglichen, die bis dahin im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der tourismuswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung auszubauen. Die im Praktikum gewonnenen Erkenntnisse sollen ihrerseits wieder im darauffolgenden Studium reflektiert und in den Lehrveranstaltungen eingebracht werden. Die begleitende Lehrveranstaltung soll die Studierenden auf dieses Praxissemester vorbereiten. Sie hat insbesondere folgende Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Austausch von Informationen zwischen den Studierenden: Die Praktikanten berichten über ihre Erfahrungen mit der Praxissemesterstelle, zeigen typische Arbeitsweisen in den Unternehmen der Tourismusbranche auf etc.</li> <li>- Marktüberblick Tourismus: Die Studierenden gewinnen einen Einblick in Unternehmen aus den unterschiedlichen touristischen Branchen (Reisemittler, Reiseveranstalter, Hotelbetriebe, Airlines, Busunternehmen, Zielgebietsorganisationen etc.); sie lernen zahlreiche Tourismusunternehmen als potentielle Arbeitgeber kennen.</li> <li>- Vermittlung der formalen und inhaltlichen Richtlinien zur Vorbereitung und Gestaltung des Praxissemesters bzw. des Praxissemesterberichts.</li> <li>- Vorbereitung der Studierenden auf eine Bewerbung auf eine Praktikumsstelle bzw. eine spätere Arbeitsstelle (Bewerbertraining).</li> <li>- Schulung der sozialen und kommunikativen Kompetenz durch Präsentationen, Diskussionen, Rollenspiele etc.</li> <li>- Schulung von typischen Praktikanten- bzw. Assistententätigkeiten (z. B. Erstellung von Sitzungsprotokollen, Vorbereitung von Präsentationen etc.).</li> <li>- Einblicke in die spätere Berufstätigkeit durch Gastvorträge, insbesondere von ehemaligen Studierenden.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<p>Das Praxissemester umfasst ein Praktikum von mindestens 20 Wochen Dauer, abzuleisten wahlweise im In- oder Ausland in einem Unternehmen aus der Tourismusbranche sowie je ein vor- bzw. nachbereitendes Praktikantenseminar. Studierende können sich ihr Praktikumsunternehmen im Rahmen der Vorgaben des Fachbereichs selbst wählen; für das Praktikum zugelassene Unternehmen werden durch den Fachbereich definiert. Studierende werden zum Praktikum zugelassen, wenn sie mindestens 60</p>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Leistungspunkte nachweisen können und die vorbereitende Seminarveranstaltung abgeschlossen haben. Über das Praxissemester ist ein Praxisbericht zu erstellen. Durch den Praxisbericht soll festgestellt werden, ob die Studierenden gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen das Praxissemester thematisch zugeordnet ist, besitzen und fähig sind, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus.

1. Phase: Praktikantenseminar Teil A (vorbereitende Lehrveranstaltung): Die das Praxissemester vorbereitende Lehrveranstaltung findet in der Hochschule vor dem Praktikum statt und hat Vorbereitungsfunktion. Es ist ein Praktikumsplan zu erarbeiten, in dem die Betreuung durch die Professoren festgelegt wird. Es werden die für das Praktikum erforderlichen Soft-Skills verdeutlicht; hierzu gehören insbesondere Selbst-Organisation und zielgerichtetes Handeln, Teamfähigkeit und Konfliktmanagement. Darüber hinaus erhalten die Studierenden eine Handreichung zu den rechtlichen und organisatorischen Bedingungen der Praxisphase. Die von den Ausbildungsstellen der praktischen Tätigkeit zu erfüllenden Mindestkriterien werden den Studierenden dargelegt. Für die Praktika im Ausland erhalten die Studierenden eine Einweisung in die Anpassung an andere kulturelle Lebenswelten. Die für eine Bewerbung erforderlichen Kenntnisse werden vermittelt (Bewerbertraining). Hochschulexterne Referenten bieten Unternehmenspräsentationen, Einblicke in die Berufspraxis und Karrieretipps.

2. Phase: Praktikum: Dieses besteht in einer betreuten Tätigkeit in einer Unternehmung der Tourismuswirtschaft im In- oder Ausland, die eine dem Ausbildungsziel entsprechende Tätigkeit erwarten lässt. Der Betreuer/die Betreuerin überwacht die Einhaltung des Praktikumsplans. Im Rahmen des anwendungsorientierten Studiums nimmt das Praxissemester eine besondere Stellung ein, da sie den Studierenden in geeigneten Betrieben praktische Erfahrungen und Kenntnisse zur Ergänzung des Lehrangebots an der Hochschule zu vermitteln hat und die Gelegenheit bietet, die erworbenen Kompetenzen in einem praktischen Kontext umzusetzen. Die Studierenden sind im Rahmen dieser Tätigkeit in Arbeitsabläufe des Betriebs einzubinden. Im Praxissemester haben sich die Studierenden einerseits mit der organisatorischen Struktur und der Kultur der gewählten Institution vertraut zu machen, andererseits haben sie ihre eigenen fachlichen, methodischen, personalen und sozialen Kompetenzen unter Beweis zu stellen. Darüber hinaus sollen die Studierenden konkrete Erfahrungen für die Bedeutung theoretischen Wissens zur Lösung realer Probleme sammeln, um damit Erkenntnisse für ihr weiteres Studium zu gewinnen und ihre Chancen auf einen Einstieg ins Beschäftigungssystem zu verbessern.

3. Phase: Praktikantenseminar Teil B (nachbereitende Lehrveranstaltung): Die nachbereitende Lehrveranstaltung findet in der Hochschule nach dem Praktikum statt. Hier sollen die Studierenden ihre Erfahrungen reflektieren und das im Praktikum Gelernte abstrakt erkennen und darstellen. Die Anwendung der bisher gelernten Methoden und Verfahren sowie deren Praxisbezug sollen dargestellt werden. Dabei haben die Studierenden ihre Praxisberichte zu erstellen und zu präsentieren und ihre sich aus dem Praktikum ergebenden Fragen, Ergebnisse und Erfahrungen zu diskutieren. Im Vordergrund steht die Reflexion der Studierenden über das im Praktikum Gelernte. Danach sind die Studierenden besser in der Lage, theoretisches Wissen und praktische Fragestellungen miteinander zu verknüpfen.

#### **Literatur**

- Engst, Judith, Duden Ratgeber - Professionelles Bewerben, neueste Auflage.
- Schade, Georg Friedrich, Praktikumsrecht, neueste Auflage.
- Theisen, René M., Wissenschaftliches Arbeiten, neueste Auflage.

## 5. Semester

### Studienschwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Destination Management A: Grundlagen des Destination Managements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit oder mündliche Prüfung		Vorlesung	Prof. Dr. E. Schmoll
Internationales Tourismusmanagement		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
Wirtschaft im Praxisverbund dual		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung im kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen.</li> <li>- beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit sowie virtuellem Unternehmen und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor.</li> <li>- bestimmen die verschiedenen Angebots- wie Nachfragefaktoren einer touristischen Destination.</li> <li>- können die Destinations-Entwicklung sowie Change- und Innovationsprozesse in Destinationen koordinieren.</li> <li>- wenden grundlegende Aspekte der Netzwerktheorie sowie des Verhandlungsmanagements an.</li> <li>- können Maßnahmen zur touristischen Nachhaltigkeit beurteilen.</li> <li>- wenden Qualitätsmanagementprozesse auf eine Destination-Management-Organisation an.</li> <li>- können verschiedene Aufbauorganisationsformen und spezifische Aspekte der Personalführung in einer Destination-Management-Organisation unterscheiden und entwerfen.</li> <li>- beurteilen Modelle der Finanzierung von öffentlichen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen.</li> <li>- erlangen grundlegende Kenntnisse in allen für eine Destination-Management-Organisation relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, der Kostenrechnung, der wirtschaftlichen Planung und des Controllings.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben von Destination-Management-Organisationen</li> <li>- touristische Destinationen als virtuelles Unternehmen</li> <li>- Aspekte der Führung von virtuellen Unternehmen</li> <li>- Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor</li> <li>- Touristische Nachfragefaktoren und Angebotsfaktoren aus Sicht der Destination</li> <li>- Grundzüge des Strategischen Developments sowie Initiierung von Change- und Innovationsprozessen in touristischen Destinationen</li> <li>- Netzwerkmanagement und Verhandlungsmanagement im Kontext des virtuellen Unternehmens</li> <li>- Touristische Nachhaltigkeit</li> <li>- Qualitätsmanagement im Destination Management</li> <li>- Organisationsstrukturen und Rechtsformen im Destination-Management</li> <li>- Grundzüge des Public Managements und der Tourismuspolitik</li> <li>- Finanzierung, Rechnungslegung und Controlling von kommunalen Tourismusorganisationen</li> <li>- Besondere rechtliche Aspekte des Destination-Managements</li> </ul>					
- <b>Literatur</b>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg.
- Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media.
- Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Destination Management B: Destination Development					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung Problem Based Learning	Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- entwerfen Entwicklungsstrategien und Gestaltungsoptionen von Destinationen.</li> <li>- wenden Planungssysteme und Führungstools innerhalb einer Destination-Management-Organisation an.</li> <li>- können verschiedene Organisations- und Rechtsformen von Destination-Management-Organisationen einander gegenüberstellen und vergleichen.</li> <li>- planen Netzwerk- und Kooperationsformen innerhalb einer Destination.</li> <li>- konzipieren eine touristische Destination unter den Gesichtspunkten nachhaltiger Entwicklung.</li> <li>- kennen wesentliche Problemstellungen in der operativen wie strategischen Führung von Destinationen und können diese aktiv lösen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Typische Problemstellungen in der operativen wie strategischen Führung von Destination-Management-Organisationen und touristischen Destinationen als virtuelles Unternehmen</li> <li>- Entwicklungsstrategien von Destinationen und deren Umsetzung</li> <li>- touristische Inwertsetzung von touristischen Räumen und Sehenswürdigkeiten</li> <li>- Planungssysteme und Führungstools einer Destination-Management-Organisation</li> <li>- Fallstudie (Problem Based Learning)</li> <li>- Planspiel zum Destination Management</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg.</li> <li>- Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media.</li> <li>- Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: (Klausur 1h und Referat) oder Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung in seminaristischer Form mit Lehrvortrag, Präsentationen, Gruppenarbeiten	Prof. Dr. I. Behn-Künzel	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die existierenden Gesundheitsmärkte charakterisieren, differenzieren sowie Verflechtungen zwischen diesen identifizieren und bewerten.</li> <li>- verstehen die Grundmodelle von Gesundheitssystemen und sind in der Lage, diese auf nationale Gesundheitssysteme zu transferieren.</li> <li>- verstehen ökonomische, rechtliche und gesundheitspolitische Zusammenhänge im deutschen Gesundheitssystem und können diese im Kontext der Systemakteure darstellen und beurteilen.</li> <li>- können relevante gesundheitswissenschaftliche Paradigmen und Konzepte identifizieren und abgrenzen.</li> <li>- sind in der Lage, den Gesundheitstourismus in seiner Struktur und Ausgestaltung zu systematisieren und zu erklären sowie mit den gesellschaftlichen, gesundheitspolitischen, gesundheitswissenschaftlichen und historischen Kenntnissen zu verknüpfen.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<p><u>Grundlagen des Gesundheitstourismus:</u> Terminologie und Systematisierungsansätze, gesellschaftliche und historische Einflussfaktoren, Markttreiber des neuen Gesundheitstourismus, Marktdaten und Marktvolumina, Struktur und Charakteristika von Angebot und Nachfrage;</p> <p><u>Grundzüge des deutschen Gesundheitssystems:</u> Einordnung Deutschlands in Grundmodelle internationaler Gesundheitssysteme, Grundmerkmale und -prinzipien sozialer Sicherung im Krankheitsfall, Struktur und Handlungsfelder der Sozialversicherungsträger sowie ihre Bedeutung für den Gesundheitstourismus, Struktur und Handlungsfelder der ambulanten und stationären Versorgung, Gesundheitspolitik und Sozialgesetzgebung mit ihren Auswirkungen auf die (Gesundheits-) Tourismuswirtschaft, aktuelle Marktdaten und Kennzahlen zum deutschen Gesundheitssystem und deren Akteure, Merkmale und Zusammenspiel der Gesundheitsmärkte;</p> <p><u>Gesundheitswissenschaftliche Grundlagen:</u> Verständnis von Gesundheit und Krankheit im Kontext verschiedener Wissenschaftsdisziplinen, Prävention und Gesundheitsförderung im Kontext von Salutogenese, Pathogenese und evidenzbasierter Medizin, Basisdaten zum Gesundheitsverhalten der Bevölkerung, Struktur und Ausgestaltung von Vorsorge- und Rehabilitationsmaßnahmen im Gesundheitstourismus.</p>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berg, W. (2008): Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München: Oldenbourg.</li> <li>- Blümel, S. / Franzkowiak, P. (2011): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden, hrsg. v. BZgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.</li> <li>- Cassens, M. (2013): Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung, München: Oldenbourg.</li> <li>- Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.</li> </ul>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Heise, P. / Axt-Gadermann, M. (2018): Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die „Generation plus“ den Markt verändert, Wiesbaden: Springer, Gabler.
- Illing, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.
- Knoll, Gabriele M. (2018): Handbuch Wellnesstourismus, München: UVK.
- Nagel, E. (Hrsg., 2013): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Struktur, Leistungen, Weiterentwicklung, 5. Aufl., Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.
- Naidoo, J. / Wills, J. (2010): Lehrbuch der Gesundheitsförderung, 2. Aufl., hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Preusker, U. K. (2015): Das deutsche Gesundheitssystem verstehen. Strukturen und Funktionen im Wandel, 2. Aufl., Heidelberg: medhochzwei.
- Rulle, M. (2004/2008): Der Gesundheitstourismus in Europa. Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, Bd. 4 der Eichstätter Tourismuswissenschaftlichen Beiträge, München: Profil.
- Smith, M./Puczkó, L. (2014): Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical Travel, 2nd ed., New York: Routledge.
- Simon, M. (2017): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise, 6. Aufl., Bern: Hogrefe.
- Specke, H. K. (2005): Der Gesundheitsmarkt in Deutschland. Daten – Fakten – Akteure, 3. Aufl., Bern et al.: Verlag Hans Huber.
- Vogt, C. / Pforr, Ch. (2014): Wellness Tourism. A Destination Perspective, London: Routledge.

