
**Modulhandbuch des Studiengangs
Betriebswirtschaft
(Bachelor of Arts)
Campus Eisenach**

Studienrichtung: Tourismusmanagement

ab Matrikel 2018

Inhalt

1.	Modulliste	2
2.	Studienplan	4
2.1	Modulübersicht der Studienrichtung	4
2.2	Übersicht der Lehrveranstaltungsstunden und Leistungspunkte	5
2.3	Übersicht der Prüfungsleistungen	6
2.4	Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte der Studienrichtung	7
3.	Modulbeschreibungen	8
3.1	Kernmodule des Studiengangs in den Theoriephasen	8
3.1.1	Fachgebiet Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	8
3.1.2	Fachgebiet Volkswirtschaftslehre	21
3.1.3	Fachgebiet Recht	29
3.1.4	Fachgebiet Wirtschaftsinformatik	34
3.1.5	Fachgebiet Wirtschaftsmathematik/-statistik	39
3.1.6	Fachgebiet Rechnungswesen	42
3.1.7	Fachgebiet Wirtschaftsenglisch	48
3.1.8	Fachgebiet Arbeitstechniken und Kommunikation	52
3.2	Spezielle Module der Studienrichtung in den Theoriephasen	55
3.3	Praxismodule und Bachelorarbeit	91
4.	Abkürzungsverzeichnis	98

1. Modulliste

Code	Modul	Semester		Stud. Workload (WL)			ECTS -LP	Prüfungsleistung
		Be- ginn	Dau- er	LVS	Selbst- studium (in h)	WL (in h)		
E-WT-ABW-01	Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1	1	50	58	108	4	Klausurarbeit
E-WT-KAT-01	Wissenschaftliches Arbeiten / Kommunikation	1	2	70	38	108	4	Seminararbeit
E-WT-MAT-01	Wirtschaftsmathematik	1	1	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REC-01	BGB	1	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REW-01	Buchführung	1	1	65	70	135	5	Klausurarbeit
E-WT-VWL-01	Einführung in die VWL / Mikroökonomik	1	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-TW-SBW-01	Grundlagen der Tourismuswirtschaft / Verkehrsträgermanagement	1	1	65	70	135	5	Klausurarbeit
E-WT-PRA-01	Praxisphase I (Projektarbeit I)	1	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-WT-ABW-02	Marketing	2	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-WT-MAT-02	Wirtschaftsstatistik	2	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REW-02	Kosten- und Leistungsrechnung	2	1	65	70	135	5	Klausurarbeit
E-TW-PRO-01	Marktforschung, Projektmanagement und Digitalisierung im Tourismus	2	2	90	72	162	6	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-TW-SBW-02	Hotelmanagement	2	1	55	53	108	4	Klausurarbeit
E-WT-PRA-02	Praxisphase II (Projektarbeit II)	2	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-WT-ABW-03	Organisation und Personalwirtschaft	3	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-WT-ENG-01	Wirtschaftsenglisch I	3	2	70	38	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-INF-01	Wirtschaftsinformatik I	3	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-WT-REC-02	Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	3	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-VWL-02	Makroökonomik	3	2	60	75	135	5	Klausurarbeit

Code	Modul	Semester		Stud. Workload (WL)			ECTS -LP	Prüfungsleistung
		Be- ginn	Dau- er	LVS	Selbst- studium (in h)	WL (in h)		
E-TW-SBW-03	Veranstaltungsmanagement	3	1	60	48	108	4	Klausurarbeit
E-WT-PRA-03	Praxisphase III (Projektarbeit III)	3	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-WT-ABW-04	Investition und Finanzierung	4	1	50	58	108	4	Klausurarbeit
E-WT-INF-02	Wirtschaftsinformatik II	4	2	80	82	162	6	Klausurarbeit
E-WT-REW-03	Betriebliche Steuerlehre und Bilanzierung	4	1	55	53	108	4	Klausurarbeit
E-TW-PRO-02	Tourismusgeografie und Marketing-Fallstudien	4	2	70	65	135	5	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-TW-SBW-04	Management des Kur- und Gesundheitstourismus	4	1	55	53	108	4	Klausurarbeit
E-WT-PRA-04	Praxisphase IV (Praxisprüfung I)	4	1	0	135	135	5	Mündliche Prüfung
E-WT-ABW-05	Controlling	5	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-WT-ENG-02	Wirtschaftsenglisch II	5	2	70	38	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-VWL-03	Wirtschaftspolitik	5	2	60	48	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-TW-REC-01	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen	5	2	70	65	135	5	Klausurarbeit
E-TW-SBW-05	Destinationsmanagement / Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement	5	1	110	52	162	6	Klausurarbeit
E-WT-PRA-05	Praxisphase V (Projektarbeit IV)	5	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-WT-ABW-06	Unternehmensführung	6	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-TW-PRO-03	Soft Skills und Risikomanagement im Tourismus	6	1	60	48	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-TW-SBW-06	Vertiefende Managementfelder des Tourismus	6	1	110	52	162	6	Klausurarbeit
E-WT-PRA-06	Praxisphase VI (Praxisprüfung II)	6	1	0	135	135	5	Mündliche Prüfung
E-WT-BAR-01	Bachelorarbeit	6	1	0	324	324	12	Bachelorarbeit

2. Studienplan

2.1 Modulübersicht der Studienrichtung

Fachgebiete	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Einführung in die ABWL	Marketing	Organisation und Personalwirtschaft	Investition und Finanzierung	Controlling	Unternehmensführung
Spezielle Betriebswirtschaftslehre (studienrichtungsspezifische Inhalte)	SBWL I: Grundlagen der Tourismuswirtschaft / Verkehrsträgermanagement	SBWL II: Hotelmanagement	SBWL III: Veranstaltungsmanagement	SBWL IV: Management des Kur- und Gesundheits-tourismus	SBWL V: Destinationsmanagement / Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement	SBWL VI: Vertiefende Managementfelder des Tourismus
Volkswirtschaftslehre	Einführung in die VWL / Mikroökonomik		Makroökonomik		Wirtschaftspolitik	
Recht	BGB		Handels- und Gesellschaftsrecht / Arbeitsrecht		Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen	
Wirtschaftsinformatik			Wirtschaftsinformatik I	Wirtschaftsinformatik II		
Wirtschaftsmathematik/-statistik	Wirtschaftsmathematik	Wirtschaftsstatistik				
Rechnungswesen	Buchführung	Kosten- und Leistungsrechnung		Betriebliche Steuerlehre und Bilanzierung		
Wirtschaftsenglisch			Wirtschaftsenglisch I		Wirtschaftsenglisch II	
Arbeitstechniken u. Kommunikation	Wissenschaftliches Arbeiten / Kommunikation					
Profilmodule (studienrichtungsspezifische Inhalte)		Profilmodul I: Marktforschung, Projektmanagement und Digitalisierung im Tourismus		Profilmodul II: Tourismusgeografie und Marketing-Fallstudien		Profilmodul III: Soft Skills und Risikomanagement im Tourismus
Zusatzfächer	Fakultative Zusatzmodule					
Bachelorarbeit						Bachelorarbeit
Praxismodule	Unternehmensspezifische Inhalte					
	Praxisphase I	Praxisphase II	Praxisphase III	Praxisphase IV	Praxisphase V	Praxisphase VI

2.2 Übersicht der Lehrveranstaltungsstunden und Leistungspunkte

Fachgebiete		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		Σ	
		LVS	LP	LVS	LP	LVS	LP	LVS	LP	LVS	LP	LVS	LP	LVS	LP
Theorie	Allg. Betriebswirtschaftslehre	50	4	50	3	50	3	50	4	50	3	50	3	300	20
	Spezielle Betriebswirtschaftslehre	65	5	55	4	60	4	55	4	110	6	110	6	455	29
	Volkswirtschaftslehre	30	2	30	3	30	2	30	3	30	2	30	2	180	14
	Recht	30	3	30	2	30	3	30	2	35	3	35	2	190	15
	Wirtschaftsinformatik					50	3	35	2	45	4			130	9
	Wirtschaftsmathematik/-statistik	60	5	30	3	30	2							120	10
	Rechnungswesen	65	5	65	5			55	4					185	14
	Wirtschaftsenglisch					35	2	35	2	35	2	35	2	140	8
	Arbeitstechniken u. Kommunikation	20	1	50	3									70	4
	Profilmodule			30	2	60	4	30	2	40	3	60	4	220	15
	Zusatzfächer	(30)		(30)		(30)		(30)		(30)		(30)		(180)	
	Σ Theoriephase	320	25	340	25	345	23	320	23	345	23	320	19	1990	138
	Bachelorarbeit													12	12
Σ Theorie		25		25		23		23		23		31		150	
Praxis	Praxismodule		5		5		5		5		5		5	30	
	Σ Praxis		5		5		5		5		5		5	30	
	Σ Gesamt		30		30		28		28		28		36	180	

2.3 Übersicht der Prüfungsleistungen

Fachgebiete	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester			
	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D		
Allg. Betriebswirtschaftslehre	K	90	K	90	K	90	K	90	K	90	K	90		
Spezielle Betriebswirtschaftslehre	K	120	K	90	K	120	K	90	K	150	K	150		
Volkswirtschaftslehre			K	90			K	90			SE o. K	90		
Recht			K	120			K	120			K	120		
Wirtschaftsinformatik					K	90			K	150				
Wirtschaftsmathematik/-statistik	K	120			K	120								
Rechnungswesen	K	120	K	120			K	90						
Wirtschaftsenglisch							SE o. K	120			SE o. K	120		
Arbeitstechniken u. Kommunikation	SE													
Profilmodule					SE o. K		120			SE o. K		120	SE o. K	90
Bachelorarbeit											BA			
Praxismodule	PR		PR		PR		MP		PR		MP			

2.4 Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte der Studienrichtung

Semester	Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte in den Praxisphasen	Umfang*
1	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen des Unternehmens und Unternehmensumfeldes - Kennenlernen des Produkt- und Leistungsprogramms - Mitarbeit im Tagesgeschäft des Unternehmens - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des touristischen Unternehmens / der touristischen Institution (je nach Art des Unternehmens / der Institution) - Projektarbeit I 	18 Wochen
2	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing und Verkauf - Spezifische Anwendung des Marketing-Instrumentariums - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des touristischen Unternehmens / der touristischen Institution (je nach Art des Unternehmens / der Institution) - Projektarbeit II 	10 Wochen
3	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation (Aufbau- und Ablauforganisation) - Personalwirtschaft - Arbeitsschutz - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des touristischen Unternehmens / der touristischen Institution (je nach Art des Unternehmens / der Institution) - Projektarbeit III 	12 Wochen
4	<ul style="list-style-type: none"> - Branchenspezifische Datenverarbeitung - Finanz- und Rechnungswesen - Investition, Finanzierung - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des touristischen Unternehmens / der touristischen Institution (je nach Art des Unternehmens / der Institution) - Praxisprüfung I 	12 Wochen
5	<ul style="list-style-type: none"> - Tätigkeitsbereiche nach Absprache sowie in bereichsübergreifenden Funktionen (eigenständiges Arbeiten in ausgewählten Funktionsbereichen) - Projektarbeit IV 	10 Wochen
6	<ul style="list-style-type: none"> - Tätigkeitsbereiche nach Absprache sowie in bereichsübergreifenden Funktionen (eigenständiges Arbeiten in ausgewählten Funktionsbereichen) - Bachelorarbeit - Praxisprüfung II 	22 Wochen

* einschließlich der Urlaubsansprüche der Studierenden

3. Modulbeschreibungen

3.1 Kernmodule des Studiengangs in den Theoriephasen

3.1.1 Fachgebiet Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre / Introduction to General Business Administration			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. A. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Die Studierenden erfassen betriebswirtschaftliche Grundtatbestände und sind in der Lage, diese vor dem Hintergrund der jeweiligen Problem- und Fragestellungen in den unterschiedlichen Funktions- bzw. Tätigkeitsbereichen der betrachteten Unternehmen/Institutionen zu vernetzen. Sie erhalten einen ersten Überblick über das betriebswirtschaftliche Spektrum, welches - vom Allgemeinen zum Speziellen vorgehend - im weiteren Studienverlauf funktionell und institutionell vertieft wird. Die Studierenden sollen befähigt werden, konsequent betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln sowie fortsetzend mit den weiteren Modulen des Fachgebietes, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge konzeptionell und in ihrem ökonomischen Wesenskern zu begreifen.						
Literatur: Bea, F. / Dichtl, E. / Schweitzer, M.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1-3, Stuttgart Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Wien Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Wien Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Köln Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München Wöhe, G. / Brösel, G. / Döring, U.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München						
Lehrinhalte: 1. Grundfragen der Betriebswirtschaftslehre (BWL) - Begriffliche Grundlagen - Einordnung und Gliederung der Betriebswirtschaftslehre - Wirtschaft, Wirtschaften und wirtschaftliches Prinzip - Kennzeichnung von Betriebsarten - Unternehmen als Erfahrungs- und Erkenntnisobjekt der BWL 2. Entwicklung der BWL und betriebswirtschaftliche Wissenschaftsprogramme: Historische Herausbildung der BWL, Traditionelle Theorieansätze der BWL, Moderne Theorieansätze der BWL						

3. Rahmenbedingungen des unternehmerischen Handelns
 - Wirtschaftsordnung (realtypische Ausprägung)
 - Ausgestaltung der Wirtschaftsordnung Deutschlands (einschl. Prinzipien der sozialen Sicherung, Interessensorganisationen, wie Arbeitgeber-, Arbeitnehmer-, Verbraucherorganisationen)
 - Steuersystem als Rahmenbedingung des unternehmerischen Handelns
 - Unternehmensordnung
4. Standortentscheidung als konstitutive Entscheidung
 - Grundfragen betrieblicher Entscheidungen
 - Ursachen und Aufgaben der Standortentscheidung
 - Standortfaktoren und Standortanalyse
 - Standortalternativen und Standortauswahl
 - betriebswirtschaftliche Diskussion ausgewählter Standorte
5. Wahl der Rechtsform als Entscheidungsproblem
 - Ursachen und Aufgaben der Rechtsformentscheidung
 - Arten von Rechtsformen
 - Entscheidungskriterien für die Wahl der Rechtsform
6. Unternehmenszusammenschlüsse
 - Unternehmenszusammenschlüsse und Wettbewerb
 - Entscheidungsprobleme bei Unternehmenszusammenschlüssen
 - Formen von Unternehmenszusammenschlüssen (Kooperations- und Konzentrationsformen)
7. Betriebliches Management
 - Management als Institution/Entscheidungsprozess
 - Charakteristische Merkmale des Managements
 - Persönlichkeitsbedingte und fachliche Voraussetzungen eines Managers
 - Theorien der Führung im Überblick
 - Führungsstile (Überblick) und Führungsverhalten
 - Ausgewählte Führungsmodelle
8. Planung als Führungsinstrument: Begriffe und Zweck der Planung, Arten der Planung, Teilaufgaben der Planung
9. Informationsmanagement
 - Begriffliche Einordnung
 - Informationen und Entscheidungsprozess
 - Informationsbereiche
 - Methoden der Informationsgewinnung
10. Der betriebliche Leistungsprozess im Überblick: definitorische Grundlagen, Phasen des Leistungsprozesses
11. Betrieblicher Produktionsfaktor: menschliche Arbeit
 - Einsatz der menschlichen Arbeit
 - Bestimmungsfaktoren der Arbeitsleistung
 - Einflussgrößen auf die Arbeitsleistung
 - Gestaltung der Arbeit im Unternehmen
 - Methoden zur Humanisierung der menschlichen Arbeit (Überblick)
12. Betrieblicher Produktionsfaktor: Betriebsmittel
 - Begriff und Arten der Betriebsmittel
 - Ziele und Risiken der Betriebsmittelwahl
 - Betriebsmittelbereitstellung
 - Kapazitätsanforderungen an Betriebsmittel
13. Betrieblicher Produktionsfaktor: Werkstoffe
 - Begriffsinhalte
 - Arten der Werkstoffe
 - Ökonomischer Einsatz der Werkstoffe
 - Probleme der Werkstoffbereitstellung
 - Prinzipien der Werkstoffbereitstellung
 - Methoden zur Optimierung materialwirtschaftlicher Aufgaben
14. Probleme der Sozialpartnerschaft: Sozialpartnerschaft und soziale Marktwirtschaft, aktuelle Problembereiche