Diverse Veröffentlichungen von Behörden (u. a. Gesundheitsberichterstattung des Bundes, BZgA, Ministerien), Fachverbänden und weiteren Institutionen sowie Bundesgesetze.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung in seminaristischer Form mit Lehrvortrag, Fallstudien, Gruppenarbeiten und Präsentationen	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen spezifische Theorien und Konzepte im Kontext von Bedürfnissen, Lebensqualität, Glück und Marktsegmentierung und können diese auf die Nachfrage im Gesundheitstourismus übertragen und ihre Bedeutung für diese einschätzen.</li> <li>- können die verschiedenen Produktkonzepte und Angebotssparten im Gesundheitstourismus differenzieren.</li> <li>- sind in der Lage, innovative gesundheitstouristische Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu entwickeln und vorhandene Marktangebote zu beurteilen.</li> <li>- können betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen strukturieren und vergleichen sowie diese mit Kenntnissen aus der Anwendung einer Spa-Software verknüpfen.</li> <li>- können relevante Konzepte und Methoden des Qualitätsmanagements identifizieren und diese auf Einrichtungen im Gesundheitstourismus übertragen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p><u>Vertiefende Aspekte zur Nachfrage im Gesundheitstourismus</u>, insbesondere Theorien zur Bedürfnisbefriedigung, Lebensqualität und Glücksforschung, Ansätze zur Segmentierung der Nachfrage; inhaltliche Ausgestaltung und Verknüpfung der Produktkonzepte Wellness und Medical Wellness, Grundlagen des Medizintourismus;</p> <p><u>Gesundheitstouristische Angebotsgestaltung</u> im Kontext verschiedener Angebotssparten, v. a. rechtliche und inhaltliche Aspekte der GKV-geförderten Primärprävention im Rahmen des Gesundheitstourismus, Ansätze zur Vermarktung gesundheitstouristischer Angebote, Analyse und Beurteilung diversifizierter gesundheitstouristischer Angebote am Markt;</p> <p><u>Betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer Einrichtungen</u>, insbesondere Struktur von Investitions-, Betriebskosten und Erlösen, Kennzahlen im Spa-Management;</p> <p><u>Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus</u>, insbesondere Notwendigkeit/Bedeutung, Methoden zur Konzeptionierung, Messung und Sicherstellung von Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit im Kontext von Tourismus und Gesundheit, Analyse und Beurteilung spezifischer Qualitätsmanagementansätze im Gesundheitstourismus.</p>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benkenstein, M. (1993): Dienstleistungsqualität. Ansätze zur Messung und Implikationen für die Steuerung, in: ZfB, Jg. 63, H. 11, S. 1095-1116.</li> <li>- Bruhn, M. (ab 2011): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin und Heidelberg: Springer Verlag.</li> <li>- Bruhn, M./Stauss, B. (aktuellste Aufl.): Dienstleistungsqualität. Konzepte, Methoden, Erfahrungen, Wiesbaden: Gabler Verlag.</li> <li>- Cassens, M. (2013): Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung, München: Oldenbourg.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Dettmer, H. (Hrsg., 2004): Wellness in der Hotellerie, Stuttgart: Holland+Josenhans.
- Edvardsson, B./Roos, I. (2001): Critical incident technique. Towards a framework for analysing the criticality of critical incidents, in: International Journal of Service Industry Management, Vol. 12 (3), S. 251-268.
- Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.
- Haller, S. (1993): Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität. Überblick zum State of the Art, in: zfbf 45 (1/1993), S. 19-40.
- Heise, P. / Axt-Gadermann, M. (2018): Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die „Generation plus“ den Markt verändert, Wiesbaden: Springer, Gabler.
- Iling, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.
- Klein, A. (2014): Lifestyles of Health and Sustainability: Gestaltung touristischer Angebote unter Berücksichtigung der LOHAS, Diss., Bd. 2 der Schriftenreihe Touristik. Interdisziplinäre Beiträge zur Tourismuswissenschaft, Hamburg: Dr. Kovac.
- Knoll, G. M. (2018): Handbuch Wellnesstourismus, München: UVK.
- Krczal, A./Weiermair, K. (Hrsg., 2011): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen. Erfolg durch Kundenorientierung und hohe Standards, Berlin: ESV.
- Lanz Kaufmann, E. (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investition und Qualitätsverbesserungen, Bd. 38 der Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, hrsg. v. FIF, Bern: FIF.
- Müller, H. (2000): Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Berlin, Stuttgart und Wien: Haupt Verlag.
- Nahrstedt, W. (2008): Wellnessbildung. Gesundheitssteigerung in der Wohlfühlgesellschaft, Berlin: ESV.
- Olandt, H. (1998): Dienstleistungsqualität in Krankenhäusern. Operationalisierung und Messung der Patientenwahrnehmung, Diss., Gabler Edition Wissenschaft, Marketing und Innovationsmanagement, hrsg. v. M. Benkenstein, Wiesbaden.
- Parasuraman, A./Zeithaml, V.A./Berry, L.L. (1985): A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, in: Journal of Marketing, Vol. 49, Fall, S. 41-50.
- Pechlaner, H./Fischer, E. (Hrsg., 2006): Qualitätsmanagement im Tourismus. Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit, Bd. 15 der Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur der EURAC, Wien: Linde.
- Richter, B./Pütz-Willems, M. (Hrsg., 2002): Wellness + Wirtschaft. Professionell und Profitabel. Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten, Augsburg: Willems.
- Smith, M./Puczkó, L. (2014): Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical Travel, 2nd ed., New York: Routledge.
- Sonnenschein, M. (2009): Medical Wellness & Co. Der Gesundheitsvorsorge-tourismus in Deutschland. Angebot und Nachfrage im Wandel, Diss., Berlin.
- Wiesner, K.A. (2007): Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin: ESV.

Veröffentlichungen von Behörden, Fachverbänden und Institutionen (u.a. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, Deutscher Heilbäderverband e.V., Ministerien, Krankenversicherungen).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen.</li> <li>- der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controllings und der Reisepreiskalkulation.</li> <li>- vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin.</li> <li>- lernen die spezifischen IT-Fragestellungen und ausgewählte IT-Systeme der Reiseveranstalter-/Reisemittler-Branche im Anwendungskontext kennen.</li> <li>- können die Eignung dieser Systeme bewerten und die Aufgaben des Informations- und Rechnungswesens IT-gestützt erledigen.</li> <li>- erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Besonderheiten der Buchführung in Touristikunternehmen; steuerrechtliche Besonderheiten bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern (insbes. Margenbesteuerung gemäß UStG); Kostenrechnung und Controlling, Cash-Management; Preiskalkulation und Preisgestaltung bei Reiseveranstaltern/-mittlern; Provisionsysteme; EDV-gestützte Kontingentsplanung und Preiskalkulation, Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware; Konfiguration von Hard- und Software in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern; logischer Aufbau und praktische Handhabung von Inhouse- und Host- Reservierungssystemen/GDS für Reiseveranstalter und -mittler; Möglichkeiten und Probleme der Anbindung von Reiseveranstaltern an Reservierungssysteme und andere elektronische Vertriebssysteme; Fallstudien zu o. g. Inhalten.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bach, Thomas, Buchführung, Jahresabschluss und Controlling im Reiseverkehrsunternehmen, hrsg. vom DRV, neueste Auflage.</li> <li>- de la Motte, Günter, All inclusive Fachwissen Tourismus (Band 3), Rechnungswesen für Touristiker, neueste Auflage.</li> <li>- Fischer, Regina, Dienstleistungs-Controlling, neueste Auflage.</li> <li>- Füh, Günter / Walter, Erich, Buchführung für Reiseverkehrsunternehmen, hrsg. vom DRV, neueste Auflage.</li> <li>- Hässel, Günter / Rummel, Jörg, Besteuerung, Buchführung und Vertragsrecht der Reisebüros, neueste Auflage.</li> <li>- Henkel, H.J., Die Umsatzsteuer der Reisebüros und Reiseveranstalter, neueste Auflage.</li> <li>- Kamphausen, Rudolf E., Buchführung für Reiseverkehrskaufleute: mit Prüfungsaufgaben, neueste Auflage.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage.
- Künzel, Beatrix / Thieß, Rainer, Rechnungswesen für Tourismus und Reiseverkehr, neueste Auflage
- Preißner, Andreas, Praxiswissen Controlling, neueste Auflage.
- Schulz, Axel / Weithöner, Uwe, eTourismus: Prozesse und Systeme, neueste Auflage.
- Schulz, Axel / Weithöner, Uwe, Informationsmanagement im Tourismus - E-Tourismus, neueste Auflage.
- Wolf, Cyrilla, Umsatzsteuer in der Touristik, neueste Auflage.
- Zantow, Roger, Finanzierung, neueste Auflage

sowie die gesetzlichen Grundlagen/Gesetzestexte (UStG etc.).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen.</li> <li>- erlangen vertiefte Kenntnisse in folgenden juristischen Bereichen: reiserechtliche Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze; rechtliche Stellung des Reiseveranstalters und des Reisemittlers; Urteile zum Reiserecht in Deutschland; Gestaltung der AGB beim Reiseveranstalter; aktuelle Probleme des Wettbewerbsrechts.</li> <li>- erlangen die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Lösung von Rechtsfällen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Historische Entwicklung und heutige Bedeutung des Veranstalter- und Reisemittlermarktes (weltweit, europaweit, in Deutschland); dienstleistungsspezifische und daraus resultierende betriebswirtschaftliche und rechtliche Besonderheiten der Veranstalter- und Reisemittlerleistungen; ausgewählte quantitative und qualitative Aspekte der Tourismuskonsums, insbesondere Tourismustrends inkl. ökologischer Aspekte (Nachhaltigkeit); Arbeitsmarkt Reiseveranstalter/-mittler inkl. Tarif- und Arbeitsverträge und deren rechtlicher Rahmen; Prozess der Wertschöpfung, Wertschöpfungskette und Grundlagen des Wertschöpfungsmanagements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; Reisevertragsrecht (insbes. rechtliche Relevanz der Reisekataloge und sonstiger Trägermedien; Regelungen und Rechtsprechung zu § 651 BGB; Recht der Allgemeinen Reisebedingungen); Grundzüge internationaler rechtlicher Rahmenbedingungen (insbes. Montrealer Abkommen und EU-Richtlinien zur Entschädigung von Reisenden); wettbewerbsrechtliche Aspekte des Touristikmarketing (insbes. UWG, PAngVO); Insolvenzabsicherung; Beispiele früherer höchstgerichtlicher und aktueller Rechtsprechung; Reklamations-/Qualitätsmanagement in der Veranstalterpraxis; Fallstudien und Rechtsfälle					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bechhofer, Jack, Reisevertragsrecht, neueste Auflage.</li> <li>- Berg, Waldemar, Tourismusmanagement, neueste Auflage.</li> <li>- Eckert, Hans-Werner, Die Risikoverteilung im Pauschalreiserecht, neueste Auflage.</li> <li>- Eisner, Helmut, Reiserecht-Entscheidungen, hrsg. vom ADAC-Verlag, neueste Auflage.</li> <li>- Falk, Bernd (Hrsg.), Dienstleistungsmarketing, neueste Auflage.</li> <li>- Freyer, Walter, Tourismus-Marketing, neueste Auflage.</li> <li>- Führich, Ernst, Reiserecht, Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, neueste Auflage.</li> <li>- Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, Grundzüge des Zivil-, Handels-, Gesellschafts-, Wettbewerbs- und Verfahrensrechts für Wirtschaftswissenschaftler und Unternehmenspraxis, neueste Auflage.</li> <li>- Heinz, Thomas, Reisevertragsrecht in der Praxis, neueste Auflage.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten, Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten, Strukturanalyse des deutschen Reiseveranstaltermarktes, neueste Auflage.
- Kolbeck, Felix / Rauscher, Marion, Tourismus-Management, Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, neueste Auflage.
- Kotler, Philip et al, Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, neueste Auflage.
- Kreuzer, Ralf T., Praxisorientiertes Marketing, Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, neueste Auflage.
- Mundt, Jörn, Reiseveranstaltung, neueste Auflage.
- Pompl, Wilhelm, Touristikmanagement, neueste Auflage.
- Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, neueste Auflage.
- Fachbeilagen der Fachzeitschrift FVW zum Reisevertrieb und zum Reiseveranstaltermarkt, aktuelle Jahrgänge.
- Reiseanalysen der FUR, aktuelle Jahrgänge sowie die gesetzlichen Grundlagen/Gesetzestexte (BGB etc.).

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang: Tourismusmanagement</b>					
<b>Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie A: Grundlagen der Hotellerie und Gastronomie / operatives Management</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder (Klausur 1h und Referat) oder Kursarbeit		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. M. Zeller
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen betriebswirtschaftlichen Grundlagen anwendungsorientiert auf die Branche der Hotellerie und Gastronomie hin.</li> <li>- können das Forschungsfeld abgrenzen.</li> <li>- können verschiedene Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes definieren und voneinander abgrenzen, kennen die grundlegenden statistischen Erhebungen.</li> <li>- erhalten einen Überblick über die Wertschöpfungsaktivitäten von Hotel- und Gastronomiebetrieben.</li> <li>- können die Spezifika der Aufbau- und Ablauforganisation in gastgewerblichen Betrieben beschreiben.</li> <li>- können die operative Betriebsführung von Hotel- und Gastronomiebetrieben und den Abteilungen Rooms / Logis, F &amp; B / MICE und Event / Catering beschreiben und beurteilen.</li> <li>- erlangen Kenntnisse hinsichtlich der Besonderheiten der Leistungserstellung in der Hotellerie und Gastronomie.</li> <li>- können die Besonderheiten des Human Resource Management in Hotel- und Gastronomiebetrieben erörtern.</li> <li>- kennen die Grundlagen des Distributionsmanagements in Hotellerie und Gastronomie.</li> <li>- können ausgewählte Aspekte des Qualitätsmanagements beschreiben.</li> <li>- lernen die spezifischen IT-Fragestellungen, IT-Systeme und IT-gestützten Vertriebssysteme der Hotellerie- und Gastronomie-Branche kennen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Wechselwirkungen der Hotellerie und Gastronomie mit andere touristischen Teilbranchen; Erscheinungsformen der Hotel- und Gastronomiebetriebe (inkl. Betriebsarten, Betriebstypen), Hotelklassifizierungen auch im internationalen Vergleich; Aufbau – und Ablauforganisation inkl. Stellenplanung; dienstleistungsspezifische Besonderheiten der Branche; Besonderheiten der Leistungs politik; Wertschöpfungstätigkeiten in den einzelnen Leistungsbereichen (wie Logis, Gastronomie, Wellnessbereich, Konferenzbereich; inkl. Front-Office-Management, F&B-Management etc.); Beschaffungs- und Produktionsmanagement; Qualitätsmanagement; IT-Systeme und Vertriebswege der Branche; Personalmanagement in der Hotellerie und Gastronomie; Grundlagen des Beschwerde- und Bewertungsmanagements; Aspekte der Nachhaltigkeit in der Hotellerie und Gastronomie					
<b>Literatur</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baierl, Ronny, Steinhauser, Carolin (Hrsg.): Rundum erfolgreich im Hotelmanagement, Bad Wörishofen 2015.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends, Berlin 2018.
- Foskett, David / Paskins, Patricia / Pennington, Andrew / Rippington, Neil: The theory of hospitality and catering, London 13. Aufl. 2016.
- Gardini, Marco A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb – Hotelimmobilie; Berlin 3. Aufl. 2020.
- Hänssler, Karl-Heinz (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Berlin 10. Aufl. 2020.
- Henschel, Karla U. /Gruner, Axel / von Freyberg: Hotelmanagement, Berlin 5. Aufl. 2018.
- IW-CONSULT (Gutachten im Auftrag des DeHoGA): Die Bedeutung des Hotel- und Gaststättengewerbes, Köln 2017.
- Schaetzing, Edgar E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Stuttgart 11. Aufl. 2017.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie B: Strategisches Management und Consulting I					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder (Klausur 1h und Referat) oder Kursarbeit		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. M. Zeller
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Entwicklung in verschiedenen Teilmärkten, u. a. Hotelketten, Systemgastronomie.</li> <li>- können die Methodik der Erfolgsfaktorenforschung erläutern und anwenden.</li> <li>- kennen branchenübliche Verträge in Hinblick auf die Bewirtschaftung von Hotel- und Gastronomiebetrieben, insbesondere Miet-, Pacht-, und Managementverträge sowie Franchiseverträge.</li> <li>- kennen spezielle rechtliche Regelungen, u. a. Mieterdienstbarkeiten, Getränkebezugsverpflichtungen.</li> <li>- können branchentypische Kennzahlen beschreiben und berechnen.</li> <li>- können typische Ertrags- und Kostenstrukturen für ausgewählte Hoteltypen beschreiben.</li> <li>- können branchentypische Teilkostensysteme beschreiben und anwenden.</li> <li>- können Vollkostenrechnungssysteme beschreiben und anwenden.</li> <li>- kennen Preismanagement und Yield-Management-Systeme.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Gestaltung von Miet-, Pacht- und Leasingverträgen; Risiken und Chancen von Management- und Franchiseverträgen, Hybridverträge, Bezugsverpflichtungen einschl. Dienstbarkeit, Unternehmenskooperation und Konzentration, insbesondere Hotelketten und Systemgastronomie, Erfolgsfaktoren, u.a. funktionale Entkopplung, Entwicklung von Hotel- und Gastronomiemarken, einzelbetriebliche Erfolgsfaktoren, u.a. Betriebsgrößen, Optimierung der Kombination von einzelnen Leistungsbereichen Logis, Gastronomie, Wellness, Konferenzbereiche, etc. pp., branchentypische Kennzahlen, Anwendung von Betriebsvergleichen, Kostenartenrechnung, Teilkostenrechnung einschl. uniform system of accounts for the lodging industry, Vollkostenrechnung, Preispolitik, Yield-Management					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- BBG Betriebsvergleich Hotellerie und Gastronomie Deutschland, Düsseldorf, neueste Ausgabe (erscheint jährlich).</li> <li>- DWIF: Hotelbetriebsvergleich, München, neueste Ausgabe (erscheint alle zwei bis 3 Jahre).</li> <li>- Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends, Berlin 2018.</li> <li>- Freyberg, Burkhard von (Hrsg.): Hospitality Controlling, Berlin 2 Aufl. 2018.</li> <li>- Fritz, Klaus-Peter / Wagner, Daniela (Hrsg.): Forschungsfeld Gastronomie, Wiesbaden 2015.</li> <li>- Gardini, Marco A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb – Hotelimmobilie, Berlin 3. Auflage 2020.</li> <li>- Gewalt, Stefan: Hotel-Controlling, München 2 Aufl. 2001.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Hänssler, Karl-Heinz (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Berlin 10 Aufl. 2020.
- Hayes, David K. / Dopson, Lea R.: Food and beverage cost control, 7.Aufl. 2019 (Verlag: Wiley).
- Heesen, Bernd / Meusburger, Christoph W.: Basiswissen Bilanzanalyse in der Hotellerie, Wiesbaden 2018.
- Heesen, Bernd / Meusburger, Christoph W.: Basiswissen Investition und Planung in der Hotellerie, Wiesbaden 2019.
- Henschel, Karla U. / Gruner, Axel / von Freyberg: Hotelmanagement, Berlin 5. Aufl. 2018.
- Hotel Association of New York City: Uniform system of accounts for the lodging industry, New York, neueste Ausgabe (erscheint unregelmäßig).
- IHA: Hotelmarkt Deutschland, Bonn, neueste Ausgabe (erscheint jährlich).
- Meyer, Hartmut: Management in der Gastronomie, München 2011.
- Posluschny, Peter: Kostenrechnung für die Gastronomie, München 4. Auflage 2013.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Verkehrsträgermanagement A: Touristischer Schiffs-, Bahn- und Straßenverkehr					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung und Übung	Prof. Dr. I. Behn-Künzel NN (Denomination W78)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten, erkennen die Stärken und Schwächen der einzelnen Verkehrsträger.</li> <li>- erwerben Kenntnisse der Prozessgestaltung.</li> <li>- kennen Marktumfeld und Marktteilnehmer.</li> <li>- erlangen Kenntnisse über die Unternehmensstruktur einzelner Verkehrsträger.</li> <li>- können Marketingstrategien der Verkehrsträger bewerten.</li> <li>- erwerben Kenntnisse zur Angebots- und Nachfrageseite der Verkehrsträger.</li> <li>- können die Grundzüge der nationalen Verkehrspolitik bewerten.</li> <li>- kennen die Kombinationsmöglichkeiten von Verkehrsträgern zur Katalogerstellung.</li> <li>- erwerben Kenntnisse zur Erstellung und Kalkulation von Reisen.</li> <li>- kennen die Grundzüge zur Erstellung von Katalogseiten.</li> <li>- sind sich der besonderen ökologischen Verantwortung der Marktteilnehmer bewusst.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Entwicklung der Kreuzfahrten weltweit und in Deutschland, Marktumfeld und Marktteilnehmer. Vorstellung der wichtigsten Kreuzfahrtveranstalter, Produktionsfaktoren Hochsee- und Flusskreuzfahrten, Einflussfaktoren auf die Nachfrage, Linienverkehr mit Schiffen, Instrumente des Marketing-Mix von Hochseekreuzfahrten, Marketingstrategien, rechtliche Rahmenbedingungen, nautische Maßzahlen, Kreuzfahrtterminals, Hausboot- und Yachtcharter. Besonderheiten des Verkehrsgewerbes im Bus- und Linienverkehr, Angebot und Nachfrageseite der Bustouristik, Zielgruppensegmentierung, besondere Bedeutung der Paketveranstalter, Reisekalkulation Mietwagenangebot und Katalogreisen, Zielsetzung und Aufgaben der Verbände. Geschäftsfelder Deutsche Bahn, Internationalisierung der Bahnverkehre, touristisch interessante Bahnstrecken. Mietwagen und Individualverkehr, umweltpolitische Maßnahmen im Straßen- und Schienenverkehr. Übung: Programmfestlegung, Kalkulation und Katalogseitenerstellung einer mehrtägigen Busreise					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, Herne: NWB-Verlag, 2012.</li> <li>- Freyer, Walter: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Berlin: Oldenbourg, 2015.</li> <li>- Meffert, Heribert/Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing; Wiesbaden: Gabler Verlag, 2012.</li> <li>- Mundt, Jörn W.: Tourismus, München: Oldenbourg, 2013.</li> <li>- Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009.</li> <li>- Schulz, Axel: Grundlagen Verkehr im Tourismus, München: Oldenbourg, 2014.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Verkehrsträgermanagement B: Management von Flughäfen und Fluggesellschaften					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung und Übungen	Prof. Dr. I. Behn-Künzel NN (Denomination W78)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten.</li> <li>- verstehen die Grundlagen der Luftverkehrspolitik.</li> <li>- kennen die wichtigsten nationalen und internationalen Luftverkehrsorganisationen.</li> <li>- erkennen die Rahmenbedingungen, die das Luftverkehrsrecht für Managemententscheidungen setzt.</li> <li>- erkennen die Grundlagen und Rahmenbedingungen des unternehmensbezogenen Managements von Flughäfen und Fluggesellschaften.</li> <li>- können die Instrumente des Marketing-Mix anwenden.</li> <li>- kennen die Grundlagen der nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen.</li> <li>- kennen der Geschäftsmodelle und Finanzierungsalternativen der Flug- und Flughafengesellschaften.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Einführung in die Luftverkehrspolitik, Erscheinungsformen des Luftverkehrs, Angebot und Nachfrage im Luftverkehrsmarkt, Slot- und Hubmanagement, Organisationen des internationalen Luftverkehrs, Träger und Segmente des internationalen Luftverkehrs, Standardisierungen und Regelwerke des internationalen Luftverkehrs, Einführung in das Management von Fluggesellschaften und seine Spezifika, Aufgaben und Prozesse des Airline-Managements, Aufgaben und Prozesse des Flughafen-Managements, Geschäftsmodelle und Finanzierung der Flug- und Flughafen-Gesellschaften, Marketing- und Yield-Management, Preisbildung, Vertriebswege, Business Travel Management, Netzwerk-Management, Kommunikationsmanagement, Flugsicherungswesen, Luftverkehrsgesellschaften im Rahmen internationaler Transport- und Tourismuskonzerne, Flugsicherungswesen, Logistik und Luftfracht-Management im Zusammenwirken mit anderen Verkehrsträgern, Verkehrsträger-Integration und Verkehrswegeoptimierung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conrady, R.: Luftverkehr, Berlin: De Gruyter, 2012.</li> <li>- Groß, Sven; Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, München: Oldenbourg, 2011.</li> <li>- Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015.</li> <li>- Pompl, Wilhelm: Luftverkehr, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007.</li> <li>- Schulz, Axel: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Wahlpflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: (Hausarbeit und Referat)		Seminar (mit Bearbeitung von Fallstudien)	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. M. Zeller
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Grundlagen der Verkehrswertermittlung von bebauten und unbebauten Grundstücken.</li> <li>- können Grundstücksarten und Immobilientypen unterscheiden.</li> <li>- kennen die Unterschiede zwischen Miet- und Pachtverträgen.</li> <li>- kennen BauGB, ImmoWertV, SW-RL, EW-RL, VW-RL, BRW-RI und andere gesetzliche Vorschriften und können Verfahren der Grundstückswertermittlung beschreiben und unterscheiden.</li> <li>- kennen die Aufgaben und die Funktionen der Gutachterausschüsse und Bodenrichtwerte.</li> <li>- können Verfahren der Bodenwertermittlung, insbesondere das Vergleichswertverfahren, beschreiben und anwenden.</li> <li>- können das Sachwertverfahren nach ImmoWertV beschreiben.</li> <li>- können das Ertragswertverfahren nach ImmoWertV beschreiben und anwenden.</li> <li>- sind in der Lage, die Methodik der Herleitung von bewertungsrelevanten Parametern bei Anwendung des Sachwertverfahrens gemäß ImmoWertV kritisch zu hinterfragen.</li> <li>- kennen die Methoden zur Bestimmung von Liegenschaftszinssätzen, insbesondere für Gewerbeimmobilien.</li> <li>- kennen Dienstbarkeiten und Reallasten und können diese unterscheiden.</li> <li>- können den Wert von Rechten und Belastungen an Grundstücken ermitteln.</li> <li>- können Verkehrswerte und Beleihungswerte unterscheiden und kennen die für die Beleihungswerte relevanten gesetzlichen Rahmenbedingungen.</li> <li>- kennen die Grundlagen der Bewertung von ausgewählten Spezialimmobilien, insbesondere Hotels, Gaststätten, Freizeit-, Kultur- und Sportimmobilien.</li> <li>- kennen nicht normierte Bewertungsverfahren und angelsächsische Bewertungsmethoden.</li> <li>- kennen Verfahren der Bewertung von Grundstückszubehör, insbesondere von Inventar, und die Methoden, den Anteil des Zubehörs sachgerecht bei Verkehrswertermittlungen in Abzug zu bringen.</li> <li>- kennen die unterschiedlichen Anforderungen an Gerichts- und Privatgutachten.</li> <li>- sind in der Lage, Verkehrswertermittlungen von Hotels und anderen ausgewählten Spezialimmobilien auf Plausibilität hin zu prüfen und die Ergebnisse einzuordnen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundstücksbewertung, Inhalt der ImmoWertV und der zugehörigen Richtlinien, Vergleichswertverfahren, Ermittlung des Bodenwerts, Sachwertverfahren, allgemeines und vereinfachtes Ertragswertverfahren, Auswahl des Bewertungsverfahrens, Ermittlung der Bewirtschaftungskosten, Ermittlung der Gesamt- bzw. Restnutzungsdauer von Gebäuden, Ableitung von Liegenschaftszinssätzen, Rechte und Belastungen von Grundstücken, u. a. Reallasten, Baulasten, Bewertung von Erbbaurechten, Beleihungswerte. Bewertung					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

von Spezial-immobilien, insbesondere Hotels, Gaststätten, Kultur- und Sportimmobilien; Fallstudien, u. a. Analyse von Muster-Gutachten, Muster-Verkehrswertgutachten (Fälle / Fallstudien)

**Literatur**

- Bienert, Sven / Wagner, Klaus (Hrsg.): Bewertung von Spezialimmobilien, Wiesbaden 2. Aufl. 2018.
- Bobka, Gabriele (Hrsg.): Spezialimmobilien von A bis Z, Köln 3. Auflage 2018.
- Doerner, Ralph-Walther / Niemeyer Matthias (Hrsg.): Kompendium der Hotelimmobilie, Wiesbaden 2. Aufl. 2020.
- Fidlschuster, Martina, Fidlschuster Klaus (Hrsg.): Grundlagen des Hotelinvestments, Berlin 2. Aufl. 2013.
- Fischer, Roland / Lorenz Hans-Jürgen (Hrsg.): Neue Fallstudien zur Wertermittlung von Immobilien, Köln 2. Aufl. 2013.
- Frehse, Jörg / Weiermair, Klaus (Hrsg.): Hotel real Estate Management, Berlin 2007.
- Freyberg, Burkhard von (Hrsg.): Hospitality Development, Berlin 3. Aufl. 2020.
- Gerady, Theo / Möckel, Rainer / Troff, Herbert / Bischoff, Bernhard (Hrsg.): Praxis der Grundstücksbewertung, Loseblattsammlung, München.
- GuG - Grundstücksmarkt und Grundstückswert, Zeitschrift, 6 Hefte p.a., Köln.
- Kleiber, Wolfgang: Verkehrswertermittlung von Grundstücken - Kommentar und Handbuch, Köln 9. Aufl. 2020.
- Kröll, Ralf / Hausmann, Andrea / Rolf, Andrea: Rechte und Belastungen in der Immobilienbewertung, Köln 5. Aufl. 2015.
- Pauen, Werner / Piller, Vanessa: Hotelbewertungen, Köln 2020.
- Pohnert: Ehrenberg, Birger / Haase, Wolf-Dieter, Joeris, / Dagmar (Hrsg.): Kreditwirtschaftliche Wertermittlung, Wiesbaden 8. Aufl. 2015.
- Rabe, Oliver: Bewertung von Hotelimmobilien, Berlin 2011.
- Schaper, Daniela / Moll-Amrein, Marianne: Wertermittlungsverfahren - Basiswissen für Einsteiger, Köln 2016.
- Schröder, Matthias / Forstnig, Jakob, / Widmann, Michael: Bewertung von Hotels und Hotelimmobilien, Norderstedt 2013.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen die durch den Tourismus und Tourismusunternehmen/-organisationen in der natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt verursachten Probleme kennen.</li> <li>- vertiefen die Konzepte Öko-Tourismus, Sanfter Tourismus, Nachhaltiger Tourismus sowie CSR und lernen diese voneinander abzugrenzen.</li> <li>- erkennen die Umsetzungsprobleme dieser Konzepte.</li> <li>- werden in die Lage versetzt, entsprechende Konzepte für ein Tourismusunternehmen zu erarbeiten und mittels spezifischer Instrumente umzusetzen.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
Grundzüge der Tourismuskritik; historische Entwicklung sowie ökonomische, ökologische, branchenspezifische, rechtliche und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen eines nachhaltigen Tourismus; Probleme und Chancen einer branchenweiten CSR-Strategie; Umweltorientierte Gütesiegel im Tourismus; Wertewandel und Wertewandelsforschung; Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem und in der Unternehmensphilosophie; Strategische Optionen im Umweltmanagement; unternehmensspezifische organisatorische Verankerung des sanften Tourismus; umweltorientierte Leistungsgestaltung; Möglichkeiten der Beeinflussung des Reisendenverhaltens; finanzielle Maßnahmen zur Erhaltung oder Wiederherstellung der Umwelt; Ansatzpunkte und Probleme von Öko-Bilanzen; Fallbeispiele (z. B. zu Umweltbelastungen, Kindersextourismus etc.)						
Literatur						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Eventmanagement					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	2 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Kursarbeit		Problem Based Learning, Lehrvortrag, Einzelarbeit, Partner- & Gruppenarbeit, Kurzvorträge & Präsentationen	Prof. Dr. E. Schmoll M. Konken
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen wesentliche Eventformate, die von Unternehmen, Organisationen und öffentlichen Einrichtungen in der Tourismusbranche verwendet werden.</li> <li>- verstehen, welche Rolle touristische Events in nationalen und globalen Märkten spielen.</li> <li>- sind in der Lage, Herausforderungen sowie Wirkungsweisen, die an ein effektives Eventmanagement bei touristischen Veranstaltungen gestellt werden, zu identifizieren, zu analysieren und in einer Eventplanung zu adaptieren.</li> <li>- kennen wesentliche mit Events zusammenhängende betriebliche Funktionsbereiche und Vorschriften.</li> <li>- sind in der Lage, Events verschiedener Art zu planen sowie zu organisieren, umzusetzen und zu evaluieren (Projektmanagement).</li> <li>- können die verschiedenen Stakeholder und Eventakteure, deren Bedürfnisse und Ziele an einem Event identifizieren und die Erkenntnisse daraus in die Planung, Organisation wie Durchführung und Evaluation eines Events adaptieren.</li> <li>- wissen um die Bedeutung des Sponsorings für Events und kennen Sponsoring-Konzepte und deren rechtliche Grundlagen.</li> <li>- wissen um die Bedeutung der Medienarbeit für Events und beherrschen verschiedene Kommunikationskanäle, insbesondere auch Grundlagen zur Durchführung von Presseveranstaltungen und darüber hinaus gehender Öffentlichkeitsarbeit.</li> <li>- besitzen Kenntnisse zur Eventevaluierung und deren Methoden.</li> <li>- erkennen und verstehen die Notwendigkeit und Erfordernis, den Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht zu werden und berücksichtigen diese in der Eventplanung und -durchführung.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Im Rahmen eines praxisorientierten Seminars, angelehnt an die Methodik des Problem Based Learning, erlernen die Studierenden wesentliche wissenschaftliche Grundlagen des Eventmanagements. Sie sind in der Lage, dieses Wissen selbständig erfolgreich in ein Eventkonzept zu übertragen und dieses Konzept in der Praxis umzusetzen. Dabei wird ein fiktives oder reales Event als Fallbeispiel herangezogen. Zu den zu erwerbenden Fachkompetenzen gehören insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundzüge des Eventmarktes</li> <li>- Eventbegriff und Eventkonzepte und -formate</li> <li>- Organisationen und Institutionen in der Eventbranche</li> <li>- Eventplanung und Eventprojektmanagement</li> <li>- Rechtliche Aspekte</li> <li>- Finanzmanagement von Events</li> <li>- Personal Management von Events</li> <li>- Eventumsetzung</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Risikomanagement
- Eventevaluierung