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Marketing / Marketing			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Marktbeziehungen von Unternehmen und Institutionen sowie die aus diesen abgeleitete Notwendigkeit einer marktorientierten Unternehmensführung mit den diesbezüglichen Aufgabenbereichen und institutionellen Besonderheiten des Marketing, - die historische Herausbildung des Marketing im Allgemeinen und die Entwicklungsphasen desselben in Deutschland im Speziellen, - die planvolle Umsetzung des Marketing über die komplex verbundenen Basiselemente einer Marketing-Konzeption, - die Systemik des Marketing, welche nicht zuletzt auf einer differenzierten Analyse der gegebenen unternehmensin- und -externen Rahmenbedingungen fußt, - Entscheidungsaspekte der Identifizierung, Operationalisierung und Integration von Marketing-Zielen, - relevante Basis-Strategien des Marketing im systemischen Kontext einer Marketing-Konzeption, - die Analyse, Planung und Anwendung einer zielgruppenspezifischen und situationsadäquaten Kombination und Koordination des primär zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentariums aus Produkt- und Programm-/Sortimentspolitik, Preis- und Konditionenpolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Notwendigkeit einer marktorientierten Unternehmensführung nicht nur vor dem Hintergrund sich wandelnder Märkte auf lokaler und globaler Ebene zu erkennen sowie in ihrer beruflichen Praxis konsequent „vom Markt her und zum Markt hin“ zu denken und zu handeln, - die Spezifika des Marketing ihrer Branche mit den gegebenen institutionellen Besonderheiten des Marketing zu benennen, - die Basiselemente einer Marketing-Konzeption in deren komplexen und systemischen Bezugsrahmen unternehmensindividuell zu erarbeiten, - Möglichkeiten und Maßnahmen einer fundierten Situationsanalyse, die Marketingziel- und -strategienfestlegung zu erarbeiten, - eine zielgruppenspezifische und situationsadäquate Kombination und Koordination des zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentariums abzuleiten, - Grundfragen des Marketing-Controlling im Kontext der Marketing-Konzeption zu benennen, - mögliche Interessenskonflikte sowie relevante fachspezifische Probleme des Marketing innerhalb und außerhalb eines Unternehmen oder einer Institution zu erkennen und zu versuchen, diese zu minimieren bzw. zu lösen. 						
<p>Literatur:</p> <p>Becker, J.: Marketing-Konzeption, München Böcker, F.: Marketing, Stuttgart Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden/Heidelberg/Berlin Hill, W./ Rieser, J.: Marketing-Management, Stuttgart Kotler, P./ Bliemel, F.: Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Stuttgart</p>						

Meffert, H.: Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik, Wiesbaden/Heidelberg/Berlin
 Meffert, H.: Marketing-Management, Gabler, Wiesbaden/Heidelberg/ Berlin
 Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H.: Marketing, Berlin
 Scheuch, F.: Marketing, München
 Weis, H. Ch.: Marketing, Ludwigshafen

Lehrinhalte:

1. Grundlagen

- Marktbeziehungen von Unternehmen/Institutionen im Wirtschaftskreislauf
- Definitorische Grundfragen und Merkmale des Marketing
- Aufgabenbereiche des Marketing (leistungsträgerbezogene und systemische Betrachtung)
- Institutionelle Besonderheiten des Marketing
- Historische Herausbildung des Marketing
- Entwicklungsphasen des Marketing in Deutschland und gegenwärtiger Stand

2. Marketing als Management-Konzept

- Die Rolle des Marketing-Managements im Unternehmen
- Marketing-Konzeption vs. Verkaufskonzeption
- Die Basiselemente einer Marketing-Konzeption im Überblick (Situationsanalyse, Marketing-Ziele, Marketing-Strategien, Marketing-Instrumentarium, Marketing-Controlling und branchenspezifische Ausdehnung/Modifikation desselben)

3. Situationsanalyse als Basis einer Marketing-Konzeption

- Marketing und Informationsmanagement
- Begriffliche Einordnung, Abgrenzung sowie Ziele, Aufgaben und Formen der Markt- und Marketingforschung als Prozesse der Informationsgewinnung
- Informationsbereiche einer Situationsanalyse und deren spezifische Bestandteile (einschl. anzuwendende Analysensysteme)
- Erhebungsarten und -methoden zur Gewinnung von Daten
- Betrachtung konkreter markt- und umfeldorientierter Rahmenbedingungen (Auswahl nach Relevanz desselben)
- Markt- und Absatzprognosen

4. Marketing-Ziele

- Integration der (Marketing-)Zielbildung in einer Marketing-Konzeption
- Operationalisierung von Marketing-Zielen (Zielinhalt, -ausmaß, -segment, -periode)
- Bildung und Strukturierung der Marketing-Ziele
- Basisformen möglicher Zielbeziehungen

5. Marketing-Strategien

- Definitorische und inhaltliche Einordnung im System der Marketing-Konzeption
- Einflussfaktoren zur Auswahl und Gestaltung von Marketingstrategien
- Basisstrategien und strategische Einzelalternativen (u.a. Marktfeldstrategien, Marktstimulierungsstrategien, Marktparzellierungsstrategien, Marktarealstrategien)
- Strategietrends im Marketing

6. Instrumente der Marktgestaltung und Grundlagen des Käuferverhaltens

- Systematik der Instrumentalbereiche im Rahmen der Marketing-Konzeption
- Funktionale und zeitliche Beziehungen zwischen Marketing-Instrumenten
- Probleme der Gewichtung und Rangordnung der Marketing-Instrumente
- Definitorische Grundfragen, Einordnung und Erklärungsansätze des Käuferverhaltens
- Einflußfaktoren des Käuferverhaltens
- Prozess der Bedürfniskonkretisierung
- Tendenzen der Bedarfsentwicklung
- Hauptfaktoren der Nachfrage
- Wertewandel und „neuer Konsument“

7. Produkt- und Programm-/Sortimentspolitik

- Begriffsbestimmungen, Systemik und Einordnung der Produkt- und Programm-/Sortimentspolitik im Marketing-Mix
- Anforderungen an marktorientierte Produkte
- Entscheidungsunterstützung durch Produkt-Lebenszyklus- und Produkt-Portfolio-Analysen
- Die Phasen des Produktentwicklungsprozesses
- Produktgestaltung (Produktqualität, Materialwahl, Formgebung/Design, Farbgebung)
- Packungsgestaltung
- Markenentscheidungen

- Produktbegleitende Nebenleistungen
- Produktmodifikation
- Programm-/sortimentsgerichtete Entscheidungen

8. Entgeltpolitik (Preis- und Konditionenpolitik)

- Definitorische und inhaltliche Einordnung der Entgeltpolitik im System des Marketing-Mix
- Preistheoretische Aspekte
- Praxisorientierte Preisbestimmung
- Preisstrategien
- Aspekte der Darbietung von Preisen
- Preisargumentationen
- Preisänderungen und -differenzierungen
- Rabattpolitik
- Zahlungsbedingungen
- Kreditierung und Leasing

9. Distributionspolitik

- Definitorische und inhaltliche Einordnung der Distributionspolitik im System des Marketing-Mix
- Wahl des Absatzkanals (Grundtypen von Absatzwegen, Stärken und Schwächen alternativer Distributionskanäle, Entscheidungsalternativen)
- Vertriebssysteme
- Ausgestaltung der Absatzwege
- Einsatz unternehmenseigener Distributionsträger
- Absatzmittler als Leistungsträger der Warenvermittlung (Überblick)
- Handelsfunktionen
- Distributionspolitik und Digitalisierung
- Gestaltung der physischen Distribution (Objektflüsse u.a. hinsichtlich Transportmittel, Eigen-/Fremdtransport, Eigen-/ Fremdlager, Auftragsabwicklung)

10. Kommunikationspolitik

- Begriffsbestimmungen, systemische Einordnung der Kommunikationspolitik und deren Elemente im Marketing-Mix
- Gesamtprozess der Kommunikationsplanung
- Werbung im Kommunikations-Mix (Grundtatbestände, Arten, Ausprägung der Werbung)
- Gestaltung der Werbebotschaften und Werbemittel
- Auswahl der Werbeträger
- Public Relation (Grundtatbestände und Einordnung der PR im Kommunikations-Mix)
- Anwendung ausgewählter PR-Aktivitäten (u.a. Pressearbeit, Durchführung von Veranstaltungen/Events, Betriebsbesichtigungen, Sponsoring etc.)
- Inhalt, Aufbau und Anwendung einer Corporate Identity
- Ausgewählte Aspekte des persönlichen Verkaufs
- Aktivitäten der Verkaufsförderung
- Messen und Ausstellungen
- Kommunikationspolitik und Digitalisierung

11. Aktuelle Aspekte und Problembereiche des Marketing

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Organisation und Personalwirtschaft / Organisation and Human Resource Management			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Niebergall / Prof. Dr. A. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation, die unterschiedlichen Formen der Aufbauorganisation und ihrer praktischen Anwendungsrelevanz, - den Aufbau und die Erarbeitung von betrieblichen Organisationsdokumenten, wie z.B. von Organigrammen und Stellenbeschreibungen, - die Methoden und Techniken der Organisationsanalyse und ihre Anwendung in der Praxis, - die Funktionen und Bereiche der betrieblichen Personalwirtschaft sowie deren praktische Ausgestaltung. <p>Die Studierenden sollen Verständnis über die Inhalte und Zusammenhänge erwerben über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Verzahnung der Aufbauorganisation mit der Prozessorganisation im Unternehmen, - die Verzahnung der einzelnen Aufgaben, Bereiche und Prozesse der betrieblichen Personalwirtschaft, - die Auswirkungen der Organisationsentscheidungen und von Entscheidungen des Personalmanagements auf die betriebliche Effektivität und Rentabilität. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - selbstständig bestehende Organisationsstrukturen zu erkennen und zu klassifizieren sowie Analysen zur Effektivität und Effizienz dieser durchzuführen, - logische Empfehlungen zur Veränderung und Optimierung der Organisationsstrukturen sowie der Prozessorganisation typischer Geschäftsprozesse zu geben, - selbstständig Analysen zu personalwirtschaftlichen Aufgabenbereichen durchzuführen und Empfehlungen für eine weitere Optimierung der Prozesse begründet abzuleiten und betriebswirtschaftlich zu fundieren. 						
<p>Literatur:</p> <p>Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart Drumm, H.J.: Personalwirtschaftslehre, Berlin Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Berlin Oechsler, W. A.; Paul, C.: Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement, München Jung, H.: Personalwirtschaft, München Kieser, A./Kubicek, H.: Organisation, Berlin Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, München Schreyögg, G.: Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München Vahs, D.: Organisation: Einführung in die Organisationstheorie und -praxis, Stuttgart</p>						

Lehrinhalte:

1. Grundlagen der Unternehmensorganisation: Ziele/Aufgaben und Begriffe der Organisation, formale Organisationsstrukturen, Entwicklung von Organisationsstrukturen
2. Die Aufbauorganisation eines Unternehmens
 - Inhalt, Grundsätze und Formen der Aufbauorganisation
 - Stellenbildung und Stellenbeschreibung
 - Flexibilität und Leistungsfähigkeit durch moderne Organisationsmodelle
3. Die Prozessorganisation eines Unternehmens
 - Inhalt, Grundsätze und Formen der Prozessorganisation
 - Gestaltung der Prozessorganisation
 - Verbesserung von Prozessen
4. Grundfunktionen der Personalwirtschaft
 - Grundfragen, Ziele, Funktionen und Aufgaben der betrieblichen Personalwirtschaft
 - Rechtsgrundlagen der Personalwirtschaft
 - Personalpolitik als Gestaltungsrahmen der betrieblichen Personalwirtschaft
5. Personalplanung, -beschaffung und -auswahl
 - Personalbedarfsplanung
 - Personalbeschaffung und -auswahl
 - Personalbeurteilung und Arbeitszeugnis
6. Personalentwicklung
 - Ziele, Aufgaben, Inhalte und Bereiche der Personalentwicklung
 - Methoden der Personalentwicklung
 - Erfolgskontrolle der Personalentwicklung
7. Personaleinsatz und -koordinierung
 - operative und strategische Personaleinsatzplanung
 - Arbeitszeitmodelle und Flexibilisierung des Arbeitseinsatzes
8. Personalentlohnung
 - Entgelt differenzierung
 - Entgeltformen
 - Entgeltberechnung
9. Personalfreisetzung
 - Ursachen und Rahmenbedingungen der Personalfreisetzung
 - Maßnahmen, Formen und Rechtsaspekte der Personalfreisetzung

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-04		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Investition und Finanzierung / Investment and Financing			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Reiter			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die grundlegenden Aufgaben und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Planung, Durchführung und Kontrolle von Investitionen, - den stufenweisen Gesamtprozess einer betrieblichen Investition von der Idee/Anforderung bis zur Nutzung der Ergebnisse der Investition im betrieblichen Prozess, - die verschiedenen Rechnungsverfahren der Investitionsrechnung und ihre Anwendungsbedingungen, - die grundlegenden Zusammenhänge der Finanzierung eines Unternehmens sowie der Arten und Quellen der betrieblichen Finanzierungsprozesse, - die kurz- und langfristigen betrieblichen Wirkungen sowie Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungsarten der Außen- und Innenfinanzierung, - die Formen, Methoden und Instrumente der lang-, mittel- und kurzfristigen Finanzplanung. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftlichkeitsrechnungen für Investitionen entsprechend unterschiedlichen Aufgabenstellungen durchzuführen, - Finanzierungs- und Liquiditätspläne zu interpretieren und auszuarbeiten, - begründete Auswahlentscheidungen zu den Arten und Quellen der betrieblichen Finanzierungsmaßnahmen vorzuschlagen, - finanzwirtschaftliche Prozesse und Situationen zuverlässig zu analysieren und durch geeignete Kennzahlen zu bewerten. 						
Literatur: Busse, F.-J.: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, München/Wien Jahrmann, F.U.: Finanzierung, Herne/Berlin Olfert, K.: Investition, Ludwigshafen Olfert, K. / Reichel, C.: Finanzierung, Ludwigshafen Perridon, L. / Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München						
Lehrinhalte: 1. Grundlagen der Investitionsrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche Grundlagen - Prozess der Investitionsplanung - Investitionsarten und Investitionstypen - Bezugsgrößen der Investitionsrechnung 						

-
2. Statische Investitionsrechenverfahren
 - Kostenvergleichsmethode
 - Gewinnvergleichsmethode
 - Rentabilitätsvergleichsmethode
 - Amortisationsrechnung
 3. Dynamische Investitionsrechenverfahren
 - Kapitalwertmethode
 - Annuitätenmethode
 - Interne Zinssatzmethode
 4. Grundlagen der Finanzwirtschaft
 - Begriffliche Grundlagen
 - Finanzwirtschaftliche Zielgrößen und Kennzahlen
 - Finanzplanung und Ermittlung des Kapitalbedarfs
 - Finanzierungsarten (Überblick) und Finanzierungsquellen
 - Finanzierungsregeln
 - Finanz- und erfolgswirtschaftliche Analyse und Beurteilung des Unternehmens
 5. Arten und Möglichkeiten der Finanzierung
 - Außenfinanzierung/Innenfinanzierung
 - Eigenfinanzierung in Personengesellschaften
 - Eigenfinanzierung in Kapitalgesellschaften
 - Langfristige Fremdfinanzierung
 - Kurzfristige Fremdfinanzierung
 - Leasing und Factoring
 - Finanzierungsvergleich - der Leverage-Effekt
 - Innenfinanzierung
 - Selbstfinanzierung aus Gewinn
 - Finanzierung aus Abschreibungen
 - Finanzierung aus Rückstellungen
 - Umgang mit Banken und anderen Kapitalgebern
 6. Das System der lang,- mittel- und kurzfristigen Finanzplanung
 - Ziele, Aufgaben, Arten und Grundsätze der Finanzplanung
 - Stellung der Finanzplanung im Gesamtplanungssystem der Unternehmung
 - Lang- und mittelfristige Finanzplanung
 - Kurzfristige Finanzplanung zur Liquiditätssicherung und Liquiditätsüberwachung
 7. Aktuelle Aspekte und Problembereiche