Neben der Fachkompetenz werden schwerpunktmäßig zudem verschiedene notwendige Methodenkompetenzen erworben, welche zur Umsetzung des erlernten Wissens in der praktischen Anwendung notwendig sind.

#### **Literatur**

- Beckmann, K., Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement, Cornelsen, Berlin, aktuellste Auflage.
- Bühnert, C./Luppold, S., Praxishandbuch Kongresse- Tagungs- und Kongressmanagement, Springer, Heidelberg, aktuellste Auflage.
- Dinkel, M., Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Duncker und Humblot, Berlin 2013.
- Eisermann, Uwe / Winnen, Lothar / et al., Praxisorientiertes Eventmanagement: Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten, Springer Gabler 2014.
- Jäger, Dieter, Grundwissen Eventmanagement, 3. überarb. u. erw. Aufl., UTB-Verlag 2018.
- Kirchgeorg, M., Dornscheidt, W. M., Stoeck, N., Handbuch Messemanagement, Springer, Heidelberg, 2017.
- Kirstges, Torsten / Schmoll, Enno, Der (un-)inszenierte Messeauftritt: Zur Diskussion um die optimale ITB-Messestandgestaltung: Ein Plädoyer für mehr Emotionalität am B2B-Messestand, Wilhelmshaven 2010.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
Internationales Tourismusmanagement (englischsprachig)						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5/6	Jährlich (SoSe)	1	Wahlpflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder (Klausur 1h und Referat) oder Kursarbeit (Prüfungssprache Englisch)	Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>				
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben vertiefte Kenntnisse über Aufkommens- und Zielländer des internationalen Tourismus und diesbezügliche leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien internationaler Tourismusunternehmen.</li> <li>- haben die Fähigkeit erlangt, internationale Entwicklungen in der Tourismuswirtschaft zu analysieren und kritisch zu hinterfragen.</li> <li>- verstehen die Marktentwicklungen, -zusammenhänge und -einflüsse der internationalen Tourismuswirtschaft.</li> <li>- verstehen die politischen, soziologischen und ökologischen Einflüsse durch und auf die Tourismusindustrie in unterschiedlichen Ländern.</li> <li>- sind in der Lage, Statistiken und Analysen zum internationalen Tourismus zu verstehen, zu hinterfragen und selbstständig zu erstellen und haben eine Vorstellung der Einflüsse der Digitalisierung auf die Datengewinnung und Datennutzung.</li> <li>- bilden sich ihre Meinung über verschiedene Managementmethoden und lernen diese zu erkennen und zu hinterfragen.</li> <li>- sind in der Lage, ihren eigenen Führungs- und Entscheidungsstil wahrzunehmen und zu reflektieren.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
Marktanalysen von Aufkommens- und Zielgebietsländern (anhand ausgewählter Beispiele, wie Deutschland, China, Spanien); Erscheinungsformen der Zielländer und ihrer Risiken; leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien in der internationalen Tourismuswirtschaft; Auswirkungen der Tourismuswirtschaft auf die Investitionsländer; Analyse und Researchmethoden mit besonderem Schwerpunkt auf quantitativer Datenerhebung durch digitale Methoden („Big Data“); politische, soziologische und ökologische Einflüsse auf und durch die Tourismusindustrie; Übersicht der unterschiedlichen Tourismusunternehmen, Leistungsträger und Einordnung der Gesamtzusammenhänge der Tourismusindustrie auf mikroökonomischer Ebene; Managementtheorien; Definition und Abgrenzung von Managementaufgaben bei international agierenden Tourismusunternehmen; Bestandteile des Organisationsmanagements: Organisationsstrukturen, Arbeitsaufteilung, Koordination eines betrieblichen Systems, Entscheidungsfindung und Strategieentwicklung; Erkennung der wichtigsten Stile und Charaktereigenschaften von Führungspersonen; Innovations- und Change Management: Bedeutung in der heutigen Unternehmenspraxis und Förderung durch moderne Managementmethoden.						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Die Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache unterrichtet.

**Literatur**

- Chuck, Y. Gee / Fayos-Sola, Eduardo, International Tourism: A Global Perspective (WTO), aktuellste Auflage.
- Grdinić, Zvonimira Šverko / Radić, Maja Nikšić, Foreign direct investment and development of sustainable tourism: case of republic of Croatia, Faculty of Tourism & Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry, p447-453, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten / Lück, Michael (Hrsg.), Global Ecotourism Policies and Case Studies, Perspectives and Constraints, Channel View Publications, neueste Auflage.
- Lussier, Robert N., Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development, neueste Auflage.
- Morrison, Alison / Lynch, Paul / Johns, Nick (2004), International Tourism Networks, in: International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 16 (3), pp. 197 – 202, 2004.
- Robinson, Peter / Lück, Michael, Tourism, neueste Auflage.
- Robinson, Peter, Tourism: The Key Concepts, neueste Auflage.
- Socher, Karl, Tourism in the theory of international trade and payments, in: The Tourist Review, Vol. 41 (3), pp. 24 – 26, 1986.
- Sullivan, Charlotte, International Tourism: Planning and Development, neueste Auflage.
- Voigt, Peter, Internationales Reiseveranstaltungsmanagement, neueste Auflage.
- Webster, Craig / Ivanov, Stanislav / Illum, Steven F., The Paradigms of political economy and tourism policy: national tourism organisations and state policy, in: Mosdale, Jan (ed.), Political Economy of Tourism: A Critical Perspective, pp. 55-73, neueste Auflage.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung, Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. E. Schmoll C. Heckeroth M. Tetz
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erwerben grundlegende bis vertiefende Kenntnisse zu spezifischen Themen und Fragen im tourismusbezogenen Kontext, die in den allgemeinen tourismuswirtschaftlichen Fächern sowie in den Studienschwerpunkten nicht ausreichend bearbeitet werden können und diese somit ergänzen.					
Lehrinhalte					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Tourismuspsychologie, Kulturtourismus, Sporttourismus, Senientourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					
Literatur					
Die Literatur ist abhängig vom Themenbereich der Veranstaltung.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Stadt- und Regionalmarketing					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	M. Konken
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadt- und Regionalmarketingprozesse strategisch planen.</li> <li>- Anforderungen und Ziele eines Stadt- und Marketingprozesses erarbeiten.</li> <li>- unterschiedliche Prozessmodelle planen und realisieren.</li> <li>- Image analysieren und beurteilen.</li> <li>- Kommunikationsabläufe und Techniken beurteilen, planen und anwenden.</li> <li>- Kommunikationsschritte planen und realisieren.</li> <li>- gruppenspezifischen Prozesse einschätzen.</li> <li>- Botschaften erarbeiten und inhaltlich ausgestalten.</li> <li>- Gruppen moderieren.</li> <li>- Assoziations- Diskussions- und Moderationstechniken anwenden.</li> <li>- Konflikt- und Krisensituationen beurteilen und kommunikativ begleiten.</li> <li>- Grundlagen der Wirkungsforschung beachten.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundlagen Stadt- oder Regionalmarketing, Finanzierungsmodelle, Umsetzungsmodelle (Gesellschaftsformen); Analysearten und -verfahren, Analysefelder, Imagelehre; Zielgruppendefinition; Assoziations-, Diskussions- und Moderationstechniken; gruppenspezifische Prozesse; Botschaftslehre; Kommunikationstechniken, Kommunikationsinstrumente und strategische Planung (Kampagnen); Grundlagen der Pressearbeit mit Pressemitteilung, Stil und Sprache sowie Texten im Social Media; Kommunikationsstrategien; Konflikt- und Krisenkommunikation.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Breyer-Mayländer, T.: Stadtmarketing: Grundlagen, Analysen, Praxis, Springer, Heidelberg, 2019.</li> <li>- Konken, M.: Stadtmarketing – Kommunikation mit Zukunft, Gmeiner Verlag, Meßkirch, neueste Auflage (Online, aktualisierte Fassung).</li> <li>- Konken, M.: Pressearbeit – journalistisch professionell in Theorie und Praxis, Gmeiner Verlag, Meßkirch, neueste Auflage (Online, aktualisierte Fassung).</li> <li>- Manfrahs, F.: Citymanagement: Innenstadt-Belebung mit System – starke Zentren mit Erlebnisqualität gestalten, Springer, Heidelberg, 2019.</li> <li>- Meffert, H.: Praxishandbuch City- und Stadtmarketing, Springer, Heidelberg, 2018.</li> <li>- Wesselmann, S.: Public Marketing: Marketing-Management für den öffentlichen Sektor, Springer, Heidelberg, 2017.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Tourismusmanagement						
Tourismuspolitik						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. M. Kirspel	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>				
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Strukturen und Entscheidungsträger im Deutschlandtourismus.</li> <li>- sind in der Lage, tourismuspolitische Sachverhalte zu analysieren, zu bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die zukünftige Tourismusentwicklung zu ziehen.</li> <li>- können Entwicklungsprozesse anhand relevanter Kennzahlen ökonomisch bewerten.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
Strukturen des Tourismus auf lokaler, regionaler, Länder- und Bundesebene; staatliche, halbstaatliche und private Träger der Tourismuspolitik, ihre Organisationsstruktur und Aufgaben; wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Volkswirtschaft; Wertschöpfung, Beschäftigungseffekte, ökologische Auswirkungen, außenwirtschaftliche Bedeutung; Tourismuspolitik auf europäischer und internationaler Ebene; soziokulturelle und ökologische Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern; aktuelle Problemfelder						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Borchert, R.: Tourismuspolitik (Heilbronner Reihe Tourismuswirtschaft) Verlag: Uni-Edition; Auflage: 2 (28. Januar 2014).</li> <li>- Mundt, J. W.: Tourism and Sustainable Development. Reconsidering a Concept of Vague Policies. Berlin: 2011.</li> <li>- Mundt, J. W.: Tourismuspolitik De Gruyter Oldenbourg; Auflage: Reprint 2015 (28. Januar 2004).</li> </ul>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Englisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	G. Bürling H. Paetz K. Sutton K. Rössler J. Varban
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- stufen grammatische Phänomene insbesondere mit Hinblick auf ihre sprachregisteradäquate Anwendung korrekt ein und wenden diese in Wort und Schrift adressatenbezogen korrekt an;</li> <li>- erweitern ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten und beherrschen kontextbezogene Fachbegriffe und Vokabular;</li> <li>- erweitern ihre Sprachkenntnisse im rezeptiven und produktiven Bereich und produzieren (auch) formalisierte Texte und Geschäftskorrespondenz (Präsentationen, Essay-Schreiben, Berichte, Memoranden, Proposals) ausgehend von Praxisbeispielen sowie anspruchsvollen, authentischen Texten;</li> <li>- schätzen unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge adäquat ein und kommunizieren kontextbezogen sicher und angemessen in Wort und Schrift;</li> <li>- sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut und wenden praxisbezogen interkulturelle und fachbezogene Kommunikation an;</li> <li>- erkennen aus dem Status des englischen als lingua franca resultierende Unklarheiten in Kommunikationssituationen und reagieren situationsadäquat im Stil des herrschaftsfreien Diskurses;</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Soziologie, Umweltaspekten, Digitalisierung sowie Geschäftsfällen, (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien), Artikeln aus Medien und Fachzeitschriften.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Französisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	H. Paetz
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- stufen komplexere und interferenzgefährdete grammatische Phänomene (z. B. aus den Bereichen Präpositionen und Infinitivkonstruktionen) insbesondere mit Hinblick auf deren sprachregisteradäquate Anwendung in Wort und Schrift korrekt ein und wenden sie korrekt an;</li> <li>- erweitern ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis vertiefter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten und beherrschen kontextbezogenes Vokabular;</li> <li>- erweitern ihre Sprachkenntnisse im rezeptiven und produktiven Bereich und produzieren (auch) formalisierte Texte (Berichte, Geschäftskorrespondenz, Memoranden) ausgehend von Praxisbeispielen sowie anspruchsvollen, authentischen Texten;</li> <li>- schätzen unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge adäquat ein und kommunizieren kontextbezogen sicher und angemessen in Wort und Schrift;</li> <li>- sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut und wenden praxisbezogen interkulturelle und fachbezogenen Kommunikation an;</li> <li>- erkennen aus dem Status des Französischen als Verkehrssprache resultierende Unklarheiten in Kommunikationssituationen und reagieren situationsadäquat im Stil des herrschaftsfreien Diskurses;</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER / CEF).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, ‚francophonie‘, Ethik, Soziologie, Umweltaspekten, Digitalisierung sowie Geschäftsfällen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien), Artikeln aus Fachzeitschriften und elektronischen Medien.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Spanisch)	Seminar	G. Bürling	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über Grundkenntnisse wichtiger Länder Lateinamerikas.</li> <li>- können authentische Texte zu wirtschaftlichen, touristischen und gesellschaftlichen Themen Spaniens und Lateinamerikas verstehen.</li> <li>- können Texte in sprachlich korrekter Form wiedergeben und Problemfelder beschreiben.</li> <li>- können selbstständig Themen recherchieren und darstellen.</li> <li>- kennen grundlegende Strukturen der spanischen Grammatik.</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf Texten zu wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft und ausgewählten Bereichen der spanischen Grammatik (el indefinido, el subjuntivo, frases condicionales), Basiswissen Lateinamerika.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Interkulturelle Kompetenz Spanisch (Klett).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- Eigenes Material.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Englisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	G. Bürling H. Paetz K. Sutton K. Rössler J. Varban
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse der englischen Grammatik, insbesondere im Grenzbereich der Stilistik und wenden diese in Wort und Schrift an.</li> <li>- besitzen umfassende lexikalische Kenntnisse und Fertigkeiten im autonomen Aufbau sowohl allgemein als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder.</li> <li>- beherrschen kontextbezogene Fachbegriffe und Vokabular und erweitern ihre Sprachkenntnisse im rezeptiven bzw. produktiven Bereich.</li> <li>- produzieren (auch) formalisierte Texte (Präsentationen, Strukturierung von Texten, essay and précis-writing, Geschäftskorrespondenz, Berichte, Memoranden, Proposals, Protokolle, Aufgabenzuweisungen) ausgehend von Praxisbeispielen sowie anspruchsvollen, authentischen Texten.</li> <li>- analysieren und bewerten fachrelevante Texte und produzieren längere formalisierte und themenbezogene Schriftstücke (anspruchsvolle wissenschaftliche Texte sowie Geschäftsfallbearbeitung).</li> <li>- reflektieren unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge, setzen sich kritisch mit fachbezogenen Themen auseinander, entwickeln Lösungsstrategien für gegebene Problemstellungen und vermitteln entsprechende komplexe Sachverhalte kontextbezogen kompetent, sicher und angemessen in englischer Sprache in Wort und Schrift.</li> <li>- präsentieren Ergebnisse kompetent und sicher in englischer Sprache.</li> <li>- besitzen eine fortgeschrittene Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie, Umweltaspekten sowie Geschäftsfällen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien), Artikeln aus Medien und Fachzeitschriften.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Französisch)		Seminaristische Lehrveranstaltung	H. Paetz
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erweitern und vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der französischen Grammatik, besonders des „français soutenu“, und wenden diese korrekt in Wort und Schrift an;</li> <li>- besitzen umfassende lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im autonomen Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder;</li> <li>- beherrschen kontextbezogene Fachbegriffe und Vokabular, erweitern ihre Sprachkenntnisse im rezeptiven und produktiven Bereich und produzieren (auch) formalisierte Texte (Strukturierung von Texten, Präsentationen, Berichte, Memoranden, Protokolle, Aufgabenzuweisungen, Geschäftskorrespondenz);</li> <li>- analysieren und bewerten fachrelevante Texte und produzieren längere formalisierte und themenbezogenen Schriftstücke (anspruchsvolle wissenschaftliche Texte sowie Geschäftsfallbearbeitung);</li> <li>- reflektieren unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge, setzen sich kritisch mit fachbezogenen Themen auseinander, entwickeln Lösungsstrategien für gegebene Problemstellungen und vermitteln entsprechende komplexe Sachverhalte kontextbezogen kompetent, sicher und angemessen in französischer Sprache in Wort und Schrift;</li> <li>- besitzen eine fortgeschrittene Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (CER / CEF).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, ‚francophonie‘, Ethik, Soziologie, Umweltaspekten, Digitalisierung sowie Geschäftsfällen (z.B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien), Artikeln aus Fachzeitschriften und elektronischen Medien.					
Literatur					
Auf unterstützende Literatur (Grammatiken, Lernwörterbücher zum Aufbau eines aktiven Wortschatzes, evtl. Kollokationswörterbücher, fachsprachliche Wörterbücher) wird ggf. zu Kursbeginn hingewiesen.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Spanisch)	Seminar	G. Bürling	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse der spanischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen wie Adverbiale Nebensätze, Idiomatiche Ausdrücke.</li> <li>- sind geschult im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer und anspruchsvollerer Texte) und produktiven (registeradäquate, zielgruppenorientierte Textproduktion) Sprachgebrauch.</li> <li>- verfügen über Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen und authentischen Texten zu Fragen aus Betriebs-, Tourismuswirtschaft, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- spanische Presse.</li> <li>- Eigenes Material.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster Prof. Dr. M. Neumann Prof. Dr. M. Kirspel Prof. Dr. G. Hilligweg
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- haben fundierte Kenntnisse der Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens und können diese interpretieren.</li> <li>- haben vertiefte Kenntnisse auf dem Gebiet der makroökonomischen Theorie.</li> <li>- können die Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihren Zusammenhang darstellen und analysieren.</li> <li>- können Grundlagen und volkswirtschaftliche Bedeutung von Arbeitsmarkt, Gütermarkt, Kapitalmarkt und Geldmarkt darstellen, Zusammenhänge erklären sowie Auswirkungen von Änderungen auf Teilmärkten auf die Gesamtwirtschaft beurteilen.</li> <li>- beschreiben und analysieren den Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau.</li> <li>- können gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen der Wirtschaftspolitik analysieren und bewerten.</li> <li>- haben fundierte Kenntnisse im Bereich der Stabilisierungspolitik, können diese einschätzen und bewerten.</li> <li>- bewerten den Einfluss von geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen auf das gesamtwirtschaftliche Kreislaufniveau und</li> <li>- verfügen über Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Diskussion volkswirtschaftlicher Theorien und wirtschaftspolitischer Maßnahmen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens; Makroökonomische Theorie: Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihr Zusammenhang, Arbeitsmarkt und gesamtwirtschaftliches Angebot, Gleichgewicht auf dem Güter- und dem Kapitalmarkt; Der Geldmarkt: Geldnachfrage, Geldangebot und Gleichgewicht auf dem Geldmarkt; Der Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau; Wirtschaftspolitik: Gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen; Die Ziele Preisniveaustabilität, Hoher Beschäftigungsstand, Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum und Außenwirtschaftliches Gleichgewicht: Jeweils Definition, Messung, Probleme aus der Zielverfehlung, Maßnahmen zur Erreichung des Ziels; Wirtschaftspolitische Konzeptionen: Antizyklische und potenzialorientierte Nachfragepolitik, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik; Politisch-ökonomische Aspekte wirtschaftspolitischer Konzeptionen.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blanchard, O. und Illing G. (2017) Makroökonomie, 7. Auflage, Pearson.</li> <li>- Bofinger, P. (2015) Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4 Auflage, Pearson.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Heijdra, B. (2017) Foundations of Modern Macroeconomics (3d Edition), Oxford University Press.
- Mankiw, N.G. und Taylor, M.P. (2018) Grundzüge der Volkswirtschaftslehre 7. Auflage, Schäffer-Poeschel.
- Sørensen, P. Whitta-Jacobsen, H. (2010) Introducing Advanced Macroeconomics MacGraw-Hill.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Methoden der Tourismuswissenschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Arbeitsmappe oder Hausarbeit oder Referat oder Klausur 1,5h		Seminar	C. Heckeroth
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Handelns, insbesondere wissenschaftstheoretische Grundrichtungen, Unterschiede und Zusammenhänge zwischen Hypothesen, Modellen, Theorien und Heuristiken.</li> <li>- kennen Methoden des Zeitmanagements und erreichen ihre Projektziele in vorgegebener Zeit.</li> <li>- können eine Fragestellung aus einem vorgegebenen Fachgebiet zielgerichtet und systematisch eigenständig entwickeln, bearbeiten und in angemessener schriftlicher Form darlegen.</li> <li>- verfügen über Methodenkompetenzen zur Beschaffung, Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen.</li> <li>- können wissenschaftliche Texte formal korrekt strukturieren und verfassen.</li> <li>- kennen das Arbeiten mit einer Literaturverwaltungssoftware und wenden diese bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit an.</li> <li>- kennen grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren der empirischen Marktforschung/Sozialforschung.</li> <li>- verfügen über vertiefende Kenntnisse wesentlicher Erhebungs- &amp; Auswertungsmethoden der Marktforschung sowie über Entscheidungsverhalten der Konsumenten.</li> <li>- beherrschen elementare Verfahren und Methoden der Marktforschung und ihre praktische Umsetzung.</li> <li>- können geeignete Methoden der Konsumentenforschung anwenden.</li> <li>- kennen analytische Methoden und können diese anwenden.</li> <li>- kennen die statischen Grundlagen der Datenanalyse.</li> <li>- sind in der Lage, Daten aus Datenbanken situationsgerecht in entsprechende Werkzeuge (SPSS; Excel) zu importieren.</li> <li>- verfügen über Präsentationserfahrung und können die Ergebnisse vor der Gruppe in geeigneter Weise präsentieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Wissenschaftlichkeit, Wissenschaftstheorie, Themenfindung, Themenformulierung, Themeneingrenzung, Themenabgrenzung, wissenschaftlicher Arbeitsprozess, Informationsquellen, Informationsbeschaffung, Informationsauswahl, Informationsbearbeitung, Literatur- und Informationsverwaltung, Lese- und Dokumentationsmethoden, wissenschaftliches Lesen, Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit, Arten wissenschaftlicher Arbeiten, Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit, Inhalte einer wissenschaftlichen Arbeit, Formalien und Aufbau, Zitiertechniken und -stile, Gestaltung von Verzeichnissen und Abbildungen, Besonderheiten wissenschaftlicher Formulierungen, Aussagenkategorien, Präsentationsgestaltung und -techniken, ethische Grundlagen wissenschaftlichen Handelns, Zeitplanung und -management, Grundlagen der Marktforschung, Methoden der Informationsgewinnung, explorative Forschung, deskriptive Forschung, experimentelle Forschung, empirische Sozialforschung, Konsumentenforschung, qualitative und quantitative Methoden, Analyse und</p>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Dokumentation von Ergebnissen.
<b>Literatur</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt &amp; Form wiss. Arbeiten. Campus, 2017.</li><li>- Gansser, O. A.; Krol, B. (Hrsg.): Moderne Methoden der Marktforschung: Kunden besser verstehen, Wiesbaden: Springer Gabler, 2017.</li><li>- Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation, 2. Auflage, Berlin / Dortmund, Springer.</li><li>- Helfrich, H.; Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler, 2016, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.</li><li>- Koch, J.; Gebhardt, P.; Riedmüller, F. : Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg, 2016.</li><li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation, Bd. 3154, 7., aktualisierte und ergänzte Auflage, Bern: Haupt Verlag, 2016.</li><li>- Magerhans, A.: Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2016.</li><li>- Schüle, J.A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, 4. Auflage, 2016, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien.</li></ul>

## 6. Semester

### Studienschwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Destination Management C: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung Case Study	Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen normative, strategische und operative Abläufe im Destination-Marketing.</li> <li>- wenden verschiedene Methoden der Marktforschung im Destination-Management an.</li> <li>- analysieren verschiedene Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen.</li> <li>- übertragen Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen.</li> <li>- berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Marketing.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Besondere Aspekte des Marketings in virtuellen Unternehmen</li> <li>- Touristische Marktforschung und Nutzung von Beherbergungsstatistiken</li> <li>- Markenbildung einer Destination</li> <li>- Innen- und Binnenmarketing</li> <li>- Produktentwicklung und Erlebnissetting</li> <li>- Events sowie Veranstaltungs- und Messewesen für touristische Destinationen</li> <li>- Mediaplanung sowie spezielle Instrumente der Kommunikationspolitik im Einsatz touristischer Destinationen</li> <li>- Die Destination Management Organisation als Reisemittler und Reiseveranstalter</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Freyer: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, De Gruyter Oldenbourg.</li> <li>- Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus C: Vertiefende Aspekte im Gesundheitstourismus-Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Kursarbeit		Seminar mit Einzelarbeit, Präsentation, Gruppenarbeit, Peer instruction	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Wissen aus den vorangegangenen, einschlägigen Schwerpunktmodulen mit anderen Wissensbereichen zu verknüpfen.</li> <li>- können insbesondere auf der Basis von eigenen Seminarbeiträgen theoretische Zusammenhänge analytisch-wissenschaftlich aufbereiten und auf praxisorientierte Fallbeispiele anwenden.</li> <li>- sind befähigt, eigene Lösungsansätze argumentativ zu verteidigen sowie auch die Umsetzung von Seminarbeiträgen anderer Kursteilnehmenden inhaltlich und formalkritisch zu bewerten.</li> <li>- erweitern ihre Fähigkeiten und Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten, Präsentieren, Moderieren und Diskutieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Teilnehmerindividuelle analytisch-wissenschaftliche Aufbereitung und verschiedenartige didaktische Umsetzung von Fachthemen und Fragestellungen aus Tourismusbetriebswirtschaft, Gesundheitswirtschaft und Gesundheitswissenschaft wie z. B. zu Betrieblichem Gesundheitsmanagement, Informations- und Kommunikationstechnologien, Finanzierungsansätze im Gesundheitstourismus, Medizintourismus, Therapieformen im Gesundheitstourismus oder zur Ausgestaltung gesundheitstouristischer Produkte im Kontext touristischer Leistungsträger (z. B. im Kreuzfahrt-, Reiseveranstalter, Beherbergungs-, Destinationssektor). Die Kursteilnehmenden erhalten ein individuelles und gruppenbezogenes Coaching und Feedback durch die/den Lehrende(n).					
Literatur					
Auf das jeweilige Fachthema bezogene wissenschaftliche und Fachliteratur, u. a. die in den Modulen A und B des Studienschwerpunktes bezogene Literatur.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler C: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen aufeinander abgestimmte Strategien und Maßnahmen zum erfolgreichen Lenken und Leiten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen.</li> <li>- vertiefen spezielle Management- und Marketingstrategien sowie operative Handlungsansätze zur Optimierung der Wertschöpfungsaktivitäten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern.</li> <li>- lernen spezifische organisatorische und personalwirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen und lösen.</li> <li>- erlernen und nutzen hierzu spezielle Managementtechniken und IT-Tools (z. B. Clusteranalysen im Rahmen der Marktsegmentierung; DTP-Software im Rahmen der Reisekatalogerstellung; Gesprächstechniken im Rahmen der Mitarbeitermotivation etc.).</li> <li>- werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche.</li> <li>- perfektionieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation.</li> <li>- werden so zur Wahrnehmung von Aufgaben des mittleren bis höheren Managements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern befähigt.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Marktsegmentierung bei Reiseveranstaltern (Varianten, Zielgruppendefinition, Anwendung multivariater Verfahren (insbes. Clusteranalyse)), spezifisches Marketing, insbes. Reisekataloggestaltung (Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Design, Layout- und Drucktechnik) und Grundzüge des Internet-Marketings; strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen); Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM); Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik; Yield Management für Reiseveranstalter; Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR); Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen; aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berg, Waldemar, Tourismusmanagement, neueste Auflage.</li> <li>- Eschenbach, Rolf / Eschenbach, Sebastian, Strategische Konzepte: Ideen und Instrumente von Igor Ansoff bis Hans Ulrich, neueste Auflage.</li> <li>- Freyer, Walter, Tourismus-Marketing, neueste Auflage.</li> <li>- Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, aktuelle Auflage.</li> <li>- Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Kirstges, Torsten, Sanfter Tourismus, neueste Auflage.
- Kirstges, Torsten / Lück, Michael (Hrsg.), Global Ecotourism Policies and Case Studies, Perspectives and Constraints, Channel View Publications.
- Kotler, Philip et al, Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, neueste Auflage.
- Kotler, Philip et al, Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition, neueste Auflage.
- Kreutzer, Ralf T., Praxisorientiertes Marketing, Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, neueste Auflage
- Mundt, Jörn, Reiseveranstaltung, neueste Auflage.
- Pompl, Wilhelm, Touristikmanagement, neueste Auflage.
- Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, neueste Auflage.
- von Dörnberg, Adrian / Freyer, Walter / Sülberg, Werner, Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management, Funktionen - Strukturen - Prozesse, neueste Auflage.