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-05		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Controlling / Controlling			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Hoffmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen und betrieblichen Aufgabenbereiche des Controllings und die Unterstützung der Führungsprozesse, - die wesentlichen Inhalte und Aufgaben des strategischen und des operativen Controllings, - die Möglichkeiten des Einsatzes allgemeiner und spezieller Managementtechniken für die Analyse, Planung und Findung von Führungsentscheidungen, - die Prozessabläufe in Führungs- und Controllingkreisläufen, - die Methoden und Instrumente des Controllings. Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über <ul style="list-style-type: none"> - die wesentlichen Auswirkungen von strategischen Entscheidungen auf Unternehmens- und auf Geschäftsfeldebene auf die betriebswirtschaftlichen Ziele und Kennzahlen, - die verschiedenen Controllingkonzepte und deren Verzahnung mit den Prozessen der Unternehmensbereiche. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme systematisch zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten und Entscheidungen vorzuschlagen, - die Methoden und Instrumente des Controllings für die entsprechenden Aufgabenstellungen effizient auszuwählen und einzusetzen. 						
Literatur: Ehrmann, H.: Unternehmensplanung, Ludwigshafen Fischer, T.M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart Gladen, W.: Kennzahlen- und Berichtssysteme, Wiesbaden Horvath, P.: Controlling, München Preißner, A.: Praxiswissen Controlling, Grundlagen, Werkzeuge, Anwendungen, München und Wien Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, München Stelling, J.N.: Kostenmanagement und Controlling, München Weber, J.: Einführung in das Controlling, Stuttgart Ziegenbein, K.: Controlling, Ludwigshafen						
Lehrinhalte: 1. Grundlagen des Controllings <ul style="list-style-type: none"> - Ziele, Inhalt, Aufgaben und Organisation des Controllings - Operatives Controlling: Planung und Budgetierung, Informations- und Berichtssysteme, Analyse und Kontrolle, Steuerung der Kurseinhaltung 						

-
- Strategisches Controlling: strategische Planung - Aufbau und Entwicklung, strategisches Informationssystem, strategische Analyse und Kontrolle, strategische Gewinn- und Potentialsteuerung
 - Controlling mit Kennzahlen und der Balanced Scorecard (BSC)
 - Funktions- und bereichsorientierte Controllingansätze
 - Unternehmensrating
2. Kostencontrolling - ein Kreislauf von Planung, Analyse, Kontrolle und Steuerung der Kosten
- Kreislauf des Kostencontrollings
 - Plan- und Budgetkostenrechnung
 - Kostenanalyse und Plan-Soll-Ist-Vergleich
 - Deckungsbeitragsrechnung als Teilkostenrechnung
 - Prozesskostenrechnung
 - Zielkostenmanagement
 - Kostensteuerung und Kostenbeeinflussung
3. Erlös- und Ergebniscontrolling: Erlösplanung und -budgetierung, Plan-Ist-Vergleich und Analyse von Erlösabweichungen, Ergebnisplanung, -analyse und -kontrolle
4. Finanz- und Investitionscontrolling
- Ziele und Aufgaben des Finanzcontrollings
 - Ansätze, Methoden und Verfahren des Investitionscontrollings
 - Langfristige Finanzplanung und -steuerung
 - Mittel- und kurzfristige Finanzplanung und -steuerung
 - Spezielle Controllingaspekte von Dienstleistungs- und Outsourcingkonzepten
5. Strategisches und operatives Marketing- und Vertriebscontrolling
6. Ausgewählte Aspekte und Trends des modernen Controlling
7. Exkurs: Risikocontrolling

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-06		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Unternehmensführung / Corporate Management			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Straubel			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der Unternehmensführung auf allen Ebenen eines Unternehmens, - die wesentlichen Inhalte und Aufgaben des strategischen und des operativen Managements, - die Möglichkeiten des Einsatzes allgemeiner und spezieller Managementtechniken für die Analyse, Planung und Findung von Führungsentscheidungen, - die Prozessabläufe und Vorgehensmodelle in Führungskreisläufen - den Aufbau und die Struktur verschiedener Modelle und Methoden der Unternehmensführung. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - Führungsprozesse auf allen Unternehmensebenen systematisch zu analysieren sowie effizient und effektiv zu gestalten, - die Methoden und Techniken der strategischen und operativen Führungsprozesse zielführend anzuwenden, - zur Lösung betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprobleme geeignete Methoden und Instrumente auszuwählen und - systematisch für die Analyse einzusetzen, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten sowie erforderliche Entscheidungsprozesse zu initiieren und durchzusetzen, - grundlegende Entwicklungen der Führungs- und Organisationstheorie zu bewerten und in den Kontext vorgegebener Szenarien einzuordnen, - die wesentlichen Auswirkungen von strategischen Entscheidungen auf Unternehmens- und auf Geschäftsfeldebene auf die betriebswirtschaftlichen Ziele und Kennzahlen zu analysieren, - moderne Ansätze unternehmensübergreifender kooperativer Geschäftsmodelle zu integrieren. 						
Literatur: Binner, H.F.: Organisations- und Unternehmensmanagement, München/Wien Bleuel, H.: Internationales Management – Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart Dillerup, R. / Stoi, R.: Unternehmensführung, München Dillerup, R. / Stoi, R. (Hrsg.): Praxis der Unternehmensführung, München Ehrmann, H.: Unternehmensplanung, Ludwigshafen Gessler, M.(Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement, Nürnberg Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Wiesbaden Hungenberg, H. / Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Berlin Heidelberg Initiative „Offensive Mittelstand“ (Hrsg.): Unternehmensführung für den Mittelstand, Stuttgart Kreikebaum, H.: Strategisches Management, Stuttgart Macharzina, K. / Wolf, J.: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen, Wiesbaden Neumann, A.: Integrative Managementsysteme, Heidelberg Rahn, H.-J.: Unternehmensführung, Ludwigshafen Schneck, O.: Managementtechniken, Frankfurt Schreyögg, G. / Koch, J.: Grundlagen des Managements, Wiesbaden						

Staehe, W.: Management, München
Steinmann, H. / Schreyögg, G.: Management, Wiesbaden
Vorbach, S.: Unternehmensführung und Organisation, Wien

Lehrinhalte:

1. Grundlagen der Unternehmensführung

- Aufgaben, Managementprozess, Dimensionen (Funktionen, Institution)
- Theorien der Unternehmensführung
- System der Unternehmensführung, Handlungsebenen, Unternehmens-Umwelt-Koordination
- Managementsysteme- Normative Unternehmensführung (Unternehmensphilosophie, -vision, -politik, - mission, - kultur, -verfassung), Integratives System: Corporate Governance-, Risc- Compliance-Management (GRC)

2. Strategische Unternehmensführung

- Elemente und Prozess des strategischen Führungsprozesses
- Ausrichtung als wertorientierte, marktorientierte, ressourcenorientierte Unternehmensführung, sonstige Ausrichtungsformen (qualitäts-, wissens-, serviceorientiert)
- Strategiearten, Strategieprofil
- Strategieimplementierung
- Kooperationen, Allianzen, Netzwerke
- Mergers & Acquisitions
- Anwendung der Managementtechniken im Rahmen der strategischen Unternehmensführung

3. Führung des Wandels in Unternehmen - Management der Organisationsentwicklung

4. Planung und Kontrolle

- Elemente und Prozess der strategischen Planung und Kontrolle
- Elemente und Prozess der operativen Planung und Kontrolle

5. Kompetenzbasierte Unternehmensführung

- Unterstützungssysteme und deren integrative Gestaltung
- Organisatorisches Lernen und Wissensmanagement
- Informationsmanagement als Bestandteil der Unternehmensführung
- Ausgewählte Führungsprinzipien und -instrumente
- Risikomanagement
- Unternehmensethik
- Internationale Unternehmensführung / Internationales Management
- Interkulturelle Unternehmensführung
- Ökologieorientiertes Management
- Ausgewählte Aspekte der Digitalisierung im Kontext der Unternehmensführung
- Ausgewählte Aspekte kooperativer Geschäftsmodelle im Kontext der Unternehmensführung

6. Integrative Nutzung von Managementtechniken für komplexe Entscheidungssituationen

- Multifunktionale Werkzeuge
- Werkzeuge zur Problemfeststellung, -identifikation, -analyse, -abgrenzung
- Werkzeuge zur Zielbildung, Ideenfindung
- Werkzeuge zur Prognose, strategischen Konzeption/Planung
- Werkzeuge zur Kontrolle und Steuerung
- Fallstudien zur Unternehmensführung

7. Ausgewählte Aspekte und Trends der Unternehmensführung

3.1.2 Fachgebiet Volkswirtschaftslehre

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre		
Code: E-WT-VWL-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Einführung in die VWL / Mikroökonomik / Introduction to Economics / Microeconomics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung		Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rometsch / Prof. Dr. A. Müller				
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen: Die Klausurarbeit setzt sich zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-01.1 und zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-01.2 zusammen.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-VWL-01.1	Einführung in die VWL			30	1	V
E-WT-VWL.01.2	Mikroökonomik			30	2	V
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die allgemeinen Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, - die Motive und Bedingungen für wirtschaftlich rationales Verhalten der Wirtschaftssubjekte (Haushalte und Unternehmen), - die grundlegenden Entscheidungsprobleme der Wirtschaftssubjekte (Konsumgüterwahl, Arbeitsangebot, Sparen, Faktornachfragen, Güterangebot u.a.), - die Herleitung individueller und gesamtwirtschaftlicher Verhaltensfunktionen aus den jeweiligen mikroökonomischen Entscheidungskalkülen, - den Preisbildungs- bzw. Gleichgewichtsbildungsprozess in unterschiedlichen Marktformen, - die sich jeweils im Marktgleichgewicht ergebenden Wohlfahrtseffekte für die Marktteilnehmer. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - gegebene Entscheidungsprobleme der Wirtschaftssubjekte mit mikroökonomischen Methoden abzubilden, - die möglichen Einflüsse der Änderung einzel- oder gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf das Verhalten der Wirtschaftssubjekte zu analysieren - die hieraus resultierenden Effekte auf das Marktgleichgewicht zu bestimmen. 						
Literatur: Bartling, H. / Luzius, F.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart Hanusch, K. / Kuhn, H.: Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Heidelberg Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München Richert, R.: Mikroökonomik schnell erfasst, Heidelberg Samuelson, P. / Nordhaus, W.: Volkswirtschaftslehre, München Siebert, H., Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Stuttgart Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München v. Böventer, E. / Illing, G.: Einführung in die Mikroökonomie, München						
Lehrinhalte: Zu E-WT-VWL-01.1 (Einführung in die VWL) 1. Grundtatbestände der Volkswirtschaft - Wirtschaftssubjekte und -transaktionen						

- Bedürfnisse und Bedarf
- Knappheit und Wahlentscheidungen
- Wirtschaftlichkeitsprinzip und homo oeconomicus
- Angebot und Nachfrage
- Marktformen

2. Haushaltstheorie:

- Präferenzordnung und ordinale Nutzenfunktion: Definition Präferenzordnung,
- Vollständigkeit und Transitivität, von der Präferenzordnung zur ordinalen Nutzenfunktion
- Grenznutzen
- Indifferenzkurven

3. Optimale Konsumgüterwahl eines Haushalts

- Ordinale Nutzenfunktion
- Budgetrestriktion
- Optimale Konsumgüterwahl und Pareto-Effizienz
- Budgetänderungen und optimale Konsumgüterwahl
- Preisänderungen und optimale Konsumgüterwahl
- Individuelle und gesamtwirtschaftliche Güternachfragefunktionen
- Direkte Preiselastizität der Güternachfrage
- Kreuzpreiselastizität der Güternachfrage
- Konsumentenrente

4. Weitere "klassische" Entscheidungsprobleme des Haushalts

- Optimales Arbeitsangebot
- Optimale Sparentscheidung

5. Strategisches Verhalten am Beispiel "spezieller" Entscheidungsprobleme, z.B.

- Optimale Portfolioentscheidung eines Vermögensanlegers
- Lohnsetzung einer Monopolverwerkschaft
- Kollusion vs. Wettbewerb am Beispiel des "Gefangenendilemmas"

Zu E-WT-VWL-01.2 (Mikroökonomik)

Unternehmens- und Preistheorie:

1. Produktionsfunktionen

- Substitutionale Produktionsfunktionen
- Limitationale Produktionsfunktionen
- Skalenerträge

2. Kurzfristige Faktoreinsatz- und Produktionsplanung

- Fixe und variable Produktionsfaktoren
- Kurzfristige Kostenkurven
- Kurzfristige Gewinnmaximierung
- Kurzfristige Arbeitsnachfrage eines Preisnehmers
- Kurzfristiges Güterangebot eines Preisnehmers

3. Langfristige Faktoreinsatz- und Produktionsplanung

- Zum Zusammenhang zwischen langfristiger und kurzfristiger Produktionsplanung
- Langfristige Kostenminimierung
- Langfristige totale Kostenfunktion
- Langfristige Produktionsplanung des Preisnehmers (Gewinnmaximierung, Faktoreinsatz, Ausbringung)

4. Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz

- Rahmenbedingungen bei vollkommener Konkurrenz
- Marktangebot und Marktnachfrage
- Marktgleichgewicht
- Konsumenten- und Produzentenrente im Marktgleichgewicht

5. Preisbildung bei monopolistischer Konkurrenz

- Rahmenbedingungen bei monopolistischer Konkurrenz
- Preis-Absatz-Funktion und Grenzerlös
- Cournotscher Punkt
- Wohlfahrtseffekte der Preissetzungsmacht des Monopolisten (Konsumenten- und Produzentenrente)
- Formen der Preisdiskriminierung

6. Preisbildung im Oligopol

- Cournot-Oligopol
- Stackelberg-Oligopol
- Bertrand-Oligopol

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre		
Code: E-WT-VWL-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Makroökonomik / Macroeconomics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rometsch / Prof. Dr. A. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen: Die Klausurarbeit setzt sich zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-02.1 und zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-02.2 zusammen.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-VWL-02.1	Grundlagen der Makroökonomik			30	3	V
E-WT-VWL-02.2	Stabilitätspolitik und moderne Makroökonomik			30	4	V
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über						
<ul style="list-style-type: none"> - den Wirtschaftskreislauf und die Interdependenz der Märkte, - den Aufbau der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, ihre wichtigsten Kennzahlen und deren Interpretation, - zentrale Erklärungsansätze für die Entstehung von Einkommen, Beschäftigung und Wirtschaftswachstum, - die aus den Erklärungsansätzen resultierenden stabilitätspolitischen Strategien, - die empirische Stabilitätspolitik in der Bundesrepublik Deutschland im Zeitverlauf, - die Hintergründe der aktuellen stabilitätspolitischen Strategiedebatte, - die kurz- und langfristigen Auswirkungen konkreter stabilitätspolitischer Maßnahmen aus Sicht der modernen Einkommens- und Beschäftigungstheorie. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, auf Basis wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse						
<ul style="list-style-type: none"> - die gesamtwirtschaftlichen Konsequenzen sowie die Erfolgchancen aktueller stabilitätspolitischer Maßnahmen einzuschätzen, - sich innerhalb der aktuellen stabilitätspolitischen Strategiedebatte begründet zu positionieren. 						
Literatur:						
Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart						
Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München						
Dernburg, T. / McDougall, D.: Lehrbuch der Makroökonomischen Theorie, Stuttgart						
Felderer, B. / Homburg, St.: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin/München						
Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart						
Lehrinhalte:						
Zu E-WT-VWL-02.1 (Grundlagen der Makroökonomik)						
1. Wirtschaftskreislauf						
<ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftssectoren und -transaktionen - Güter- und Geldkreislauf - Wirtschaftskreislauf der geschlossenen und der offenen Volkswirtschaft - Zentrale Kreislaufgleichungen 						
2. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR)						
<ul style="list-style-type: none"> - Grundaufbau und Zielsetzungen der VGR - Gesamtwirtschaftliches Produktionskonto - Sektorale Einkommenskonten 						

- Konsolidiertes Vermögensänderungskonto
- Auslandskonto
- Kennzahlen des Inlands- und des Inländerkonzepts