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang: Tourismusmanagement</b>					
<b>Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie C: Strategisches Management und Consulting II - Strategien in Hotel- und Gastronomiemärkten</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebots- frequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
6	Semester- weise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder (Klausur 1h und Referat) oder Kursarbeit		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen Prof. M. Zeller
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Controlling-Instrumente in Hotellerie und Gastronomie.</li> <li>- können strategische Faktoren untersuchen und können Instrumente strategischer Planung anwenden.</li> <li>- können die Entwicklung von Hotelmarken beschreiben und geeignete Hotelmarken für Projekte auswählen.</li> <li>- kennen finanz- und immobilienwirtschaftliche Rahmenbedingungen, Akteure.</li> <li>- kennen die Methodik von Standortanalysen, Wettbewerbsanalysen, Marktanalysen.</li> <li>- kennen Methoden zur Beurteilung des Erfolgspotentials von Hotels bzw. Hotelprojekten.</li> <li>- können Markt- und Wettbewerbsverhältnisse beurteilen.</li> <li>- können Entwicklungspotential in verschiedenen Marktsegmenten beurteilen.</li> <li>- wissen, wie Hotelstrukturen optimiert werden können.</li> <li>- können Studien und Masterpläne unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit von Hotels beurteilen.</li> <li>- können Chancen und Risiken von Gastronomiekonzepten identifizieren.</li> <li>- können Feasibility-Studien erarbeiten / prüfen.</li> <li>- kennen die Aufgaben des Asset-Managements.</li> <li>- kennen Marktstrukturen in der Branche Hotellerie- / Gastronomie-Consulting.</li> <li>- lernen Fallstudien kennen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Controlling-Instrumente in Hotellerie und Gastronomie, Strategieentwicklung in Beherbergungs- und Gastronomiemärkten, Anforderungen an Unternehmensleitbild und Unternehmenskultur, Entwicklung von Hotelmarken, Struktur und Anforderungen für die Gewinnung von Investoren in Hotels, Strukturierung von Hotelportfolios, Inhalt und Aufbau von Standortanalysen mit Gewichtung der relevanten Standortfaktoren, Inhalt und Aufbau von Wettbewerbsanalysen, Grundlagen der Projektentwicklung und Projektplanung einschließlich Konzepte zur Optimierung aller Leistungsbausteine, Chancen und Risiken der Umwandlung von Bestandsimmobilien in Hotels, Identifizierung von Wertsteigerungspotentialen, Entwicklung von Marketingkonzepten, Fallstudien zu Feasibility-Studien					
<b>Literatur</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doerner, Ralph-Walther / Niemeyer Matthias (Hrsg.): Kompendium der Hotelimmobilie, Wiesbaden 2. Aufl. 2020.</li> <li>- Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends, Berlin 2018.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Fidschuster, Martina, Fidschuster Klaus (Hrsg.): Grundlagen des Hotelinvestments, Berlin 2. Aufl. 2013.
- Freyberg, Burkhard von (Hrsg.): Hospitality Controlling, Berlin 2. Aufl. 2014.
- Freyberg, Burkhard von / Zeugfang, Sabrina: Strategisches Hotelmanagement, Berlin 2. Aufl. 2019.
- Freyberg, Burkhard von (Hrsg.): Hospitality Development, Berlin 3. Aufl. 2020.
- Freyberg, Burkhard von / Steppat Susanne (Hrsg.): Hospitality Consulting, Berlin 2. Aufl. 2020.
- Gardini, Marco A.: Marketing-Management in der Hotellerie, Berlin 3. Aufl. 2015.
- Gardini, Marco A.: Mit der Marke zum Erfolg, Stuttgart 2011.
- Hänssler, Karl-Heinz (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Berlin 10. Aufl. 2020.
- Heesen, Bernd / Meusburger, Christoph W.: Basiswissen Bilanzanalyse in der Hotellerie, Wiesbaden 2018.
- Heesen, Bernd / Meusburger, Christoph W.: Basiswissen Investition und Planung in der Hotellerie, Wiesbaden 2019.
- Henschel, Karla U. / Gruner, Axel / von Freyberg: Hotelmanagement, Berlin 5. Aufl. 2018.
- Kotler, Philip / Bowen, John T. / Seyhmus, Baloglu: Marketing for hospitality and tourism, 7. Aufl. 2017 (Verlag: Pearson).
- Olsen, Michael D. / West, Joseph J. / Ching Yick Tse: Strategic management in the hospitality industry, 3 Aufl. 2014 (Verlag: Pearson).
- Rushmore, Stephen / Baum; Erich, Hotels & Motels valuation and market studies, 2. Auflage 2001 (Verlag: Appraisal Institute of the American Hotel and Motel Association).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Verkehrsträgermanagement C: Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung und Übung	Prof. Dr. I. Behn-Künzel NN (Denomination W78)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen die Mobilität als notwendigen Bestandteil der touristischen Dienstleistung.</li> <li>- können die Stärken und Schwächen verschiedener Nachhaltigkeitsmodelle erkennen und die Stärken und Schwächen der einzelnen Modelle analysieren.</li> <li>- erwerben Kenntnisse über relevante Schadstoffe und deren Auswirkungen auf Mensch und Natur</li> <li>- erwerben Kenntnisse der nachhaltigen Prozessgestaltung.</li> <li>- erkennen die Notwendigkeit der Mobilitätsvernetzung.</li> <li>- erlernen der Fähigkeit, neue Mobilitätsbausteine zielgerichtet einzusetzen.</li> <li>- verstehen den unabdingbaren Zusammenhang zwischen der Verknüpfung von Zukunft der Energie und Zukunft der Mobilität.</li> <li>- sind sich der besonderen ökologischen Verantwortung der Marktteilnehmer bewusst.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Elemente der touristischen Dienstleistung, Ansprüche der touristischen Zielgruppen an die Produktgestaltung der Verkehrsträger, ökologische Auswirkungen der verschiedenen Produktionsmittel der Verkehrsträger, Vorstellung von unterschiedlichen Nachhaltigkeitsmodellen, Gütesiegel, Beruhigungsmittel „atmosfair“, Anwendungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsmodelle in Hinblick auf die touristische Dienstleistung, Ist-Analyse des aktuellen Angebotes verschiedener Verkehrsträger unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, Beurteilung von den unterschiedlichen Transportleistungen ins und im Zielgebiet, Bewertung von Interkontinentalen Flügen und Hochseekreuzfahrten, flexible multimodale Mobilität in der Touristik, Nachhaltigkeitsdenken als notwendiger Bestandteil der Social Entrepreneurship, Zusammenhang der alternativen Energiegewinnung und der touristischen Transportleistung, Vorstellung der touristischen Verkehrsleistung der Zukunft.</p> <p>Übung: Bewertung verschiedener Katalogreisen hinsichtlich der Transportleistung und Entwicklung von nachhaltigen Alternativen.</p>					
Literatur (jeweils aktuelle Auflage)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kern, I.: „Busreisen im Kontext des nachhaltigen Tourismus: Nachhaltige Busreisen - eine Chance und Perspektive für die Bustouristik und den nachhaltigen Tourismus“, Kiel: Grin Verlag, 2011.</li> <li>- Mordhorst, H.: „Nachhaltigkeit im Kreuzfahrttourismus“, Hamburg, Diplomica-Verlag, 2016.</li> <li>- Quaschnig, V.: „Regenerative Energiesysteme: Technologie - Berechnung – Simulation“, München: Carl Hanser Verlag, 2015.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Öffentliche Finanzen und internationaler Handel					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster, Prof. Dr. G. Hilligweg, Prof. Dr. M. Kirspel
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse der Öffentlichen Finanzen, insbesondere der Bedeutung von Allokations-Distributions- und Stabilisierungsmaßnahmen des Staates.</li> <li>- erwerben Kenntnisse im Bereich der Finanzierung der Staatstätigkeit auf quantitativer Basis.</li> <li>- erlangen ein Verständnis von Möglichkeiten und Grenzen in der Steuerung eines Staatswesens.</li> <li>- erwerben Kenntnisse zur Bedeutung des internationalen Handels in einer globalisierten Welt.</li> <li>- erlangen Urteilskraft zu Fragen des Freihandels und der Wirkung von Handelshemmnissen.</li> <li>- erwerben Kenntnisse der Bedeutung monetären außenwirtschaftlichen Beziehungen über die internationalen Kredit- und Finanzmärkte.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Öffentliche Finanzen: Der Staat in der Sozialen Marktwirtschaft. Grenzen und Probleme rein privatwirtschaftlicher Güterversorgung und Unvollkommenheiten staatswirtschaftlicher Güterbereitstellung. Die Staatstätigkeit in der Wirtschaft: Allokationspolitik, Distributionspolitik und Stabilisierungspolitik und deren Möglichkeiten und Grenzen in der Steuerung eines Staatswesens, insbesondere die Probleme bei kollektiven Entscheidungen. Internationaler Handel: Aspekte der Globalisierung der internationalen wahren und Finanzströme. Theorien des internationalen Handels und deren Implikationen bzgl. der Bewertung von Freihandel. Wirkungen von Handelsbeschränkungen. Die Zahlungsbilanz im Zusammenhang mit monetären außenwirtschaftlichen Beziehungen, insbesondere über die Wechselkursysteme.					
Literatur					
Internationaler Handel: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appleyard, D. und A. Field, International Economics, McGraw-Hill, 2014.</li> <li>- Feenstra, R. und A Taylor, International Economics MacMillan, 2017.</li> <li>- Gandolfo, G., Elements of International Economics, Spinger, 2004.</li> <li>- Gandolfo, G., International Finance and Open-Economy Macroeconomics, Springer, 2016.</li> <li>- Harms, Philipp, Internationale Makroökonomik, Tübingen 2008.</li> <li>- Kempa, Bernd Internationale Ökonomie, Stuttgart 2011.</li> <li>- Krugmann, Paul, Obstfeld, Maurice, Melitz, Marc, Internationale Wirtschaft 10. Auflage, Pearson 2015.</li> </ul> Öffentliche Finanzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blankart, Charles B. Öffentliche Finanzen in der Demokratie: eine Einführung in die Finanzwissenschaft, Vahlen, 2017.</li> <li>- Brümmerhoff, Dieter. Finanzwissenschaft, Walter de Gruyter, 2014.</li> <li>- Corneo, G., Öffentliche Finanzen: Ausgabenpolitik, 5. Aufl., Mohr, 2018.</li> <li>- Hindriks, J. und G. Myles, Intermediate Public Economics, vol. 2, MIT, 2013.</li> <li>- Scherf, Wolfgang. Öffentliche Finanzen, UTB GmbH, 2011.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
IT-Projektseminar					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Kursarbeit		Projektseminar	J. Freimann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen Projekt orientiertes Arbeiten auf Basis eines IT-basierten tourismuswirtschaftlichen Projekts.</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Funktionalität von Software- und Datenbanksystemen, die standardisiert für die Tourismusbranche bzw. für Segmente der Branche in den jeweiligen Tourismusunternehmen eingesetzt werden.</li> <li>- verstehen die technischen und organisatorischen Einsatzbedingungen, Schnittstellen und Vernetzungen.</li> <li>- verstehen und vollziehen die Prozesse zum anwendungsbezogenen Aufbau der Systeme.</li> <li>- verstehen, das Tourismusunternehmen mit seinen Daten, betrieblichen Abläufen und Kommunikationsprozessen, mit seinem Geschäftsmodell in einem geeigneten Standardsystem abzubilden und das Unternehmen elektronisch arbeitsfähig zu machen.</li> <li>- sind befähigt zu einer interdisziplinären Schnittstellenfunktion zwischen Informationstechnologie und tourismusbetrieblicher Anwendung, sie können automatisierte E-Commerce-Prozesse gestalten und die IT-Systeme einbinden und einrichten.</li> <li>- können entsprechende Systemen im Sinne von Investitions- und Zukunftsentscheidungen beurteilen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p><u>Vorbemerkung:</u>                  Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand. Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismus betrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reiseveranstalter und dynamische Internet Booking Engines (IBE)</li> <li>- Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services)</li> <li>- IT-Systeme, z. B.                         <ul style="list-style-type: none"> <li>o der Reiseveranstalter</li> <li>o im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)</li> <li>o in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS)</li> </ul> </li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Aktuelle Fallstudien, z. B. zu Business Travel Management Systemen (BTM) oder Social Media
<b>Literatur</b>
- Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.): eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015.

## 7. Semester

### Studiengang I

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Praxisphase Tourismusmanagement (Studiengang I)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1	Wahlpflicht (bei Wahl des Studiengangs I)	18	10 Wochen Praktikum
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					20h <sup>1</sup> 500h (10 Wochen Praktikum)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (274) <sup>2</sup>		SL: Praxisbericht	Praktikum	Prof. Dr. T. Kirstges	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>		Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden	
		*Mindestens 150 LP aus dem 1. bis 6. Semester vorliegend			
Qualifikationsziele					
Die Praxisphase soll es den Studierenden ermöglichen, die bis dahin im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der tourismuswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung auszubauen. Ziel ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen. Die in der Praxisphase gewonnenen Erkenntnisse können bei der Erstellung der Bachelorarbeit reflektiert und genutzt werden.					
Lehrinhalte					
Die Praxisphase umfasst ein Praktikum von mindestens 10 Wochen Dauer, abzuleisten wahlweise im In- oder Ausland in einem Unternehmen aus der Tourismusbranche sowie ein vorbereitendes Praktikantenseminar. Diese vorbereitende Lehrveranstaltung ist nicht erforderlich, sofern diese bereits für das Praxissemester besucht wurde. Studierende können sich ihr Praktikumsunternehmen im Rahmen der Vorgaben des Fachbereichs selbst wählen; für das Praktikum zugelassene Unternehmen werden durch den Fachbereich definiert. Studierende werden zum Praktikum zugelassen, wenn sie mindestens 150 Leistungspunkte nachweisen können.					
Das Praktikum besteht in einer betreuten Tätigkeit in einer Unternehmung der Tourismuswirtschaft im In- oder Ausland, die eine dem Ausbildungsziel entsprechende Tätigkeit erwarten lässt. Der Betreuer/die Betreuerin überwacht die Einhaltung des Praktikumsplans. Im Rahmen des anwendungsorientierten Studiums nimmt das Praktikum eine besondere Stellung ein, da sie den Studierenden in geeigneten Betrieben praktische Erfahrungen und Kenntnisse zur Ergänzung des Lehrangebots an der Hochschule zu vermitteln hat und die Gelegenheit bietet, die erworbenen Kompetenzen in einem praktischen Kontext umzusetzen. Die Studierenden sind im Rahmen dieser Tätigkeit in Arbeitsabläufe des Betriebs einzubinden. Im Praktikum haben sich die Studierenden einerseits mit der organisatorischen Struktur und der Kultur der gewählten Institution vertraut zu machen, andererseits haben sie ihre eigenen fachlichen, methodischen, personalen und sozialen Kompetenzen unter Beweis zu stellen. Darüber hinaus sollen die Studierenden konkrete Erfahrungen für die Bedeutung theoretischen Wissens zur Lösung realer Probleme sammeln, um damit Erkenntnisse für ihre abschließende Bachelorarbeit zu gewinnen und ihre Chancen auf einen Einstieg ins Beschäftigungssystem zu verbessern.					

<sup>1</sup> Die genannte Arbeitsbelastung im Präsenzstudium kommt für die Fälle zum Tragen, die vorher noch kein vorbereitendes Praktikantenseminar im Rahmen des Praxissemesters besucht haben.

<sup>2</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Über die Praxisphase ist ein Praxisbericht zu erstellen. Durch den Praxisbericht soll festgestellt werden, ob die Studierenden gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Praxisphase thematisch zugeordnet ist, besitzen und fähig sind, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus.

**Literatur**

- Engst, Judith, Duden Ratgeber - Professionelles Bewerben, neueste Auflage.
- Schade, Georg Friedrich, Praktikumsrecht, neueste Auflage.
- Theisen, René M., Wissenschaftliches Arbeiten, neueste Auflage.

## Studienzweig II

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Angewandte Statistik und Ökonometrie A (englischsprachig)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual International Business Studies		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat oder berufspraktische Übung	Vorlesung, Gruppenarbeit, Gastvorträge	Prof. Dr. C. Goodfellow	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachkompetenz: Studierende kennen wiss. Grundlagen sowie wesentliche Methoden/Theorien im Fachgebiet.</li> <li>- Methodenkompetenz: Studierende sind im analytischen und kritischen Denken geschult, können sorgfältig mit Fakten umgehen, können wiss. Forschungsmethoden anwenden.</li> <li>- Sozialkompetenz: Studierende sind in der Lage, teamorientiert und selbstorganisiert zu arbeiten.</li> <li>- Selbstkompetenz: Studierende können selbstorganisiert und selbständig lernen und die Methoden anwenden.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Korrelation und Kausalität</li> <li>- Regressionsanalyse und OLS-Schätzung</li> <li>- Bestimmtheitsmaß</li> <li>- Annahmen bei Schätzung und Eigenschaften von Schätzern</li> <li>- Statistische Verteilungen der Schätzer</li> <li>- Statistische Inferenz</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barrow, Michael (2017), Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, 7. ed, Pearson Education Limited.</li> <li>- Gujarati, Damodar (2009), Essentials of Econometrics, 4. ed, McGrawHill.</li> <li>- Gujarati, Damodar und Dawn Porter (2009), Basic Econometrics, 5. ed (International Edition), McGraw Hill.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Angewandte Statistik und Ökonometrie B (englischsprachig)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung, Gruppenarbeit, Gastvorträge	Prof. Dr. C. Goodfellow
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachkompetenz: Studierende kennen wiss. Grundlagen sowie wesentliche Methoden/Theorien im Fachgebiet.</li> <li>- Methodenkompetenz: Studierende sind im analytischen und kritischen Denken geschult, können sorgfältig mit Fakten umgehen, können wiss. Forschungsmethoden anwenden.</li> <li>- Sozialkompetenz: Studierende sind in der Lage, teamorientiert und selbstorganisiert zu arbeiten.</li> <li>- Selbstkompetenz: Studierende können selbstorganisiert und selbständig lernen und die Methoden anwenden.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Punkt- und Intervallschätzung</li> <li>- t-Verteilung, <math>\chi^2</math> und F -Verteilung</li> <li>- Hypothesentests, p-Wert und Signifikanzniveau, Statistische Signifikanz</li> <li>- Hypothesentests und Konfidenzintervalle</li> <li>- Tests auf Multikollinearität, Heteroskedastizität und Autokorrelation</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barrow, Michael (2017), Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, 7. ed, Pearson Education Limited.</li> <li>- Gujarati, Damodar (2009), Essentials of Econometrics, 4. ed, McGrawHill.</li> <li>- Gujarati, Damodar und Dawn Porter (2009), Basic Econometrics, 5. ed (International Edition), McGraw Hill.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Betriebspsychologie					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung	Prof. Dr. S. Reinmann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erfahren eine Einordnung psychologischer und soziologischer Zusammenhänge im Unternehmen.</li> <li>- kennen Handlungs- und Denkweisen der Führungskraft im Unternehmen.</li> <li>- erkennen Problemfelder und Zusammenhänge.</li> <li>- können Lösungsansätze für Problemfelder entwickeln.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
psychologische und soziologische Grundbegriffe, das Unternehmen als Sozialgefüge, Komponenten erfolgreicher Gesprächsführung, Arbeitsplatzstrukturierung, situationsbezogene Handlungsfelder, - Psychologie des Alters, Age Management im Unternehmen.					
Literatur					
Lehrbücher jeweils in aktueller Auflage:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crisand; Rahn: Psychologie der Auszubildenden, Arbeitshefte Führungspsychologie, Windmühle Verlag</li> <li>- Revers, Wie Menschen ticken: Psychologie für Manager, Arbeitshefte Führungspsychologie, Windmühle Verlag.</li> <li>- Steiger/Lippmann (Hrsg.), Handbuch Angewandte Psychologie I + II, Springer Verlag.</li> <li>- Stopp, Praktische Betriebspsychologie, Expert Verlag.</li> <li>- Wirtz (Hrsg.): Dorsch- Lexikon der Psychologie, Verlag Hans Huber.</li> <li>- Witt: Führen im Dialog: Offen, kritisch, kreativ, Arbeitshefte Führungspsychologie, Windmühle Verlag.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Energiewirtschaftliches Forum					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Ringvorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erfahren aktuelle Einsichten in die Energiewirtschaft aus dem Blickwinkel der Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.</li> <li>- reflektieren die Position der Vortragenden dieser Gruppen im Austausch mit dem Referenten und dem Modulverantwortlichen.</li> <li>- erkennen dabei, dass Energie nicht nur eine Frage der Technik oder der Ressourcen ist, sondern auch der Berücksichtigung kultureller, sozialer, ökonomischer und ökologischer Aspekte bedarf.</li> <li>- setzen sich mit Aspekten der Nachhaltigkeit auseinander und diskutieren, wie ein gesellschaftlicher Konsens über den künftigen Umgang mit Energie aussehen könnte.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Energieträgerstruktur, -verteilung und -handelsströme; betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und sozialpolitische Indikatoren der Energiepreisbildung; ökonomische Anreizstrukturen zur Ressourcenschonung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erdmann, Georg: Energieökonomie, Theorie und Anwendungen, Berlin 2017.</li> <li>- Hilligweg, Gerd: Grundlagen der deutschen Energiepolitik, Berlin 2018.</li> <li>- Konstantin, Panos: Praxisbuch Energiewirtschaft, Berlin 2017.</li> <li>- Seelinger, Andreas: Energiepolitik – Einführung in die volkswirtschaftlichen Grundlagen, München 2018.</li> <li>- Ströbele, Wolfgang, u.a.: Energiewirtschaft. Einführung in Theorie und Praxis, München 2014.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Entrepreneurship, Innovations- und Changemanagement					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: (Hausarbeit und Referat)		Seminar	Dr. J. Petzold
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- bauen ihre Kompetenzen als Entrepreneur (m/w) auf bzw. aus.</li> <li>- lernen die Erfolgsfaktoren unternehmerischen Denkens und Handelns (Entrepreneurship) kennen und können diese bewerten.</li> <li>- erkennen, dass unternehmerisches Denken und Handeln auch für Angestellte ein wichtiger (persönlicher) Erfolgsfaktor ist.</li> <li>- können bestehende Geschäftsmodelle auf deren (Zukunfts-) Tauglichkeit untersuchen, analysieren und bewerten, um diese dann ggf. zu verändern.</li> <li>- können (in Gruppen) eigene Geschäftsideen entwickeln sowie deren Chancen und Risiken bewerten.</li> <li>- lernen die Besonderheiten von Unternehmensbereichen kennen, die Innovationen hervorbringen und diese effizient umsetzen.</li> <li>- lernen verschiedene Möglichkeiten des strategischen und operativen Managements von Innovationen und Veränderungen (Changes) im Unternehmen kennen und</li> <li>- können das erlernte Wissen aus den drei Modulbereichen umsetzen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Das Modul beinhaltet eine aktive Auseinandersetzung mit den Themen Entrepreneurship bzw. unternehmerischen Denkens und Handelns sowie Innovations- und Changemanagement. Zentrale Themen des Entrepreneurship (Bedeutung und Konzeption des Begriffs, Denkschulen, Erfolgswirksamkeit von Business Planning, Effectuation Theory of Entrepreneurship, u. a) werden anhand einschlägiger Publikationen eingeführt, diskutiert und eingesetzt. Zudem bietet die Lehrveranstaltung die Möglichkeit, praktische Einblicke in die Bereiche der Ideenfindung, des Innovationsmanagements, des Changemanagements und der Unternehmensgründung zu gewinnen: Eine von den Studierenden gestaltete GründerInnenrunde dient der direkten Reflexion und Anwendung der diskutierten Inhalte, Innovations- und Gründungsideen. U. a. die durchgeführten Übungen im Rahmen dieses Moduls fokussieren Kreativitätstechniken zur Ideenfindung und deren anschließende Bewertung. Mittels des Einsatzes verschiedener Verfahren und Methoden werden bestehende Geschäftsmodelle analysiert und neue Geschäftsmodelle entwickelt. Es werden die Bestandteile eines erfolgversprechenden Businessplans sowie der sog. Elevator Pitch (Geschäftsideen Pitch) behandelt und trainiert. Es werden die Gestaltung von Innovations- und Change Prozessen, die geschäftstypspezifische Ausgestaltung, hemmende und begünstigende Einflussfaktoren, Prozessmodelle wie Open Community und Customer Based Innovation erlernt und geübt. Zudem kommen verschiedene Methoden der Innovationsbewertung zum Einsatz.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grichnik, D., Brettel, M., et al: Entrepreneurship - Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, 2. Auflage 2017.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital - die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein, 2017.
- Kotter, J., Rathgeber, H., et al: Das Pinguin-Prinzip: Wie Veränderung zum Erfolg führt, 2011.
- Kotter, P. J.: Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern (Business Essentials), 2013.
- Lauer, T.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 2. Auflage 2014.
- Pott, O., Pott, A.: Entrepreneurship - Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, 2., überarbeitete Auflage 2015.
- Schmeisser, W., Krimphove, D., et al: Handbuch Innovationsmanagement, 2013.
- Vahs, D., Brem, A.: Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 2015.
- Zillner, S., Krusche, B.: Systemisches Innovationsmanagement - Grundlagen – Strategien – Instrumente, 2012.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Ethische Aspekte der Wirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Seminar	Prof. Dr. M. Neumann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Begriffe der Wirtschafts- und Unternehmensethik beschreiben.</li> <li>- können die Probleme der Wirtschaftstätigkeit im Rahmen von Individual- und Ordnungsethik beurteilen und vorliegende Urteile nach Denkansatz kontrastieren.</li> <li>- können anhand ausgewählter aktueller Probleme aus der Fachliteratur ethische Bewertungen anderer analysieren und hinterfragen.</li> <li>- können ihren eigenen Standpunkt unter Verwendung theoretischer Konzepte und Ansätze verteidigen.</li> <li>- können Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens erfolgreich umsetzen, um ethische Konfliktsituationen zu untersuchen.</li> <li>- können unternehmensethische Konflikte lösen oder deren Nichtlösbarkeit erklären.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Lehrinhalte sind <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundbegriffe der Ethik,</li> <li>- die Einordnung der Wirtschafts- und Unternehmensethik,</li> <li>- die Bedeutung von Individual- und Ordnungsethik für die Ökonomie,</li> <li>- die Regelabhängigkeit von Moral in der Wirtschaft,</li> <li>- Wege zur Lösung wirtschaftsethischer Probleme,</li> <li>- Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Moral und Profitabilität,</li> <li>- Ansatzpunkte für die Lösung unternehmensethischer Konflikte,</li> <li>- die Gleichstellung der Geschlechter</li> <li>- und Corporate Social Responsibility in der Tourismuswirtschaft.</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Journal of Business Ethics.</li> <li>- Business Ethics: A European Review.</li> <li>- Journal of Sustainable Tourism.</li> <li>- Noll, Bernd (2002): Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart.</li> <li>- Zfw – Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit) oder (Klausur 1h und Referat) oder Kursarbeit		Seminar	Dr. J. Hausmann
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erhalten einen einführenden Überblick über die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements.</li> <li>- haben grundlegende Instrumente und Methoden zum erfolgreichen Aufbau von Beziehungen kennengelernt.</li> <li>- kennen verschiedene Kommunikationsstile.</li> <li>- haben die eigene Sensibilität für interkulturelle Themen verstärkt.</li> <li>- verstehen die grundlegenden Konzepte der Interkulturalität und des Kulturtransfers.</li> <li>- haben sich mit verschiedenen interkulturellen Schlüsselkompetenzen auseinandergesetzt (Kommunikation, Wahrnehmung, Selbstreflexion, Ambiguitätstoleranz, Perspektivenwechsel, Empathie etc.).</li> <li>- sind für interkulturelle Begegnungs- und Arbeitssituationen sensibilisiert.</li> <li>- haben sich mit dem Thema der Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh) auseinandergesetzt.</li> <li>- können kulturell bedingte Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdreiflexion erkennen und sind dazu befähigt, Ursachen kulturbedingter Missverständnisse zu erkennen und kulturadäquat zu (re)agieren.</li> <li>- erhalten Werkzeuge zur Hilfe der Identifikation von kulturell bedingten Konflikten.</li> <li>- haben konstruktive Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen anhand ausgewählter Beispiele kennengelernt.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Einführung in die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements; Vermittlung grundlegender Konzepte der interkulturellen Kommunikation (Interkulturalität, Kulturtransfer, kulturelle Werte, nonverbale Kommunikation etc.); Instrumente und Kompetenzen zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen (Kommunikation, Kultur, Regeln und Mechanismen des Fremdverstehens, interkulturelles Management etc.); Einführung in grundlegende Konzepte zur Handhabung von Konflikten; Vermittlung konstruktiver Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen; Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh), Kommunikations- und Denkunterschiede im internationalen Kontext; Erkennen und kulturadäquates Umsetzen kulturell bedingter Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdreiflexion.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