3. Das Grundmodell der klassisch-neoklassischen Einkommens- und Beschäftigungstheorie

- Ausgangsannahmen
- Aggregatmärktesystem (Arbeits-, Güter-, Kapital-, und Geldmarkt)
- Allgemeines Gleichgewicht bei vollkommen flexiblen Preisen
- Quantitätstheorie und Neutralität des Geldes im allgemeinen Gleichgewicht
- Lohnrigiditäten und das Konzept der klassischen Unterbeschäftigung

4. Das Grundmodell der keynesianischen Einkommens- und Beschäftigungstheorie

- Ausgangsannahmen und das Konzept der keynesianischen Unterbeschäftigung
- Konsumfunktion und elementarer Multiplikator
- Einkommen-Ausgaben-Modell mit konstanten Investitionen
- Fiskalpolitik im Einkommen-Ausgaben-Modell
- IS/LM-Modell mit zinselastischen Investitionen
- Fiskal- und Geldpolitik im IS/LM-Modell
- Investitionsfalle
- Liquiditätsfalle

Zu E-WT-VWL-02.2 (Stabilitätspolitik und moderne Makroökonomik)

1. Stabilitätspolitik in der Bundesrepublik Deutschland

- Ziele der Stabilitätspolitik
- Handlungsfelder der Stabilitätspolitik
- Stabilitätspolitische Strategien zur Sicherung von Wachstum und Beschäftigung
- Nachfrageorientierte vs. angebotsorientierte Strategieansätze
- Empirische Strategieentwicklung in der BRD
- Erfolgs- bzw. Misserfolgsbilanz der deutschen Stabilitätspolitik

2. Moderne angebotsorientierte Makroökonomik und Stabilitätspolitik

- Neoklassische Synthese
- AD-/AS-Analyse
- Unterbeschäftigung im "Festlohnfall"
- Wirtschaftspolitik im "Festlohnfall"
- Tarifpolitik und Lohnsetzungskurve
- das Konzept der "natürlichen" Arbeitslosigkeit
- Inflation, Inflationserwartung und Beschäftigung
- Insider-Outsider-Theorien
- Stabilitätspolitische Konsequenzen (Kurz- und Langfristanalyse)

3. Moderne nachfrageorientierte Makroökonomik und Stabilitätspolitik

- Rationierungstheorien
- Menükosten
- Stabilitätspolitische Konsequenzen

4. Diskussion aktueller Politikansätze aus Sicht der modernen Makroökonomik, z.B. zu den Themenbereichen

- öffentliche Verschuldung
- Arbeitsmarktpolitik
- Sozialpolitik
- Strukturpolitik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre		
Code: E-WT-VWL-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftspolitik / Economic Policy			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rometsch / Prof. Dr. A. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit/ Seminararbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen: Die Klausurarbeit setzt sich zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-03.1 und zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-VWL-03.2 zusammen.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-VWL-03.1	Außenwirtschaftspolitik			30	5	V
E-WT-VWL-03.2	Finanzpolitik			30	6	V
<p>Qualifikationsziele: Die Studierenden bekommen durch dieses Modul einen grundlegenden Einblick in die internationale Wirtschaftspolitik und nationale Finanzpolitik moderner Volkswirtschaften.</p> <p>Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die unterschiedlichen Formen außenwirtschaftlicher Transaktionen, - die fundamentalen Gründe und wohlfahrtstheoretischen Konsequenzen des Außenhandels, - die zentralen Rahmenbedingungen offener Volkswirtschaften unter unterschiedlichen Wechselkursregimen (freie Wechselkurse, feste Wechselkurse, Währungsunion), - den Aufbau der Zahlungsbilanz eines Landes, - die Bedeutung der Außenwirtschaft für die Bundesrepublik Deutschland, - die Entwicklung der Globalisierung der Weltwirtschaft und ihre Folgen für die Bundesrepublik, - die Konsequenzen der außenwirtschaftlichen Zusammenhänge für die nationale Wirtschaftspolitik aus Sicht der modernen Makroökonomik, - die Möglichkeiten der nationalen Wirtschaftspolitik zur Förderung der heimischen Produktionsstandorte und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Wirtschaft. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, auf Basis wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Einfluss weltwirtschaftlicher Ereignisse auf die inländische Wirtschaftsentwicklung einzuschätzen, - die binnenwirtschaftlichen Auswirkungen konkreter wirtschaftspolitischer Maßnahmen unter den Bedingungen des zunehmenden internationalen Wettbewerbs für die kurze und die lange Frist zu analysieren. <p>Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Finanzverfassung der Bundesrepublik Deutschland und ihre zentralen finanzpolitischen Probleme, - die vielfältigen Ziele und Instrumente der modernen Finanzpolitik, - die möglichen Gründe für finanzpolitische Eingriffe des Staates (Formen des Marktversagens), - die mit der Anwendung der finanzpolitischen Instrumente einhergehenden Anreizwirkungen einschließlich ihrer Probleme (Mitnahmeeffekte, Steuerüberwälzung, Mehrbelastung etc.) - die Auswirkungen finanzpolitischer Eingriffe auf das Gleichgewicht der Märkte. <p>Auf Basis der theoretischen Erkenntnisse der modernen Finanzwissenschaft sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktuelle finanzpolitische Maßnahmen und Strategieansätze in der Bundesrepublik Deutschland analysiert und bewertet werden, - die Möglichkeiten und Grenzen der Finanzpolitik für ausgewählte Politikfelder näher untersucht werden. 						

Literatur:

Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)

Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart

Siebert, H.: Außenwirtschaft, Stuttgart

Jarchow, H.J. / Rühmann, P.: Monetäre Außenwirtschaft I, Stuttgart

Jarchow, H.J. / Rühmann, P.: Monetäre Außenwirtschaft II, Stuttgart

Rose, K. / Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München

Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)

Brümmerhoff, D.: Finanzwissenschaft, München

Fritsch, M. / Wein, Th. / Ewers, H.-J.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München

Stiglitz, J.E. / Schönfelder, B.: Finanzwissenschaft, München

Zimmermann, H. / Henke, K.-D.: Finanzwissenschaft, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)

1. Internationaler Handel

- Bedeutung des internationalen Handels für Deutschland
- Gründe für internationalen Handel
- Freihandel vs. Protektionismus
- Instrumente der Außenhandelspolitik
- Gestaltung der Weltwirtschaftsordnung
- Globalisierung

2. Aufbau und Bestimmungsgründe der Zahlungsbilanz

- Grundkonzeption und Teilbilanzen
- Bestimmungsgründe der Leistungsbilanz
- Bestimmungsgründe der Kapitalbilanz
- Devisenbilanz, "Zahlungsbilanzüberschuss" und "Zahlungsbilanzdefizit"

3. Wechselkurse und Wechselkursbildung: Devisen / Devisenmarkt und Wechselkurse, Grundlegende Erklärungsansätze der Wechselkursbildung, Wechselkursregime, Währungsunionen

4. Wirtschaftspolitik in der offenen Volkswirtschaft aus nachfragetheoretischer Sicht

- IS/LM-Modell der offenen Volkswirtschaft
- Fiskal- und Geldpolitik bei flexiblen Wechselkursen
- Fiskal-, Geld- und Wechselkurspolitik bei festen Wechselkursen
- Fiskal- und Geldpolitik in einer Währungsunion

5. Wirtschaftspolitik in der offenen Volkswirtschaft aus angebotstheoretischer Sicht: Produktionskosten und Standortwettbewerb, Lohnpolitik und Standortwettbewerb, Steuer- und Subventionspolitik und Standortwettbewerb, Strukturpolitik und Standortwettbewerb, wirtschaftspolitische Konsequenzen der Globalisierung

Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)

1. Gegenstand und Fragestellungen der modernen Finanzwissenschaft

2. Grundzüge der öffentlichen Finanzwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland

- Höhe und Struktur der Ausgaben und Einnahmen des deutschen Gesamtstaates
- Gebietskörperschaften und Sozialversicherungen als Träger der Finanzpolitik
- Vertikaler und horizontaler Finanzausgleich

3. Marktversagen als Begründung finanzpolitischer Eingriffe: öffentliche Güter, externe Effekte,

Marktmachtmissbrauch, Krisenanfälligkeit des Marktsystems, Soziale Sicherung und Verteilungsgerechtigkeit, Meritorik, Staatsversagen vs. Marktversagen

4. Instrumente der staatlichen Einnahmepolitik und ihre theoretischen Wirkungen

- Grundlegende Einnahmequellen des Staates
- Grundprinzipien der Steuerbemessung
- Typologie wichtiger Steuerarten
- Steuervermeidung, Steuerüberwälzung und Zusatzlast (excess burden)
- Grenzen der staatlichen Einnahmegerzielung

-
- 5. Subventionen und ihre theoretischen Wirkungen: Unternehmenssubventionen und Sozialtransfers, ungebundene Subventionen und ihre Anreizwirkung, gebundene Subventionen und ihre Anreizwirkung, Anreizprobleme der Subventionsgewährung
 - 6. Aktuelle finanzpolitische Probleme aus finanzwissenschaftlicher Sicht, z.B. zu den Themen: Rentenpolitik, Arbeitslosenversicherung, Umweltschutz, Steuer- und Abgabepolitik, Subventionspolitik

3.1.3 Fachgebiet Recht

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Recht	
Code: E-WT-REC-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): BGB / German Civil Code			Modultyp: Kernmodul
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Th. Müller		
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche		
Anmerkungen:					
Submodule/Fächer (falls vorhanden):					
Subcode	Name		LVS	BG	LF
E-WT-REC-01.1	BGB I		30	1	
E-WT-REC-01.2	BGB II		30	2	
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung des Rechts und die Entstehung von Rechtsnormen, - den Begriff des Privatrechts und dessen Abgrenzung zum öffentlichen Recht, - die Systematik des bürgerlichen Rechts im Sinne eines allgemeinen Privatrechts in Abgrenzung zum Sonderprivatrecht, - das Zustandekommen von Verträgen, deren Wirksamkeitsvoraussetzungen und die rechtliche Einordnung von Willensmängeln, - die Möglichkeiten zivilrechtlicher Verteidigung gegenüber einem Anspruch, - die Einbeziehung und Wirksamkeit von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, - die Rechtslage bei Unmöglichkeit, Verzögerung oder Schlechterbringung einer Leistung, - die Grundzüge des Bereicherungs- und Deliktsrechts, - die Grundlagen des Sachenrechts, - die rechtlichen Möglichkeiten zur Absicherung des Gläubigers bei Zahlungsausfall des Schuldners, - die juristische Arbeitsmethode zur Lösung einschlägiger Fälle des Bürgerlichen Rechts. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsfragen zu den vermittelten Lehrinhalten zu beantworten, Rechtsstreitigkeiten zu entscheiden bzw. solchen vorzubeugen, - die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen des bürgerlichen Rechts auf einen zu Übungs- oder Prüfzwecken geschilderten oder tatsächlichen Lebenssachverhalt aus dem Tätigkeitsbereich ihres jeweiligen Praxispartners anzuwenden, - selbstständig zu prüfen, ob der Lebenssachverhalt den gesetzlichen Tatbestand der Rechtsnorm erfüllt, - gegebenenfalls die sich aus dem Gesetz für den konkreten Fall ergebenden Rechtsfolge festzustellen, - den Lösungsweg in der gebotenen Ausdrucksweise in der vorgegebenen Zeit im Gutachtenstil auszuformulieren. 					
<p>Literatur:</p> <p>Brox, H./Walker W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB, München Brox, H./Walker W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München Brox, H./Walker W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München Kallwass, W./Abels P.: Privatrecht, München Klunzinger, E.: Einführung in das Bürgerliche Recht, München Mehrings, J.: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München Musielak, H.-J.: Grundkurs BGB, München Prütting, H.: Sachenrecht, München Rimmelpacher, B./Stürner, M.: Kreditsicherungsrecht, München Schnauder, F.: Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor, Heidelberg</p>					

Wörlen R./Kokemoor, A.: Sachenrecht mit Kreditsicherungsrecht, München
Gesetzestext (jeweils in der aktuellen Ausgabe):
Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-REC-01.1: BGB I

1. Einführung in das allgemeine Privatrecht
 - Abgrenzung zum öffentlichen Recht
 - Abgrenzung zum Sonderprivatrecht
2. Zustandekommen von Verträgen
 - Phasen der Vertragsanbahnung
 - Vertragsschluss
 - Stellvertretung
 - Wirksamkeit von Willenserklärungen
 - Formfreiheit und formgebundene Rechtsgeschäfte
 - Anfechtung von Rechtsgeschäften - Anfechtungsgründe und Anfechtungserklärung
 - Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen
3. Vertragsrecht im Internet
 - Schutz des Verbrauchers im elektronischen Geschäftsverkehr
 - Widerruf, insbesondere Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen

Zu E-WT-REC-01.2: BGB II

1. Grundlagen des Schuldrechts
 - Entstehung, Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen
 - vorvertragliche Schuldverhältnisse
2. Kaufrecht
 - Leistungspflichten des Verkäufers
 - Leistungspflichten des Käufers
 - Preiszahlung und Preisgefahr
 - Besonderheiten des Handelskaufs
3. Weitere vertragliche Schuldverhältnisse
 - Werkvertrag
 - Dienstvertrag
 - Geschäftsbesorgungsvertrag
 - Darlehen
 - Miete
 - Leasing
 - Pacht
 - Factoringvertrag
 - Franchisingvertrag
 - Lizenzvertrag
4. Störungen im Schuldverhältnis
 - Unmöglichkeit der Leistung
 - Verspätete Leistung
 - Schlechtleistung
5. Schadensersatzrecht
 - Arten des Schadensersatzes
 - Bestimmung des Schadensumfangs
 - Mitverschulden und Mitverursachung
6. Grundfragen des Bereicherungsrechts
 - wichtige Bereicherungstatbestände
 - Herausgabeanspruch
7. Grundfragen des Deliktrechts
 - Gefährdungshaftung und Verschuldenshaftung
 - Unerlaubte Handlungen

8. Produkthaftungsrecht

- Haftung nach ProdHaftG
- Haftung nach § 823 Abs. 1 BGB

9. Grundfragen des Sachenrechts

- Eigentum und Besitz
- Erwerb des Eigentums an beweglichen Sachen und Grundstücken
- wichtige Anspruchsgrundlagen

10. Kreditsicherungsrecht

- Personalsicherheiten
- Realsicherheiten

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Recht		
Code: E-WT-REC-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht / Commercial, Corporate and Labour Law			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Th. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-REC-02.1	Handels- und Gesellschaftsrecht			30	3	
E-WT-REC-02.2	Arbeitsrecht			30	4	
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Systematik und Rechtsquellen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts aufbauend auf den im vorangegangenen Rechtsmodul vermittelten Grundlagen des bürgerlichen Rechts, - den Kaufmannsbegriff und die einzelnen Kaufmannsarten, Inhalt und Zweck des Handelsregisters, das Firmenrecht, die Formen handelsrechtlicher Vertretung wie auch die selbständigen Hilfspersonen des Kaufmanns sowie die Handelsgeschäfte, - die Wesensmerkmale und Strukturunterschiede von Personen- und Kapitalgesellschaften in gesellschaftsrechtlicher und steuerrechtlicher Hinsicht und deren Auswirkungen auf die Rechtsformwahl, - den Gegenstand des Arbeitsrechts, den Begriff des Arbeitnehmers in Abgrenzung insbesondere von Selbständigen, die rechtliche Einordnung von Mängeln des Arbeitsverhältnisses und die Rechtsfolgen bei Störungen im Arbeitsverhältnis sowie die Schranken der Arbeitnehmerhaftung, - die Grundlagen des Kollektivarbeitsrechts, insbesondere die vor allem für Gewerkschaften bedeutsame Koalitionsfreiheit, - die Vorgehensweise bei der Lösung von Fällen aus den Bereichen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - praktische Fälle des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts mit mittlerer Komplexität rechtssystematisch zu analysieren, Lösungen zu entwickeln und Entscheidungen vorzuschlagen, - die rechtlichen Voraussetzungen und Konsequenzen strategischer und operativer Entscheidungen einzuschätzen und ggf. rechtliche Absicherungsmaßnahmen für die Erreichung des Erfolgs der Maßnahmen vorzuschlagen, - praktische Führungsaufgaben des operativen Alltags unter besonderer Berücksichtigung der sich ergebenden arbeitsrechtlichen Voraussetzungen, Entscheidungsgrenzen und Konsequenzen zu lösen. 						
Literatur:						
<p>Eisenhardt, U.: Gesellschaftsrecht, München Emmerich, V. / Habersack, M.: Konzernrecht, München Junker, A.: Grundkurs Arbeitsrecht, München Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, München Lettl, T.: Handelsrecht, München Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg Oetker, H.: Handelsrecht, Heidelberg Senne, P.: Arbeitsrecht, München Schäfer, C.: Gesellschaftsrecht, München Windbichler, Ch.: Gesellschaftsrecht, München Wörten, R. / Kokemoor, A.: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, München</p>						

Gesetzestexte (jeweils in der aktuellen Ausgabe):
 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München
 Handelsgesetzbuch (HGB), Textausgabe, München
 Aktiengesetz, GmbH-Gesetz (AktG, GmbHG), Textausgabe, München
 Arbeitsgesetze, Textausgabe, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-REC-02.1: Handels- und Gesellschaftsrecht

1. Handelsrecht

- Gegenstand und Rechtsquellen des Handelsrechts
- Kaufmannsbegriff und Kaufmannsarten
- Handelsregister, Funktionen, Publizitätswirkung von Handelsregistereintragen
- Firma, Begriff, Firmenbildung, Firmenfortführung, Firmenschutz
- Vertretung des Kaufmanns, Prokura, Handlungsvollmacht, Vertretungsmacht der Ladenangestellten
- selbstständige Hilfspersonen des Kaufmanns, Handelsvertreter, Handelsmakler, Sonderformen
- Handelsgeschäft, Begriff, Arten, Handelsbrauch, kaufmännisches Bestätigungsschreiben, Besonderheiten
- Besondere Handelsgeschäfte, Handelskauf, Kommissionsgeschäft, Frachtgeschäft, Speditionsgeschäft, Lagergeschäft

2. Gesellschaftsrecht

- Einführung in das Gesellschaftsrecht
- BGB-Gesellschaft: Rechtsfähigkeit, Erscheinungsformen, Gründung, Geschäftsführung und Vertretung, Gewinn- und Verlustbeteiligung, Haftung, Gesellschafterwechsel, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- Offene Handelsgesellschaft (OHG): Wesensmerkmale, Gründung, Beitragspflichten, Treupflichten, Wettbewerbsverbote, Geschäftsführung und Vertretung, Gewinn- und Verlustbeteiligung, Haftung, Gesellschafterwechsel, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- Kommanditgesellschaft (KG): Wesensmerkmale, Gründung, Beitragspflichten, Treupflichten, Geschäftsführung, Kontrollrechte, Gewinn- und Verlustverteilung, Haftung, Gesellschafterwechsel, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- stille Gesellschaft: Wesensmerkmale, Arten und Abgrenzung, Gründung, Geschäftsführung, Kontrollrechte, Gewinn- und Verlustbeteiligung, Haftung, Gesellschafterwechsel, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- Aktiengesellschaft (AG): Wesensmerkmale, Gründung, Organe (Vorstand, Aufsichtsrat, Hauptversammlung), Rechnungslegung und Gewinnverwendung, Satzungsänderungen, Auflösung und Liquidation, Umwandlung, steuerrechtliche Behandlung
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH): Wesensmerkmale, Gründung, Haftung bei der Vor-GmbH, Organe (Geschäftsführer, Gesellschafterversammlung, Aufsichtsrat), Rechte und Pflichten der Gesellschafter, Satzungsänderungen, Gesellschafterwechsel, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- eingetragene Genossenschaft (eG): Wesensmerkmale, Gründung, Organe (Vorstand, Aufsichtsrat, General- und Vertreterversammlung), Rechte und Pflichten der Mitglieder, Auflösung und Liquidation, steuerrechtliche Behandlung
- Weitere Unternehmensformen im Überblick: KGaA, GmbH & Co. KG, Partnerschaftsgesellschaft (PartG) und PartG mbB u. a.
- Europäische Gesellschaftsformen im Überblick, insbesondere Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europae - SE) u. a.
- Grundzüge des Rechts der verbundenen Unternehmen

Zu E-WT-REC-02.2: Arbeitsrecht

1. Individualarbeitsrecht

- Gegenstand und Rechtsquellen des Arbeitsrechts
- Einführung in das Individualarbeitsrecht
- Parteien, Begründung und Inhalt des Arbeitsverhältnisses
- Störungen im Arbeitsverhältnis
- Schranken der Arbeitnehmerhaftung
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses

2. Kollektives Arbeitsrecht

- Einführung
- Begriff und Inhalt der Koalitionsfreiheit, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände
- Grundzüge des Tarifvertrags-, Arbeitskampf- und Schlichtungsrechts
- Grundlagen des Betriebsverfassungsrechts
- Mitbestimmung in Unternehmen
- Grundlagen des Rechtsschutzes im Arbeitsrecht

3.1.4 Fachgebiet Wirtschaftsinformatik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Wirtschaftsinformatik		
Code: E-WT-INF-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsinformatik I / Business Informatics I			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Straubel			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik sowie des Informationsmanagements insbesondere im Kontext von Unternehmen - typische Strukturen / Topologien, Funktionen und Komponenten betrieblicher Informations- bzw. Anwendungssysteme, - den Aufbau und die Struktur verschiedener Modelle und Methoden der Wirtschaftsinformatik, - die typischen Kompetenz-Schwerpunkte digitaler Arbeitswelten aus Sicht von Führungskräften und Mitarbeitern in Unternehmen, - die Sicherheitsgrundlagen des Informationsmanagements sowie die Schwerpunkte von IT-Sicherheit und IT-Compliance. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die betriebswirtschaftliche Bedeutung des Informationsmanagements im Unternehmensumfeld zu bewerten sowie die Anwendungspotenziale von Methoden und Instrumentarien der Wirtschaftsinformatik für die Geschäftstätigkeit zu erkennen, - die Schwerpunkte der Wirtschaftsinformatik und des Informationsmanagements in und zwischen Wirtschaftseinheiten im Zusammenhang mit betriebswirtschaftlichen Betrachtungen einzuordnen und zu berücksichtigen, wobei die Integration diverser Office-Anwendungen, von Plattform- / Portal-Systemen bzw. Netzwerken sowie sonstiger Produktivitäts-Tools und -Standards moderner Arbeitswelten in typischen Unternehmensbereichen und Geschäftsprozessen gewährleistet wird, - Kernfunktionen von Office-Anwendungen sowie moderner Business-Collaboration-Plattformen produktiv selbst zu nutzen und strukturell auch im Rahmen der Entwicklung einer Digitalkompetenz der Mitarbeiter und Führungskräfte zu planen, welche sich hinsichtlich des sicheren und kritischen Umgangs mit digitalen Technologien, die für die Information, Kommunikation und die Problemlösungsstrategien genutzt werden, am Europäischen Referenzrahmen für digitale Kompetenzen (DigKomp) orientieren, - Grundlegende Anforderungen an die IT- und Informationssicherheit sowie den Datenschutz im betrieblichen Kontext zu identifizieren, zu gewährleisten und betriebswirtschaftlich zu bewerten. 						
<p>Literatur:</p> <p>Abts, D. / Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Braunschweig Brenner, M. / Gentschenfelde, N. / Hommel, W. (et.al.): Praxisbuch ISO/IEC 27001, München Eckert, C.: IT-Sicherheit - Konzepte - Verfahren - Protokolle, München Hansen, H. / Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1 und 2, Grundlagen und Anwendungen, Stuttgart Heinrich, L. / Heinzl, A. / Riedl, R.: Wirtschaftsinformatik, Einführung und Grundlagen; Heidelberg Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Heidelberg Laudon, K. / Laudon, J. / Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik, Hallbergmoos</p>						

Leimeister, J.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Berlin Heidelberg
 Lemke, C. / Brenner, W.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Berlin Heidelberg
 Mertens, P. / Bodendorf, F. / König, W. (et al): Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Heidelberg
 Müller, K.: IT-Sicherheit mit System, Wiesbaden
 Thome, R. / Winkelmann, A.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin Heidelberg
 BAKöV / BSI / SIT: Handbuch IT-Sicherheitsbeauftragte in der öffentlichen Verwaltung, Brühl

Lehrinhalte:

1. Allgemeine Grundlagen

- Wirtschaftsinformatik: Bestandteile und Einordnung
- Grundlegende Begriffe: Informationen, Daten, Wissen, Dokumente
- Informationsmanagement/-wirtschaft, Informationsbedarf / -bedürfnis / -nachfrage / -angebot / -übermittlung

Ausgewählte Schwerpunkte:

- Aufbau betrieblicher Informations- und Kommunikationssysteme
- Information-Lifecycle-Management, Speichermanagement / -verfahren / -medien, Datensicherungsverfahren
- Kommunikation, Unified Messaging, Datenübertragungsverfahren
- Netzwerk-Topologien / -Verfahren / -Standards
- Dienste auf Basis Internet-Technologien

2. System- und Anwendungssoftware im betrieblichen Informationsmanagement

- Softwareklassifizierung, Standard- bzw. Individualsoftware, Lizenzierungs- und Betriebskonzepte (On-premises bis Cloud-basierende Dienste)
- branchenneutrale und wirtschaftszweigspezifische Software
- Software-Qualität, Software-Akzeptanz
- Systemsoftware: Betriebs- und Netzwerksysteme, Dienstprogramme/Treiber, Sicherheitssysteme, Datenbankmanagement-systeme, Softwareentwicklungsplattformen/ -werkzeuge
- Topologien, Funktionen, Datenmanagement, Oberflächen, Schnittstellen von Anwendungssoftware für betriebsinterne und unternehmensübergreifende Geschäfts-, Verwaltungs- und Managementprozesse, inkl. ausgewählter Systembeispiele: Office-Lösungen, Business-Collaboration, Workflowmanagement, Enterprise-Content-Management / Elektronische Archivierung, Enterprise-Ressource-Management, Finanz- und Rechnungswesen / Kostenrechnung, CAD / CAE, CAQ, Betriebsdatenerfassung, Supplier-Chain-Management, Customer-Relationship-Management, E-Business-Systeme, ...

3. Praktische Anwendung ausgewählter Standard-Office-Systeme, Produktivitätstools und Business-Collaboration-Plattformen im Kontext betrieblicher Informationssysteme sowie der Eigennutzung (Erwerb wichtiger Elemente digitaler Kompetenzstrukturen entsprechend des technologischen Anwendungsniveaus in typischen Geschäftsprozessen / Unternehmensbereichen)

- Gesamtstruktur und Querschnittsfunktionen derartiger Systeme, Integrationsszenarien in betriebliche Anwendungssysteme
- Textverarbeitung und Tabellenkalkulation mit einem Funktionsumfang, welches mindestens dem ECDL / ICDL Advanced-Level entspricht
- Gewährleistung qualitätsgesicherter Vorlagen
- Business Collaboration Plattformen: Einrichtung, Nutzung für synchrone und asynchrone Kommunikation, Koordinierung, gemeinsame Ablage- und Speicherorganisation sowie synchrone und asynchrone Bearbeitung in kooperativen und mobilen Szenarien

4. Sicherheitsgrundlagen des Informationsmanagements: IT- und Datensicherheit, Datenschutz

- Grundprinzipien und -komponenten zu IT- und Informations- bzw. Datensicherheit, u.a. System der IT-Sicherheit, Gefährdungs- und Risikobeurteilung, Schichtenmodell IT-Grundschutz
- Schwerpunkt-Maßnahmen im Rahmen IT-Sicherheit und IT-Compliance in typischen Geschäfts- und Betriebsmodellen, Verschlüsselung, Elektronische Signatur/Zertifikate, etc.
- Grundlagen der (EU-)Datenschutz-Grundverordnung und typische Anforderungen im Unternehmensumfeld

5. Trends und ausgewählte Aspekte der Wirtschaftsinformatik / des Informationsmanagements

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Wirtschaftsinformatik		
Code: E-WT-INF-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsinformatik II / Business Informatics II			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 80	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Uwe Straubel			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 150	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-INF-02.1	Spezielle Themen der Wirtschaftsinformatik 1			35	4	V
E-WT-INF-02.2	Spezielle Themen der Wirtschaftsinformatik 2			45	5	V
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die ganzheitliche Entscheidungssicht von Führungskräften zum Informationsmanagement und zur systematischen Digitalisierung von Geschäftsprozessen unter Verwendung grundlegender Methoden und Instrumente von Business-IT-Alignment sowie Enterprise-Architecture-Management - die Methoden und Instrumente zur betriebswirtschaftlichen Beurteilung der komplexen und ausgeprägt heterogenen Lösungs- und Gestaltungsvarianten der betrieblichen Informations- und Kommunikations-Landschaften, - die möglichen organisatorischen Implementierungsvarianten des Informationsmanagements in die Betriebsorganisation zur Gewährleistung des laufenden Betriebs von IT-Systemen, - die systematische Integration von Technologien, Services und Diensten der Internet-Wirtschaft in die Wertschöpfungs- und Unterstützungsprozesse, - die Strukturierung von Datenbanken und Daten-Repositorys sowie deren funktionale Grundstrukturen, - die Anforderungen und typischen Schnittstellen sowie Methoden zur Integration von Technologien und Komponenten im Umfeld von Internet-of-Things, BigData, Robotik, Künstlicher Intelligenz, Virtuell und Augmented Reality, Assistenzsystemen etc. im Kontext strategischer Unternehmens- und Geschäftsmodelle, <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die strategische Beurteilung und Ausrichtung des Informationsmanagements als Führungsaufgabe und Bestandteil der Unternehmensführung umzusetzen, - die erforderliche Zusammenarbeit zwischen Fachbereichs- und Prozess-Verantwortlichen sowie IT-Experten fachlich zu moderieren und zu begleiten, - die Planung, Einführung von IT-Systemen aus Sicht des Managements zu strukturieren, notwendige Maßnahmen zu veranlassen und zu kontrollieren sowie eine betriebswirtschaftliche Nutzenbewertung von IT-Vorhaben/ Systemen durchzuführen, - Trends hinsichtlich Technologien, Anwendungen und Methoden der Digitalisierung, Internet-Wirtschaft sowie sonstiger moderner Ausprägungen des Informationsmanagements zu identifizieren, zu bewerten und im Rahmen eigener Strategien zu positionieren, - Anwendungssysteme und Dienste typischer Branchenlösungen, Querschnittssysteme, E-Business / E-Commerce und mobilen Anwendungssysteme hinsichtlich Struktur, Technik, Organisation, Qualität / Usability, rechtlicher und betriebswirtschaftlicher Aspekte zu durchdringen sowie analytisch und konzeptionell für Geschäftsprozesse einzusetzen, - Datenbanken bzw. Daten-Repositorys praktisch für betriebliche Anwendungsszenarien sowie das Reporting und als Basis von Management-Informationssystemen zu nutzen, - einzelne, je Studienrichtung relevante Anwendungssysteme praktisch zu nutzen. 						
<p>Literatur:</p> <p>Abts, D. / Müller, W. (Hrsg.): Masterkurs Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden</p> <p>Alpar, P. / Alt, R. / Bensberg, F. (et. al.): Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden</p>						

Dick / Brauer: Digitale Archivierung, Halle
 Gadatsch, A. / Mayer, E.: Masterkurs IT-Controlling, Wiesbaden
 Götzer / Schneiderath / Maier / Komke; Dokumenten-Management
 Hanschke, I.: Strategisches Management der IT-Landschaft, München
 Helmke, S. / Uebel, M. (Hrsg.): Managementorientiertes IT-Controlling und IT-Governance, Wiesbaden
 Kesten, R. / Müller, A. / Schröder, H.: IT-Controlling, München
 Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden
 Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Heidelberg
 Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin Heidelberg
 Meier, A. / Stormer, H.: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin Heidelberg
 Mertens, P. / Bodendorf, F. / König, W. (et al): Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Heidelberg
 Meyer, S.: E-Collaboration als Erfolgspotenzial, Saarbrücken
 Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Management, München
 Urbach, N. / Ahlemann, F.: IT-Management im Zeitalter der Digitalisierung, Berlin Heidelberg
 Zöllner, B.: Dokumenten-Management: vom Archiv zum Enterprise-Content-Management, Bonn
 Zschau / Traub / Zahradka: Web Content Management, Bonn
 weitere themenspezifische Literaturquellen