#### Literatur

- Gutting, Doris, Interkulturelles Management, Diversity und internationale Kooperation, neueste Auflage.
- Hartmann, Rainer / Herle, Felix [Hrsg.], Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus: Kommunikation - Kooperation - Kompetenz (Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 17), neueste Auflage.
- Hofstede, Geert et. al., Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, neueste Auflage.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen, Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, neueste Auflage.
- Mayrhofer, Ulrike, Management interculturel - Comprendre et gérer la diversité culturelle, neueste Auflage.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
International Studies					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit (Prüfungssprache Englisch)		Seminar	Prof. Dr. C. Hans
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen und bewerten unterschiedliche Management- und Kommunikationsstile im internationalen und interkulturellen Kontext.</li> <li>- schätzen Zusammenhänge internationaler Beziehungen kontextbezogen ein.</li> <li>- analysieren und reflektieren praxisbezogen theoretische Aspekte internationaler Beziehungen und Kulturmodelle (Kulturdimensionen, Stereotype, sprachbedingte kulturelle Gegebenheiten).</li> <li>- eignen sich Kenntnisse über unterschiedliche theoretische Ansätze in den Kultur- und Regionalwissenschaften an und wenden diese praxisbezogen in einem (Forschungs)projekt an.</li> <li>- analysieren und bewerten komplexe Sachverhalte und fachrelevante Texte mit internationalem Bezug.</li> <li>- gehen mit kulturbedingten Gründen für Kommunikationsprobleme situationsadäquat um.</li> <li>- haben Einblicke in internationale und interdisziplinäre Lehr-/Lernstrukturen.</li> <li>- besitzen internationale und interkulturelle Handlungskompetenz.</li> <li>- hinterfragen (national)kulturelle Konzepte (selbst-)kritisch und reflektiert.</li> <li>- besitzen die Fähigkeit zur Selbstreflexion bzw. Perspektivwechsel und entwickeln Strategien zur Verbesserung des eigenen Handelns bzw. zum Umgang mit interkulturellen Situationen.</li> <li>- wenden internationale und interkulturelle Handlungskompetenz auf vielfältige Themengebiete an (internationales Unternehmertum und Innovation, Nachhaltigkeit, Diversity, Gender, etc.).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Interdisziplinäre, wirtschaftsbezogene Fragestellungen, z.B. zu Themen im Bereich Internationales Management, Interkulturelle Kommunikation (Sprache und Kultur, Kommunikation, kulturelle Selbstverortung, Relativität, Kultur und kulturelle Identität, etc.), Betriebswirtschaft, Personalmanagement, Globalisierung, Nachhaltigkeit, Diversity, Gender, Unternehmertum, etc.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dülfer, Eberhard, International Management in Diverse Cultural Areas. 2<sup>nd</sup> edition. De Gruyter Oldenbourg, 2011.</li> <li>- Hall, Edward, Understanding Cultural Differences. Intercultural Press, 1997.</li> <li>- Hill, Charles W.L., International Business – Competing in the Global Marketplace. 11<sup>th</sup> edition. McGraw-Hill Education, 2016.</li> <li>- Hofstede, Geert. Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2<sup>nd</sup> edition. SAGE, 2018.</li> <li>- Hofstede, Geert. Cultures and Organizations – Software of the Mind. 3<sup>rd</sup> ed. McGraw-Hill, 2010.</li> <li>- Lane, Henry W./Maznevski, Martha L., International Management Behavior – Global and Sustainable Leadership. 7<sup>th</sup> edition. Wiley, 2014.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Morschett, D./Schramm-Klein, H./Zentes, J., Strategic International Management – Text and Cases. Gabler/Springer, 2010.
- Trompenaars, Tom/Hampden-Turner, Charles, Riding the waves of culture – understanding diversity in global business. 3<sup>rd</sup> edition. Nicholas Brealey Publishing, 2012.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Marketing Praxis Forum					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		Hausarbeit oder Referat oder Projektbericht		Ringvorlesung mit Projekt, studentische Workshops mit Projekt	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. von Schnakenburg NN (W82)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen durch ausgewählte Praktiker-Vorträge und Exkursionen Tätigkeitsbereiche und -abläufe aus dem späteren Arbeitsumfeld kennen.</li> <li>- durchdringen aktuelle Entwicklungsfelder im Marketingumfeld aus der Perspektive der Unternehmenspraxis.</li> <li>- verifizieren und diskutieren ihr Theorieverständnis im Wechselspiel mit Praktikern.</li> <li>- vertiefen ihre theoretischen Kenntnisse durch eigenständige Anwendung und Umsetzung von erlerntem Wissen und Methoden in aktuellen Problemstellungen aus der und für die Unternehmenspraxis.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Überblick über aktuelle Themen und Entwicklungen aus der Marketingwelt durch ausgewählte Unternehmensvorträge und Referate ausgewiesener und qualifizierter externer Wissensmultiplikatoren, zielorientierte Vertiefung von Marketingwissen in branchenbezogenen Projekten je nach situativen Problemlagen der beteiligten Unternehmen, Schulung von Softskills in Gruppenarbeit, Projektmanagement, Präsentationstechnik.					
Literatur					
Workshopskripte. Präsentationsunterlagen der Praktiker-Vorträge.					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Social Media Marketing					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat oder Projektbericht		Seminar	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. von Schnakenburg NN (W82)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlernen die wesentlichen Begriffe und Wirkungsweisen von Social Media sowie dessen Entwicklungen und deren Konsequenzen auf das Marketing.</li> <li>- wenden das Wissen mittels praxisnaher Fallstudien an.</li> <li>- erwerben handlungsrelevante Denkansätze und Anwendungskennnisse über analytische Methoden.</li> <li>- können eigene Analysen durchführen, auswerten und interpretieren.</li> <li>- können die Ergebnisse ihrer Analysen präsentieren.</li> <li>- sind in der Lage, die Kooperation und Kommunikation in Arbeitsgruppen zu praktizieren, indem sie ihre Teamfähigkeit, eine aktive Mitgestaltung bei komplexen Aufgabenstellungen sowie ihre Konfliktfähigkeit nutzen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Social Media Grundlagen</li> <li>- Ermittlung des Social Media Status</li> <li>- Festlegung von Social Media Zielen</li> <li>- Ableitung von Social Media Strategien</li> <li>- Definition des Social Media Mix</li> <li>- Management von Social Media Krisen</li> <li>- Social Media Monitoring und Analytics</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceyp, M./Scupin, J.-P., Erfolgreiches Social Media Marketing, Wiesbaden 2013.</li> <li>- Decker, A., Der Social Media Zyklus, Wiesbaden 2019.</li> <li>- Kreutzer, R. T., Social Media Marketing kompakt, Wiesbaden 2018.</li> <li>- Pahrman, C./Kupka, K., Social Media Marketing Handbuch, 5. Aufl., Heidelberg 2020.</li> <li>- Pein, V., Social Media Manager, 4. Aufl, Bonn 2020.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Unternehmensbewertung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung	Prof. J. Berlingen
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Anlässe und die Zwecke einer Unternehmensbewertung sowie die verschiedenen Funktionen des Bewertenden.</li> <li>- sind in der Lage, auf Basis recherchierter Informationen bewertungsrelevante Erfolgsgrößen zu prognostizieren.</li> <li>- können nach verschiedenen Ansätzen (insbes. CAPM) die Höhe des Kalkulationszinsfußes bestimmen.</li> <li>- kennen die Grundgedanken und Techniken der traditionellen und der modernen Verfahren der Unternehmensbewertung.</li> <li>- können die verschiedenen Bewertungsansätze in ihrer Praxisrelevanz einordnen und das jeweilige theoretische Konzept kritisch beurteilen.</li> <li>- sind in der Lage, selbständig eine Unternehmensbewertung auf Basis realer Jahresabschlüsse zu erstellen / auf Plausibilität hin zu prüfen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Bewertungsanlässe, insbesondere Unternehmensübernahmen und Fusionen (M&A), dominierte Anlässe (Unternehmensbewertung in gerichtlichen Verfahren); Bewertungszwecke und Funktionenlehre; historische Entwicklung der Unternehmensbewertungsmethoden; traditionelle Verfahren der Unternehmensbewertung einschl. kritischer Beurteilung (Liquidationswert-, Substanz-/ Rekonstruktionskostenwert-, Ertragswert-, Zukunftserfolgswert-, Kombinations-, Multiplikatorverfahren); Möglichkeiten der Ermittlung bewertungsrelevanter Informationen, insbesondere Techniken zur Prognose zukünftiger Unternehmensergebnisse und deren Komponenten; verschiedene Ansätze zur Bestimmung des Kalkulationszinsfußes, insbesondere das Capital Asset Pricing – Modell (CAPM); Einflüsse der Besteuerung auf den Unternehmenswert; Empfehlungen des IDW für Wirtschaftsprüfer zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (IDW S1); moderne Discounted Cash Flow-Verfahren (Equity-, WACC-, Total Cash Flow-, Adjusted-Present-Value-Ansatz); Fallstudien; Bewertung eines realen Unternehmens; Ansätze wertorientierter Unternehmenssteuerung (Shareholder-Value-Ansatz von Rappaport; Market-Value-Added (MVA), Economic Value Added (EVA))					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ballwieser, W. / Hachmeister D.: Unternehmensbewertung, Stuttgart, 5. Aufl. 2016.</li> <li>- Behringer, S.: Unternehmensbewertung der Mittel- und Kleinbetriebe, Berlin 5. Aufl. 2012.</li> <li>- Drukarczyk, J. / Schüler, A.: Unternehmensbewertung, München 8. Aufl. 2020.</li> <li>- Ernst, D. / Schneider, S. / Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, München 6. Aufl. 2018.</li> <li>- Fleischer, H./ Hüttemann, R. (Hrsg.): Rechtshandbuch Unternehmensbewertung, Köln 2 Aufl. 2019.</li> <li>- Heesen, B: Basiswissen Unternehmensbewertung, Wiesbaden 2. Aufl. 2019.</li> <li>- Hommel, M. / Braun, I.: Unternehmensbewertung case by case, Frankfurt a. M. 7. Aufl. 2013.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- IdW (Hrsg.): Wirtschaftsprüfer Handbuch, Band II, Düsseldorf 14. Aufl. 2014.
- Ihlau, S. / Duscha, H.: Besonderheiten bei der Bewertung von KMU, Wiesbaden 2. Aufl. 2019.
- Krag, J. / Kasperzak, R. / Mölls, S.: Grundzüge der Unternehmensbewertung, München 2. Aufl. 2019.
- Kruschwitz, I. / Löffler, A. / Essler, W.: Unternehmensbewertung für die Praxis, Stuttgart 2009.
- Matschke, J. / Brösel, G.: Unternehmensbewertung, Wiesbaden 4. Aufl. 2013.
- Peemöller, V.H. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Herne 7. Aufl. 2019.
- Peterse, K. / Zwirner, Ch.(Hrsg.): Handbuch Unternehmensbewertung, Köln 2. Aufl. 2017.
- Schacht, U. / Fackler, M. (Hrsg.): Praxishandbuch Unternehmensbewertung, Wiesbaden 2. Aufl. 2009.
- Seppelfricke, P.: Unternehmensbewertungen, Stuttgart 2020.
- Wollny, Ch.: Der objektivierte Unternehmenswert, Herne 3. Aufl. 2018.
- Wollny, Ch.: Unternehmensbewertung für die Erbschaftssteuer, Herne 2012.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Unternehmensplanspiel (Managemententscheidungstraining)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund		PL: (Referat und berufspraktische Übung) (Gruppenarbeit) <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> Keine		Projekt	M. Zwingelberg
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können Unternehmensentscheidungen in den Bereichen Beschaffung, Absatz, Produktion, Personal und Finanzierung bei einem Mehrproduktunternehmen auf verschiedenen Märkten bei bestehender Konkurrenz treffen.</li> <li>- sind in der Lage, die komplexen Zusammenhänge eines Unternehmens abzubilden.</li> <li>- treffen in der Rolle der Geschäftsführung strategische und operative Entscheidungen in unterschiedlichen Unternehmensbereichen.</li> <li>- erlernen strukturiert mit großen Informationsmengen umzugehen und die Reichweite ihrer Entscheidungen abschätzen zu können.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Gewinnen von Verständnis für die Auswirkungen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen in einem Planungsunternehmen in seiner Gesamtheit. Die Studierenden werden aus dem Bereich Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit folgenden Bereichen konfrontiert: Unternehmensführung, Wertorientierte Unternehmensführung, Unternehmensleitbild, Strategisches Marketing, Geschäftsfeldentwicklung, Personalplanung und -qualifikation, Produktivität und Fluktuation, Produktmanagement, Beschaffungsmanagement, Ökologische Produktion, Rationalisierung, Investitions- und Auslastungsplanung, Finanz- und Rechnungswesen.					
Literatur					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftspolitik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse über die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen einer marktwirtschaftlichen Ordnung.</li> <li>- lernen die Ziele, Mittel und Träger der Wirtschaftspolitik kennen.</li> <li>- analysieren Sachverhalte des Marktversagens und leiten daraus Rechtfertigungen von Staatseingriffen ab.</li> <li>- sind in der Lage, wirtschaftspolitische Probleme moderner Volkswirtschaften selbstständig zu analysieren.</li> <li>- können Vor- und Nachteile wirtschaftspolitischer Maßnahmen herausarbeiten und eigene begründete Vorschläge erarbeiten.</li> <li>- erfahren Einblicke in spezielle Bereiche der Wirtschaftspolitik wie die Wettbewerbs-, Innovations- und die Umweltpolitik sowie weitere Aspekte der Wirtschaftspolitik.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Ziele, Mittel und Träger der Wirtschaftspolitik, Wirtschaftspolitik und Allokation, Vor- und Nachteile wirtschaftspolitischer Maßnahmen, spezielle Bereiche der Wirtschaftspolitik (z. B. Wettbewerbs-, Innovations- und die Umweltpolitik).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Frankfurt 2019.</li> <li>- Fritsch, Michael: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München 2018.</li> <li>- Grüner, Hans Peter: Wirtschaftspolitik - Allokationstheoretische Grundlagen und politisch-ökonomische Analyse, Wiesbaden 2018.</li> <li>- Klump, Rainer: Wirtschaftspolitik, Frankfurt 2013.</li> <li>- Welfens, Paul J.J.: Grundlagen der Wirtschaftspolitik, Grundlagen der Wirtschaftspolitik, Wiesbaden 2018.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

## Bachelorarbeit

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Bachelorarbeit und Projekt					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	12	Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement		PL: Bachelorarbeit mit Kolloquium,  Teile der Prüfungsleistung können bei Bedarf als Online-Veranstaltung durchgeführt werden.  <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>  *Mind. 170 LP **Projektbericht			Alle Lehrenden
Qualifikationsziele					
<p>Die Bachelorarbeit bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Ziel der Bachelorarbeit ist es den Zielen des Studiums entsprechend, in Anwendung des erlernten Instrumentariums selbstständig und verantwortungsvoll Vorschläge für praktische Probleme bzw. Problemlösungen zu erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen und beherrschen die berufsfeldbezogenen aktuellen und zukunftssträchtigen Fakten, Strukturen und Instrumente, die auf eine i.d.R. von einem Betrieb angetragene praktische Problemstellung angewandt werden sollen, um auf dieser Basis eine Problemlösung zu entwickeln.</li> <li>- erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen auf den konkretisierten Einzelfall und Problemlösungsweg anzuwenden ("Methodenwissen": Führungswissen, Projektsteuerung, Problemlösungsmethoden, "vernetztes Denken", Denken in verschiedenen Kategorien etc.).</li> <li>- wenden Techniken und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens an.</li> <li>- entwickeln die Fähigkeit, mit Mitgliedern des Betriebs, der die Aufgabenstellung angetragen hat, und dem Betreuer effektiv, effizient und human in verschiedenen Rollen zusammenzuarbeiten und zu kommunizieren.</li> </ul> <p>Im Bereich der Persönlichkeit erwerben die Studierenden folgende Kompetenzen (=konzeptionelle Kompetenz und Entscheidungskompetenz):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit, mit unklaren und widersprüchlichen Situationen bzw. mit der offenen Problemstellung einer wissenschaftlich gestützten praktischen Lösung umzugehen. Die Studierenden anerkennen, dass kaum alle Facetten des Problems durchdrungen werden können ("Komplexität") und dass sich die betrachteten Einflussfaktoren auf eine Entscheidung doch in nichtvorhergesagter Weise entwickeln lassen ("Unsicherheit").</li> <li>- Fähigkeit, Entscheidungen i.S.v. Vorschlägen mit unvollständigen Informationen zu treffen ("offene Probleme").</li> <li>- Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von (Fach-) Wissen und zum Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen im sozialen Kontext der Erstellung der Thesis.</li> <li>- Fähigkeit, Neuerungen zu entwickeln und um- und durchzusetzen.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Umstellungsfähigkeit, um sich in neuen Situationen zurechtzufinden, auch wenn diese unbekannte oder ungewohnte Handlungsmuster erfordern.

#### **Lehrinhalte**

Die Bachelorarbeit kann eine praktische Problemstellung oder ein theoretisches Thema zum Gegenstand haben. Sie kann in Kooperation mit einem Unternehmen aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer 170 Leistungspunkte und das Bestehen eines der Arbeit vorausgehenden Projektberichts nachweisen kann.

Durch die mündliche studienabschließende Prüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus und bedarf einer produktiven Auseinandersetzung mit dem Zielpublikum.

#### **Literatur**

Abhängig von der thematischen Ausrichtung der Bachelorarbeit.