Lehrinhalte:

Zu E-WT-INF-02.1 (Spezielle Themen 1)

1. Informationsmanagement als Bestandteil der Führung von Unternehmen und Einrichtungen
 - Business-IT-Alignment (BITA)
 - Hauptbereiche und Aufgabenschwerpunkte im Informationsmanagement, IT-Asset-Management
 - Zielsysteme und strategische Ausrichtung / Positionierung des Informationsmanagements im Kontext von Unternehmen und Einrichtungen,
 - IT-Standardisierungsfelder, -Prinzipien
 - Enterprise-Architecture-Management und zugehörige Elemente / Frameworks, IT-Bebauungsmanagement
 - IT-Controlling: Aufgabenbereiche, Instrumente
 - IT-Kennzahlensysteme, ausgewählte Methoden: IT-Portfoliomanagement, IT-Balanced-Scorecard, Total costs of Ownership, Verrechnungsverfahren zu IT-Kosten und -Leistungen, Bewertungsverfahren von IT-Investitionen, Wirkungskettenverfahren
 - Institutionelle IT-Organisation, zentrale / dezentrale Organisationskonzepte, Prozesslandschaften
 - IT-Beschaffungsmanagement: Make-or-buy-Entscheidungen, Outsourcing-Konzepte inkl. Bewertungskriterien
 - IT-Governance, -Risk, -Compliance
 - Grundlagen moderner Technologien der Internet-Wirtschaft bzw. von Konzepten zu Wirtschaft 4.0 / Industrie 4.0 sowie Vorgehen zu deren Identifizierung, Bewertung und Integration im Umfeld strategischer Unternehmens- und Geschäftsmodelle (u.a. mit Bezug auf Internet-of-Things, BigData, Robotik, Künstliche Intelligenz, Service-Bots, Virtuell und Augmented Reality, Assistenzsysteme)
2. Konzeption, Planung, Einführung und Betrieb von IT-Systemen (zur Digitalisierung von Geschäftsprozessen)
 - Übersicht zu Merkmalen, typischen Phasen, Methoden und Instrumenten des Projektmanagements im Umfeld von IT-Vorhaben und -Betriebskonzepten
 - Ausgewählte Schwerpunkte des IT-Projektmanagements: Anforderungsanalyse, Spezifikation inkl. Referenzstrukturen von Lasten- und Pflichtenheften, Vorgehensmodelle (klassisch, agil, hybrid)
 - Management des laufenden Betriebs von IT-Systemen im Umfeld diverser Betriebsmodelle (On-Premises- / Cloud-basierend)
 - Service-Level-Agreements (SLA), IT-Servicekataloge, ITIL-Grundlagen
 - IT-Arbeitsplatzmanagement im Kontext moderner Arbeitswelten

Zu E-WT-INF-02.1 und -02.2 (Spezielle Themen 1 / 2): Zuordnung der nachfolgenden Schwerpunkte in Abhängigkeit der spezifischen Anforderungen der einzelnen Studienrichtungen

3. Kompetenzbasiertes Informationsmanagement mit Schwerpunkt Datenmanagement
 - Grundlagen des Datenmanagements und der Datenmodellierung
 - Konzeption von Datenbanksystemen sowie Daten-Repositorys
 - Datenbank-Management-Systeme (DBMS) als Kern betrieblicher Anwendungssysteme
 - Praktische Anwendungen zur Generierung von Datenbanken und Nutzung deren Hauptfunktionen für Reporting und als Basis von Management-Informationssystemen, Grundlagen der Structured Query Language (SQL)

Studienrichtungsspezifisch als optionale Schwerpunkte:

- Ausgewählte Prinzipien und Methoden von Informationsrecherche / -retrieval im Kontext von Unternehmen und Einrichtungen anhand ausgewählter Einsatzszenarien, speziell auch Internet-basierender Plattformen und Datenquellen

- Ausgewählte Aspekte zu den Themenfeldern Big Data, Data Warehouse, Data Mining, Online Analytical Processing (OLAP)

4. Typische Systeme der Internet-Wirtschaft und deren Integration in Wertschöpfungsketten mit Schwerpunkt E-Business, E-Commerce und mobile Anwendungssysteme

- Systemklassifikation inkl. Plattformkonzepte
- Typische Dienste der Internet-Wirtschaft, Virtuelle Marktplätze
- Ausgewählte Schwerpunkte: Online-/ Internet-Marketing, Internet-Umfeld-Bewertung, Suchmaschinenmarketing / -optimierung, Online-Werbung, Affiliate-Marketing, Social-Commerce, Social-Networking, etc.
- Klassifikationssysteme (u.a. eClass), Standards für Datenintegration und -austausch
- Web-Portal- / Web-Service-Analyse und -Konzeption sowie -Design
- E-Business / E-Commerce-Konzepte, -Systeme und -Plattformen
- Spezifische Anforderungen und Merkmale mobiler Anwendungssysteme
- Spezifische Branchenschwerpunkte der Internet-Wirtschaft

5. Branchenspezifische Anwendungssysteme

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Grundlagen, Abgrenzung / thematischer Zusammenhang, allgemeine Anwendungsfelder/Prozessintegration, Potenziale / Nutzenerwartungen
- Funktionsbereiche und Grundkomponenten
- Analyse, Konzeption, Auswahl, Planung, Einführung, Betrieb
- Wirtschaftlichkeit
- Rechtliche Aspekte
- Praxisanwendungen / Einsatzszenarien

Die Auswahl der Anwendungssysteme erfolgt in Abhängigkeit der konkreten branchenspezifischen Anforderungen der jeweiligen Studienrichtungen und unter Integration möglicher Ausprägungen als Standard- bzw. Individuallösungen sowie differenzierter Betriebskonzepte (On-Premises- / Cloud-basierende Systeme):

- 1) Enterprise-Ressource-Management-Systeme (ERP), Warenwirtschaftssysteme (WWS)
- 2) E-Procurement-Systeme, Supplier-Chain-Management (SCM), Electronic-Data-Interchange (EDI)
- 3) Anwendungssysteme im Finanzwesen, Rechnungswesen, Personalmanagement
- 4) E-Commerce-Systeme / elektronische Marktplätze
- 5) Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM)
- 6) Enterprise-Content-Management (ECM), Dokumentenmanagement (DMS), Elektronische Archivsysteme
- 7) Management-Informations-Systeme (MIS), Business-Intelligence-Systeme
- 8) (Multi- und Einzel-) Projektmanagement-Systeme
- 9) Web-Portal-Lösungen, Web-Content-Management-Systeme (WCMS)
- 10) Assistenzsysteme
- 11) Moderne Anwendungssysteme im Umfeld von Wirtschaft 4.0 / Industrie 4.0

6. Ausgewählte Aspekte und Trends der Wirtschaftsinformatik

3.1.5 Fachgebiet Wirtschaftsmathematik/-statistik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Wirtschaftsmathematik/-statistik		
Code: E-WT-MAT-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsmathematik / Business Mathematics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lewandowska			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen die zur Bewältigung eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums notwendigen mathematischen Grundkenntnisse vermittelt werden. Der Lehrstoff konzentriert sich auf diejenigen Themenfelder, welche für das Wirtschaftstudium und die betriebliche Praxis von besonderer Bedeutung sind. Die Vermittlung des Lehrstoffs erfolgt problemorientiert anhand praxisnaher Aufgabenstellungen. Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, einschlägige betriebswirtschaftliche Problemstellungen eigenständig mit Hilfe mathematischer Methoden zu analysieren und zu lösen.						
Literatur: Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München/Wien Bosch, K. / Jensen, U.: Großes Lehrbuch Mathematik für Ökonomen, München/Wien Preuß, W. / Wenisch, G.: Mathematik in Wirtschaft- und Finanzwesen, München/Wien Sydsaeter, K. / Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München						
Lehrinhalte: 1. Finanzmathematik: einfache Zinsen, Grundprinzip der Zinseszinsrechnung, unterjährige Verzinsung, gemischte Verzinsung, Bar- und Endwerte von Zahlungsreihen, effektiver Jahreszinssatz von Zahlungsreihen, Investitionsrechnungen (Kapitalwertmethode und Methode des internen Zinssatzes), Kreditrechnungen (Annuitätendarlehen und Ratenkredit), Rentenrechnungen, lineare und geometrisch-degressive Abschreibung 2. Analysis in der BWL und VWL - Mathematische Funktionen in der BWL und VWL - Differenzen und Differentiale (Ableitungen) von Funktionen - Partielle Differentiale und totales Differential - Grundregeln der Differentialrechnung - Grundregeln der Kurvendiskussion - Extremwertaufgaben in der BWL und VWL - Optimierung mit einer Unabhängigen ohne Nebenbedingungen - Optimierung mit mehreren Unabhängigen ohne Nebenbedingungen - Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Methode) 3. Lineare Algebra in der BWL und VWL: Vektoren, Matrizen, Grundregeln der Vektoren- und Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme und Matrizenrechnung, Gaußscher Lösungsalgorithmus, Grundansatz der linearen Optimierung						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Wirtschaftsmathematik/-statistik		
Code: E-WT-MAT-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsstatistik / Business Statistics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lewandowska			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-MAT-02.1	Beschreibende Statistik			30	2	V/Ü
E-WT-MAT-02.2	Schließende Statistik			30	3	V/Ü
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen die zur Bewältigung eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums notwendigen statistischen Grundkenntnisse sowie die Grundzüge, Methoden und Anwendungsbereiche der beschreibenden und schließenden Statistik vermittelt werden. Der Lehrstoff konzentriert sich auf diejenigen Themenfelder, welche für das Wirtschaftsstudium und die betriebliche Praxis von besonderer Bedeutung sind. Die Vermittlung des Lehrstoffs erfolgt problemorientiert anhand praxisnaher Aufgabenstellungen. Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, die Methoden der beschreibenden und schließenden Statistik eigenständig auf einschlägige betriebswirtschaftliche Problemstellungen anzuwenden.						
Literatur: Bleymüller, J. / Gehlert, G. / Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München Bosch, K.: Grundzüge der Statistik, München/Wien Kobelt, H. / Steinhausen, D.: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis, Stuttgart Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, München						
Lehrinhalte: Zu E-WT-MAT-02.1 (Beschreibende Statistik) <ol style="list-style-type: none"> Grundbegriffe der beschreibenden Statistik <ul style="list-style-type: none"> - Grundgesamtheiten - Merkmale, Merkmalsträger und Merkmalsausprägungen - Teilgesamtheiten und Stichproben - Statistische Verteilung - Absolute und relative Häufigkeiten - Empirische Häufigkeits- und Verteilungsfunktion Maßzahlen empirischer Verteilungen <ul style="list-style-type: none"> - Lagemaße (arithmetisches Mittel, Median, Modus, geometrisches Mittel, harmonisches Mittel) - Streuungsmaße (mittlere absolute Abweichung, Varianz, Standardabweichung) - Quantile - Konzentrationsmaße Zweidimensionale Verteilungen <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame Verteilung zweier statistischer Variablen - Mittelwert und Varianz der Summe zweier statistischer Variablen - Kovarianz zweier statistischer Variablen - Lineare Regression 						

4. Zeitreihen: Komponenten von Zeitreihen, lineare und exponentielle Trends, gleitender Durchschnitt, exponentielle Glättung

5. Indexpzahlen: Messzahlen, Preisindizes, Deflationierung, Mengenindizes, Wertindizes

Zu E-WT-MAT-02.2 (Schließende Statistik)

1. Abgrenzung der schließenden von der beschreibenden Statistik

2. Elementare Kombinatorik: Fakultäten und Binomialkoeffizienten, Permutationen, Kombinationen

3. Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie

- Ereignisse, Ereignisraum und Ereignismenge
- Statistische Wahrscheinlichkeiten
- Grundregeln der Wahrscheinlichkeitsrechnung

4. Eindimensionale Zufallsvariablen: Verteilungsfunktion, Masse- bzw. Dichtefunktion, Erwartungswerte von Zufallsvariablen, Varianzen von Zufallsvariablen, Standardisierung

5. Mehrdimensionale Zufallsvariablen

- Gemeinsame Verteilungsfunktion
- Randverteilungen
- Bedingte Verteilungen und stochastische Unabhängigkeit
- Erwartungswerte, Varianzen und Kovarianz

6. Spezielle Verteilungen: Gleichverteilung, Binomialverteilung, Poisson-Verteilung, Normalverteilung

7. Schätz- und Testverfahren: Punktschätzungen, Intervallschätzungen, Hypothesenbildung und Entscheidung, Testen von Hypothesen über Mittelwerte/Anteilswerte und Varianzen, Verteilungstests

3.1.6 Fachgebiet Rechnungswesen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Rechnungswesen		
Code: E-WT-REW-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Buchführung / Accounting			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Niebergall			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Aufbau und die internen Beziehungen des Systems der Finanzbuchführung, - die Zusammenhänge und Werteflüsse zwischen den verschiedenen Kontenarten des Buchungssystems und des betrieblichen Kontensystems, - die Instrumente, Techniken und Vorschriften der Buchungsvorgänge und der Kontenabschlüsse, - die Grundsätze der ordnungsmäßigen Buchführung und Bilanzierung einschließlich der Belegvorschriften und der Inventurvorschriften. <p>Die Studierenden sollen ein Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über</p> <ul style="list-style-type: none"> - wichtige Aufgaben in der Vorbereitung und Durchführung von Jahresabschlüssen, - die Gliederung, Interpretation und Analyse einer Bilanz und einer Gewinn- und Verlustrechnung, - die Beziehungen zwischen den betrieblichen Leistungsprozessen und der Finanzbuchführung. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buchungen im System der laufenden Geschäftsbuchführung sicher vorzunehmen, - eine ordnungsgemäße Organisation der Belegdurchläufe und der Beleggeschäftsgänge im Unternehmen entsprechend der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) zu sichern, - betriebswirtschaftliche Auswertungen und Analysen von Informationen der Finanzbuchführung erstellen zu können. 						
<p>Literatur:</p> <p>Blödtner, W./Bilke, K./Heining, R.: Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Berlin</p> <p>Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1, DATEV-Kontenrahmen. Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebslehre, Wiesbaden</p> <p>Eisele, W./Knobloch, A. P.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, München</p> <p>Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht: unter Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungslegung; Darstellung, Kontrollfragen, Aufgaben, Lösungen, Berlin</p> <p>Schmolke, S./Deitermann, M.: Lösungen. Industrielles Rechnungswesen. IKR, Braunschweig</p> <p>Schmolke, S./Deitermann, M.: Rechnungswesen des Groß- und Außenhandels. Finanzbuchhaltung, betriebswirtschaftliche Auswertungen, Kosten- und Leistungsrechnung, Statistik. Einführung und Praxis, Darmstadt</p>						

Lehrinhalte:

1. Aufgaben, gesetzliche Grundlagen und Ordnungsmäßigkeit der Buchführung
2. Inventur - Inventar - Bilanz: Inventurbegriff und Inventurverfahren, Inventar, Erfolgsermittlung durch Vermögensvergleich und Bilanz
3. Buchungsvorgänge auf Bestandskonten: Wertveränderungen in der Bilanz, Buchungen auf Bestandskonten und Kontenabschluss, Buchungssätze
4. Buchungsvorgänge auf Erfolgskonten
 - Aufwendungen und Erträge
 - Erfolgskonten als Unterkonten des Eigenkapitalkontos
 - Gewinn- und Verlustkonto und Buchungen auf Erfolgskonten
 - Buchungen beim Ein- und Verkauf
5. Umsatzsteuerbuchungen im Ein- und Verkauf
 - Wesen der Umsatzsteuer und Berechnung der Zahllast
 - Buchungen der Umsatzsteuer im Ein- und Verkaufsbereich
 - Bilanzierung der Zahllast und des Vorsteuerüberhangs
6. Buchungen von Privatentnahmen und Privateinlagen
7. Organisation der Buchführung
 - Kontenrahmen und Kontenplan in Handelsunternehmen
 - Belegorganisation
 - Aufbau und Funktion der Bücher der Finanzbuchführung
8. Buchungen von Prozessen im Beschaffungs- und Absatzbereich
 - Buchungen von Wareneingängen im Einkauf
 - Buchungen von Warenausgängen im Verkauf
 - Buchungen von Rücksendungen, Nachlässen und Skonti
 - Anzahlungen an Lieferer und von Kunden
9. Buchungen von Prozessen im Personalbereich
 - Grundlagen der Lohn- und Gehaltsabrechnung
 - Buchungen der Löhne und Gehälter
 - Buchungen sonstiger entgeltlicher Leistungen
 - Buchungen geldwerter Vorteile und Sachbezüge
10. Buchungen im Sachanlagenbereich
 - Anlagenbuchhaltung
 - Anschaffung von Anlagegütern und deren Bewertung
 - Abschreibungen auf Sachanlagen
 - Buchungen zum Ausscheiden und zur Inzahlungnahme von Anlagegütern
11. Jahresabschluss
 - Überblick der Jahresabschlussarbeiten
 - Zeitliche Abgrenzungen der Aufwendungen und Erträge
 - Jahresabschluss der Einzelunternehmen und Personengesellschaften
 - Jahresabschluss der Kapitalgesellschaften
 - Jahresabschluss der sonstigen Gesellschaftsformen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Rechnungswesen		
Code: E-WT-REW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Kosten- und Leistungsrechnung / Cost and Results Accounting			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Hoffmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die Kostenbegriffe, die Kostenstrukturen sowie das Kostenverhalten in Abhängigkeit verschiedener betriebswirtschaftlicher Faktoren, - den Aufbau und die Funktionsweise der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, - die Verfahren der Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung in ihrer praktischen Anwendung, - die Grundlagen und Anwendung spezieller Kostenrechnungssysteme. Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über <ul style="list-style-type: none"> - die Einordnung der Kosten- und Leistungsrechnung in das System des betrieblichen Rechnungswesens und deren Verzahnung mit der Finanzbuchführung, - die logischen und informationellen Beziehungen zwischen Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - die Methoden und Instrumente der Kostenplanung, Kostenabrechnung, Kostenanalyse und Kostenkontrolle unter spezifischen betrieblichen Bedingungen anzuwenden, - betriebliche Kostenrechnungsunterlagen(z.B. BAB) zu erarbeiten, zu interpretieren und zu optimieren, - betriebswirtschaftliche Entscheidungen durch gezielte Kosteninformationen zu fundieren und darzustellen. 						
Literatur: Barth, T./Barth, D.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung 1. Grundlagen, Herne Coenenberg, A. G./Fischer, T. M.; Günther, von T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart Eisele, W./Knobloch, A.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung. Kosten- und Leistungsrechnung. Sonderbilanzen, München Haberstock, L.: Kostenrechnung I. Einführung, Berlin Olfert, K.: Kostenrechnung, Ludwigshafen Schmolke, S./Deitermann, M.: Lösungen. Industrielles Rechnungswesen. IKR, Braunschweig Schmolke, S./Deitermann, M.: Rechnungswesen des Groß- und Außenhandels. Finanzbuchhaltung, betriebswirtschaftliche Auswertungen, Kosten- und Leistungsrechnung, Statistik. Einführung und Praxis, Darmstadt						
Lehrinhalte: 1. Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung 2. Kostenartenrechnung - Aufgaben der Kostenartenrechnung						

-
- Abgrenzungsrechnungen und kostenrechnerische Korrekturen
 - Aufgaben und Arten der kalkulatorischen Kosten und sich daraus ergebende kostenrechnerische Korrekturen
 - Erfassung und Arten der Leistungen
 - Erstellung der Ergebnistabelle und Berechnung von Betriebsergebnis und neutralem Ergebnis
3. Kostenstellenrechnung
- Grundbegriffe der Kostenstellenrechnung und Betriebsabrechnungsbogen
 - Berechnung von Gemeinkostenzuschlagssätzen
 - Berechnung von Maschinenstundensätzen und sonstigen Stundenverrechnungssätzen
 - Normalgemeinkosten und Kostenüber/-unterdeckung
4. Kostenträgerrechnung
- Grundlagen der Kostenträgerrechnung
 - Kostenträgerzeitrechnung
 - Kostenträgerstückrechnung
 - Verfahren der Kalkulation der Selbstkosten und Preise
 - Branchenspezifische Kalkulationsansätze und -verfahren
5. Deckungsbeitragsrechnung als Teilkostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung als Stückrechnung
 - Deckungsbeitragsrechnung als Periodenrechnung
 - Deckungsbeitragsrechnung als Fixkostendeckungsrechnung
 - Anwendungsgebiete der Deckungsbeitragsrechnung in der Praxis
 - Programm- und Sortimentsentscheidungen bei einstufiger und mehrstufiger DB-Rechnung
 - Optimale Programm- und Sortimentsgestaltung mit Deckungsbeiträgen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Rechnungswesen		
Code: E-WT-REW-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Betriebliche Steuerlehre und Bilanzierung / Business Taxes and Balances			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 55	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Th. Müller / Prof. Dr. Hoffmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die Struktur des Steuerrechts, - die rechtlichen Grundlagen der Steuerarten, - die Grundlagen des Steuerverfahrens- und Abgabenrechts, - die Berechnungsverfahren für wichtige Unternehmenssteuern, - die Zusammenhänge zwischen steuerrechtlichen Vorgängen und der Finanzbuchführung sowie der Vorbereitung und Erarbeitung der Jahresabschlüsse, - die Zusammenhänge zwischen Steuerrecht und Handelsrecht (handelsrechtliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze), - die organisatorischen Voraussetzungen in den Unternehmensprozessen zur Umsetzung der steuerrechtlichen Vorschriften, z.B. des Umsatzsteuerrechts. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - steuerliche Berechnungen zu Standardfällen in ausgewählten Steuerarten (z.B. Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer und Körperschaftsteuer) durchzuführen oder nachzuvollziehen, - betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Berücksichtigung aktueller und künftiger Auswirkungen auf die Steuerbelastung des Unternehmens vorzubereiten und zu analysieren, - steuerrechtliche Prozesse im Unternehmen, insbesondere in den Bereichen Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Umsatzsteuer und Gewerbesteuer zu bewerten und zu erklären. 						
Literatur: Arndt, H.-W. / Jenzen, H.: Grundzüge des Allgemeinen Steuer- und Abgabenrechts, München Bornhofen, M.: Steuerlehre 1 und 2, Wiesbaden Coenenberg, A.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Landsberg/Lech Federmann, R.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Berlin Gräfer, H. / Sorgenfrei, C.: Rechnungslegung. Bilanzierung, Bewertung, Gestaltung, Herne/Berlin Schult, E.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, München Seigel, G.: Betriebliche Steuerlehre. Arbeitsbuch, München						
Lehrinhalte: <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre: Grundzüge und Übersicht des Steuersystems, Steuergesetzgebung und steuerrechtliche Vorschriften 2. Abgabenordnung: Zuständigkeit der Finanzbehörden, Steuerverwaltungsakt und Fristen, Ermittlungsverfahren/ Festsetzungs- und Feststellungsverfahren, Erhebungsverfahren/Rechtsbehelfsverfahren/Straf- und Bußgeldverfahren 						

-
3. Einkommensteuer: Grundlagen der Einkommensteuer/Erhebungsformen/System der Est/persönliche Steuerpflicht, Ermittlung der Einkünfte, Gewinnermittlung durch Betriebsvermögensvergleich, Ermittlung des Einkommens, des zu versteuernden Einkommens und der Steuerschuld
 4. Körperschaftsteuer
 - Grundlagen der Körperschaftsteuer
 - Körperschaftsteuerpflicht und Steuerbefreiungen
 - Ermittlung des körperschaftsteuerlichen Einkommens und der Körperschaftssteuer
 5. Umsatzsteuer
 - Grundsätze der Umsatzsteuer, steuerbare entgeltliche und unentgeltliche Leistungen
 - Steuerbare Einfuhr und steuerbarer innergemeinschaftlicher Erwerb
 - Ort des Umsatzes
 - Steuerbefreiungen
 - Bemessungsgrundlage der Umsatzsteuer, Steuersätze, Besteuerungsverfahren, Entstehung der Umsatzsteuer, Steuerschuldner
 - Vorsteuerabzug
 - Aufzeichnungspflichten nach UStG
 6. Gewerbesteuer
 - Grundlagen der Gewerbesteuer, Steuerpflicht und Steuerbefreiungen
 - Berechnung, Festsetzung und Erhebung der Gewerbesteuer
 7. Bewertungsgesetz
 - Einführung und Bewertungsvorschriften
 - Wirtschaftliche Einheit, Bewertungsmaßstäbe, Einheitswert
 - Feststellungsarten und Anwendungen
 8. Wirkungen betrieblicher Entscheidungen auf die Unternehmensbesteuerung
 - Steuerliche Auswirkungen von Rechtsformentscheidungen
 - Steuerliche Auswirkungen von Finanzierungsentscheidungen
 - Steuerliche Auswirkungen der Regelung der Unternehmensnachfolge
 9. Bilanzierung und Jahresabschluss in Unternehmen
 - Grundzüge und Aufgaben der Bilanzierung
 - Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht
 - Grundsätze der Bewertung des Vermögens und der Schulden, Wertmaßstäbe und Bewertungsprinzipien
 - Jahresabschluss der Personengesellschaften und der Kapitalgesellschaften
 - Bilanzanalyse und Bilanzpolitik

3.1.7 Fachgebiet Wirtschaftsenglisch

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Englisch	
Code: E-WT-ENG-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsenglisch I / Business English I			Modultyp: Kernmodul
LVS: 70	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2
Lehrform: Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rometsch		
Prüfungsart: Klausurarbeit/ Seminararbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche		
Anmerkungen: Die Klausurarbeit setzt sich zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-Eng-01.1 und zu 50% aus dem Lehrstoff von E-WT-Eng-01.2 zusammen.					
Submodule/Fächer (falls vorhanden):					
Subcode	Name		LVS	BG	LF
E-WT-ENG-01.1	Wirtschaftsenglisch I.1		35	3	S
E-WT-ENG-01.2	Wirtschaftsenglisch I.2		35	4	S
<p>Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über - englischsprachliche Kenntnisse und Fertigkeiten, - basiswirtschaftsenglisches Vokabular, - Festigung und Wiederholung von grammatischen Kenntnissen, - Verbesserung ihrer situativen Verwendung in kommunikativen sprachlichen Äußerungen, - Einführung in der Handelskorrespondenz, Bankwesen und internationalen Zahlungsverkehr.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein in englischer Sprache - ihre Firmenstruktur zu beschreiben, - ihre Unternehmen schriftlich darzustellen, um Kunden oder Interessenten zu gewinnen, - Englische Zahlen, Telefonnummern, Brüche, Prozente usw. richtig zu verstehen, auszudrücken und zu schreiben, - schriftlich Anfragen zu verfassen und zu beantworten, - Gespräche ohne Hemmung durchzuführen, - Veränderungen zu beschreiben, - erweiterten Wortschatz über Finanzen und Personal zu verwenden, - einen Lebenslauf auf Englisch und in englischem Format zu formulieren und ein persönliches Profil zu erstellen.</p>					
<p>Literatur: Duckworth, Michael: Business Grammar and Practice, Oxford Business English Today Business Spotlight McGee, Paul: How to write a CV that works Ibbotson, Mark & Stephens, Bryan: Business Start-up 2, Klett Arden, Paul: Whatever you think think the opposite, Penguin</p>					
<p>Lehrinhalte: Zu E-WT-ENG-01.1 (Wirtschaftsenglisch I.1) Allgemeine Einführung "Basic English" Wiederholung und Vokabelschatzaufbau, Vertiefung und Aufbau der grammatikalischen Kenntnisse Firmengeschichte: Tätigkeitsbereiche, Produktion, Marktposition, Abteilung und Firmenführung</p>					

Studienrichtungsspezifische Kommunikation in Dienstleistung, Hotellerie, Gastronomie, Industrie, Handel, Logistik

- Vertriebsformen: Multilevel Marketing
- telefonische Kundenbetreuung
- praktische Sprachanwendung in den verschiedenen Studienrichtungen
- Grundkenntnisse für Verhandlungen
- Veränderungen beschreiben

Geschäftskorrespondenz passend für die verschiedenen Studienrichtungen, Case Study

- Marketing Broschüre als Vorstellung für die Firma mit passendem Inhalt und Sprache

Zu E-WT-ENG-01.2 (Wirtschaftsenglisch I.2)

- Praktische Sprachanwendung in den verschiedenen Studienrichtungen
- Aufbau der Grundkenntnisse für Verhandlungen
- Wiederholung grammatikalischer Strukturen, um sprachlich und schriftlich die Kommunikation zu verbessern (komplizierte Verbformen usw.)

Kommunikation in den verschiedenen Bereichen: Dienstleistung, Hotellerie, Gastronomie, Industrie, Handel, Logistik

Kulturelle Unterschiede:

- Wie prägt die kulturelle Herkunft, Führungsstil, Firmenstruktur, Teamarbeit usw.
- Politisch korrekte Vorgehensweise- Kommunikationsprobleme usw.

Bankwesen:

- Einführung allgemeiner Wortschatz, Zahlen, akzeptierte Abkürzungen usw.
- Internationale Zahlungsmodalitäten

Wirtschaft, Industrie und Umwelt

Case Study:

- Erstellung eines Curriculum Vitae englischer Art mit Persönlichkeitsprofil und Deckbrief für entweder handgeschriebene oder computererstellte Verwendungen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Englisch		
Code: E-WT-ENG-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsenglisch II / Business English II			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 70	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rometsch			
Prüfungsart: Klausurarbeit/ Seminararbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-ENG-02.1	Wirtschaftsenglisch II.1			35	5	S
E-WT-ENG-02.2	Wirtschaftsenglisch II.2			35	6	S
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - Festigung und Wiederholung von grammatischen Kenntnissen, - Verbesserung ihrer situativen Verwendung in kommunikativen sprachlichen Äußerungen und Nutzung des Passivs, - Marketing, - Job description und Einführung in die Human Resources, - Nutzung aller verschiedenen Verbformen und richtigen Präpositionen, - Aktienmärkte: Wortschatz und Einführung, - Berücksichtigung von kulturellen Aspekten bei Verhandlungen, - Arbeitsklima, Strukturen und Erwartungen an Mitarbeiter in englischen und amerikanischen Unternehmen, - Erwerb von Strategien und Techniken bei der Planung, Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen, - Grundlegende Regeln für einen mündlichen Vortrag in englischer Sprache. Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein in englischer Sprache <ul style="list-style-type: none"> - Börsennotierungen und Berichte zu verstehen und auszuwerten, - Kommentare und Vorträge differenziert zu verstehen und Mitschriften zu erstellen, - Präsentationen vorzubereiten, zu strukturieren und zu halten, - einfache Verhandlungen durchzuführen, - Strukturen und Gepflogenheiten in englischsprachigen Unternehmen zu verstehen, - Produktions- und Leistungsvorgänge zu beschreiben, - Marketingstrategien zu verfassen, - Kundenbeschwerden schriftlich und mündlich zu beantworten, - Job Description auf Englisch zu verfassen, - Bewerber zu evaluieren und für Vorstellungsgespräche zu selektieren. 						
Literatur: Bach, Stephen & Sisson, Keith: Personnel Management, Blackwell Business Downing, Peter & Welch, Denice: International Human Resources Management Templar, Richard: The Rules of Management, Pearson – Prentice Hall Business Verschiedene Internettexpte Reader: aktuelle Zeitungs- und Zeitschriftartikel (The Times, The Economist etc.) Marshall, Brian: How Stocks and the Stock Market Work Fenton, Edwin: Comparative Economic Systems, Holt Rinehart Winston						
Lehrinhalte: Zu E-WT-ENG-02.1 (Wirtschaftsenglisch II.1) Praktische Sprachanwendung in den verschiedenen Studienrichtungen						

-
- Wiederholung grammatikalischer Strukturen um die sprachliche und schriftliche Kommunikation zu verbessern (Conditionals)

Job Description

- Inhalt: - Job Description für einen BA-Studierenden - eine Anzeige schreiben und auf eine Anzeige antworten
Werbung: Medien und Methoden, Umfragen schreiben und verstehen Marken (Brands and Branding): die Bedeutung von Marken und Image, Product Placement Case Study - Selektion eines von drei Kandidaten - begründet und präsentiert - Gruppenarbeit in vorgegebenen Gruppen

Zu E-WT-ENG-02.2 (Wirtschaftsenglisch II.2)

Praktische Sprachanwendung in den verschiedenen Studienrichtungen

- Wiederholung grammatikalischer Strukturen um sprachliche und schriftliche Kommunikationskompetenz zu beweisen
- Firmenpräsentation für Messe oder ähnliches geeignet
- Rollenspiel
- telefonisches Gespräch mit Kunden
- Problembehandlung und "Follow-up"
- Rücksicht auf kulturelle Unterschiede und Manieren
- Counter suggestions - behilflich sein - Konsens durch Kompromisse erreichen - Fragen stellen, um gewünschte Antworten zu bekommen

Meeting Procedure: Protokoll schreiben, aktives Teilnehmen, Schlussfolgerungen ziehen und berichten

3.1.8 Fachgebiet Arbeitstechniken und Kommunikation

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Arbeitstechniken und Kommunikation		
Code: E-WT-KAT-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wissenschaftliches Arbeiten / Kommunikation / Introduction to Scientific Methods / Communication			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 70	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 3	
Lehrform: Vorlesung / Seminar / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Niebergall / Prof. Dr. Hoffmann			
Prüfungsart: Seminararbeit		Prüfungsdauer (min):		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen: Für die aktive Beteiligung in den Übungsanteilen des Moduls kann zusätzlich zur Prüfungsleistung ein Testat nach § 7a DHGEPrüfO gefordert werden.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-KAT-01.1	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten			20	1	S/Ü
E-WT-KAT-01.2	Grundlagen der Kommunikation			30	2	S/Ü
E-WT-KAT-01.3	Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung			20	2	V/S/Ü
<p>Qualifikationsziele: Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten kommunikativen / rhetorischen Fähigkeiten und Fertigkeiten zielgruppenspezifisch und situationsadäquat in ihren Ausbildungsunternehmen und deren Märkten anzuwenden. Darüber hinaus können sie die in Theorie und Praxis anzufertigenden wissenschaftlichen wie auch praktischen Arbeiten fach- und formgerecht erstellen.</p> <p>Zu E-WT-KAT 01.1 (Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten)</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die in den Studienprogrammen der Dualen Hochschule Gera-Eisenach geforderten wissenschaftlichen Arbeiten eines dualen Studiums fach- und formgerecht anzufertigen. Unter Verarbeitung spezifischer Informationen durchdringen sie ein gegebenes Thema wissenschaftlich-methodisch und tragen durch eine effiziente, systematisch-konzeptionelle Arbeitsorganisation und durch die Anwendung ausgewählter Arbeitstechniken dazu bei, praxisrelevante Lösungsansätze zu erstellen.</p> <p>Zu E-WT-KAT 01.2 (Grundlagen der Kommunikation)</p> <p>Die Studierenden erlernen kommunikative/rhetorische Kenntnisse als Grundlage einer effizienten Bearbeitung unternehmensinterner und -externer Aufgaben und Problemstellungen. Hierbei kennen die Studierenden als Teilaspekt ihrer Sozialkompetenz jene Methoden und Techniken, welche sie in die Lage versetzen, mit Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden/Geschäftspartnern erfolgsorientiert eine konstruktive Kommunikation zu führen, die der Erreichung angestrebter gemeinsamer Zielsetzungen dienen soll. Die Studierenden sind als designierter Führungskräftenachwuchs in der Lage, über eine spannungsfreie Kommunikation hinaus Konflikte als Steigerungsform von Differenzen erfolgreich zu bewältigen. Die Studierenden sind weiterhin befähigt, Präsentationssituationen richtig einzuschätzen, angemessene Präsentationsformen und -techniken anzuwenden sowie die äußeren Umstände einer Präsentation situationsadäquat zu berücksichtigen.</p> <p>Zu E-WT-KAT 01.3 (Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung)</p> <p>Die Studierenden sollen als designierte Führungsnachwuchskräfte in die Lage versetzt werden, eigenverantwortlich erfolgreiche Verkaufsgespräche und Verhandlungen zu führen. Aufbauend auf den bereits vermittelten Kenntnissen des Faches "Grundlagen der Kommunikation" analysieren sie die situativen Bedingungen und Beziehungen zwischen den jeweiligen Verkaufs- bzw. Verhandlungspartnern und können darauf aufbauend Verkaufsgespräche bzw. Verhandlungen prozessual und systematisch gestalten. Zudem durchdringen die Studierenden spezifische Verkaufsgesprächs- und Verhandlungssituationen und wenden hierbei geeignete Gestaltungsmittel bzw. -methoden zielorientiert und situationsadäquat an.</p>						

Literatur:

Zu E-WT-KAT 01.1 (Arbeitstechniken)

- Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting. Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden, Erlangen
 Boos, E.: Das große Buch der Kreativitätstechniken. Fantasie fördern, Ideen strukturieren, Geistesblitze umsetzen, Lösungen finden, München
 Buzan, R.; Buzan, B.: Das Mind-Map Buch. Die beste Methode zur Steigerung Ihres geistigen Potenzials. Übersetzung aus dem Englischen von Bauer, M., München
 Coyne, K.; Clifford, P. G.; Dye, R.: Querdenken mit System. wie effektives Brainstorming funktioniert. Harvard business manager (Hrsg.), CD-ROM
 Schawel, C.; Billing, F.: Top 100 Management Tools. Das wichtigste Buch eines Managers. Von ABC-Analyse bis Zielvereinbarung, Wiesbaden
 Stöger, R.: Die Toolbox für Manager. Strategie, Innovation, Organisation, Produktivität, Projekte, Change, Stuttgart

Zu E-WT-KAT 01.1 (Wissenschaftliches Arbeiten)

- Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München
 Bring, A.: Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in acht Lerneinheiten, München
 Disterer, G.: Studienarbeiten schreiben. Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, Heidelberg
 Kornmeier, M.: Wissenschaftlich Schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart
 Prexl, L.: Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube und Co., Paderborn
 Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. Technik - Methodik - Form, München
 Träger, T.: Zitieren 2.0. Elektronische Quellen und Projektmaterialien richtig zitieren, München

Zu E-WT-KAT 01.1 (Anwendung von Microsoft Word)

- Klaßen, R.: Office 2016. Der umfassende Ratgeber, Bonn
 Philipp, G.: Office 2016. Das Praxisbuch, Burgthaan
 Thuls, G. O.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben mit Microsoft Office Word 2016 2013 2010 2007, Frechen
 Weber, D.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben mit Word für dummies, Weinheim

Zu E-WT-KAT 01.2 (Grundlagen der Kommunikation)

- Berkl, K.: Konflikttraining, Heidelberg
 Crisand, E.: Das Gespräch in der betrieblichen Praxis, Heidelberg
 Crisand, E.: Methodik der Konfliktlösung, Heidelberg
 Gehm, Th.: Kommunikation im Beruf, Weinheim/Basel
 Glasl, F.: Selbsthilfe in Konflikten, Stuttgart
 Stroebe, R.W.: Kommunikation I, Heidelberg

E-WT-KAT 01.3 (Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung)

- Weis, H.C.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen
 Tebbe, C.: Erfolgsfaktoren des persönlichen Verkaufsgesprächs, Frankfurt am Main, Berlin u.a.
 Bänsch, A.: Verkaufspsychologie und Verhandlungstechnik, München/Wien
 Ruhleder, R.H.: Verkaufen Klassik, Offenbach
 Schuler, H.: Verkaufserfolg am Telefon, Offenbach
 Crisand, E. / Crisand, M.: Psychologie der Gesprächsführung, Heidelberg

Lehrinhalte:

Zu E-WT-KAT 01.1 (Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten)

1. Arbeits- und Managementtechniken
 - Allgemeine Techniken (z. B. Checklisten, Portfoliotechniken, Nutzwertanalyse/Scoring, SWOT-Analyse, Pareto-Analyse, Benchmarking)
 - Kreativitätstechniken (z. B. Brainstorming und Brainwriting, Metaplan-Technik, Morphologische Matrix, Mind-Mapping)
2. Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitsprozesses
 - Grundzüge des wissenschaftlichen Arbeitens
 - Arten wissenschaftlicher Arbeiten im Studium

3. Die Arbeitsplanung

- Themensuche, Themenauswahl, Themenabgrenzung
- Literaturbeschaffung, Literatúrauswertung (einschl. Beschaffung/Auswertung sonstiger Informationsquellen)
- Rechercheplanung/Planung empirischer Untersuchungen
- Zeit-, Termin-, Arbeitsplatz- und Kostenplanung

4. Der Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit: formaler Aufbau, inhaltlicher Aufbau, Titelseiten / Verzeichnisse / Anlagen / Ehrenwörtliche Erklärung

5. Textgestaltung, Stil- und Sprachregeln

- Textformulierung, Ausdrucksweise, Satzfolge, Layoutgestaltung
- Grundlagen des Zitierens. Quellenhinweise und Fußnoten, Tabellen, Grafiken, Abbildungen im Text

6. Anwendung von Microsoft Word für das wissenschaftliche Arbeiten

- systematischer Einsatz von Formatvorlagen und Satzspiegel für wissenschaftliche Dokumente
- Einsatz der Gliederungsmethodik für strukturiertes Arbeiten
- Verwendung von Abschnitten für die flexible und heterogene Gestaltung von Dokumenten
- Strukturierung von Kopf- und Fußzeilen
- Einsatz weiterer Elemente wissenschaftlicher Arbeiten, z. B. Fuß- und Endnoten, Verzeichnisse, Stichwortindex

Zu E-WT-KAT 01.2 (Grundlagen der Kommunikation)

1. Grundfragen: Kommunikation als Prozess, Kommunikation als Sozialhandlung, psychologische Aspekte der Kommunikation, Situationstraining
2. Zwischenmenschliche Kommunikation: die vier Aspekte einer Botschaft, Senden und Empfangen, die Vielfalt nonverbaler Kommunikation, die "Attribution" von Information, Dissonanz und andere Folgen, die Rolle unserer Gefühle im Kommunikationsprozess, Gesprächsführung als Bedeutungsfindung und die Konsequenzen, praktische Anwendungen
3. Gesprächsführungstechniken
4. Konfliktbewältigung im Gespräch (Grundlagen)
5. Das kundenorientierte Telefongespräch
6. Mitarbeiterbesprechungen
7. Grundlagen der Argumentation
8. Die erfolgreiche Präsentation
9. Konfliktgespräche erfolgreich führen
10. Gruppenkonflikte

Zu E-WT-KAT 01.3 (Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung)

1. Grundlagen einer erfolgreichen Verkaufs- und Verhandlungsführung: Formen von Verkaufsgesprächen, Verhalten und Rolle des Verkäufers, positives Denken und (Ver-)Handeln, Selbstsicherheit und eigene Wahrnehmung, Erkennen der Vorstellungen und Wahrnehmungen der/des Gesprächs- und Verhandlungspartner/s, Käufertypologien und Kaufmotive
2. Aspekte der optimalen Gestaltung von Verkaufsgesprächen und Verhandlungen: Verkaufsgesprächsziele und -strategien Vorbereitungsphase, Kontaktphase, Gesprächseröffnungsphase, Argumentationsphase (in Anlehnung und Vertiefung des Moduls "Grundlagen der Kommunikation"), Nonverbale Kommunikation in der Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung, partnerorientiertes Kommunizieren, weitere Regeln der Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung (Fragetechniken, positive Formulierungen, der Umgang, mit dem "NEIN", effiziente Preisargumentation etc.), Einsatz von Hilfsmitteln bei der Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung, Einwandbehebung, Abschlussphase, Nachabschlussphase
3. Spezielle Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführungssituationen (Vertiefung): telefonische Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung, Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung in Konfliktsituationen, Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung auf Messen und Ausstellungen, Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung im Industriegütermarkt, Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung mit Handelspartnern, Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsführung mit spezifischen Endkunden
4. Praktische Anwendung im Rollenspiel (branchen- und situationspezifische Vertiefung)

3.2 Spezielle Module der Studienrichtung in den Theoriephasen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement			Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre	
Code: E-TW-SBW-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Grundlagen der Tourismuswirtschaft / Verkehrsträgermanagement / Fundamentals of Tourism Industry / Carrier Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-SBW-01.1	Grundlagen der Tourismuswirtschaft			20	1	V/S
E-TW-SBW-01.2	Verkehrsträgermanagement			45	1	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-TW-SBW-01.1 (Grundlagen der Tourismuswirtschaft) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - das komplexe und interdisziplinäre Themengebiet der Tourismuswirtschaft als Ganzes, - grundlegende betriebs-, regional- und volkswirtschaftliche Zusammenhänge in der Tourismuswirtschaft, - das komplexe System touristischer Nachfrager, - die wichtigsten Leistungsträger sowie deren Aufgaben, Funktionsweisen und Prozessabläufe innerhalb der Tourismuswirtschaft. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - tourismusspezifische Subsysteme zusammenzufügen und systemisch für deren Leistungsträger wie auch zur Generierung des „Gesamterlebnisses Urlaub“ aus Nachfragersicht zu nutzen, - die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Orte, Regionen und Länder zu bewerten, - die Marktstrukturen im jeweiligen situativen Kontext der spezifischen Leistungsträger zu verstehen. <p>Zu E-TW-SBW-01.2 (Verkehrsträgermanagement) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die wirtschaftlichen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen der touristischen Verkehrswirtschaft, - betriebswirtschaftliche Inhalte, Aufgabenbereiche, Prozesse und Zusammenhänge der touristischen Verkehrswirtschaft mit den Segmenten des tourismusrelevanten Straßen-, Luft-, Bahn- und Schiffsverkehrs, - die Grundlagen des Managements von und in touristischen Verkehrsbetrieben mit deren Vernetzung im System der Tourismuswirtschaft als Ganzes wie auch ökonomischer und ökologischer Herausforderungen. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme der touristischen Verkehrswirtschaft darzustellen, zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten, - das verkehrsträgerspezifische Wissen auf bestehende Herausforderungen analytisch, interpretatorisch und lösungsorientiert anzuwenden, - Aspekte des Verkehrsträgermanagements im Kontext der Tourismuswirtschaft als Ganzes situationsadäquat zu bearbeiten und systemisch einzubinden, - im direkten Bezug zu wirtschaftlichen, sozialen wie auch ökologischen Dimensionen entsprechende Entwicklungen auf die unternehmerischen Ebenen des Verkehrsträgermanagements wie auch der Tourismuswirtschaft insgesamt zu projizieren, wobei durch diese die branchenspezifischen Rahmenbedingungen im Managementansatz, insbesondere im Yield Management von Verkehrsbetrieben integriert und handlungsorientiert umgesetzt werden können. 						

Literatur:

(Zu E-TW-SBW-01.1 (Grundlagen der Tourismuswirtschaft))

Berg, W.: Tourismusmanagement, Ludwigshafen

Bieger, T.: Tourismuslehre - ein Grundriss, Bern/Stuttgart/Wien

Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München/Wien

Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München/Wien

Mundt, J. W.: Einführung in den Tourismus, München/Wien

Mundt, J. W.: Tourismus, München/Wien

Rudolph, H.: Tourismus-Betriebswirtschaftslehre, München/Wien

Zu E-TW-SBW-01.2 (Verkehrsträgermanagement)

Biedermann, N.: Analyse der Übertragbarkeit von Mobilitätskonzepten, Aachen

Conrady, R.: Luftverkehr, Berlin/Boston

Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München u. a.

Groß, S.: Handbuch Tourismus und Verkehr, Stuttgart

Kaspar, C.: Management der Verkehrsunternehmungen, München/Wien

Kern, I.: Busreisen im Kontext des nachhaltigen Tourismus, München

Kreinhoffner, P.: Potentiale der Bustouristik, München

Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien

Mauer, P.: Luftverkehrsmanagement: Basiswissen, München

Pompl, W.: Luftverkehr: Eine ökonomische und politische Einführung, Berlin

Schneider, M.: Mobilität und Tourismus, Augsburg

Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus, München

Steinecke, A.: Kreuzfahrttourismus, Konstanz

Sterzenbach, R.; Conrady, R.; Fichert, F.: Luftverkehr - Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, Stuttgart

Strommer, S.: Star-Allinze – Strategische Allianzen als Erfolgskonzept im internationalen Luftverkehr, München

Lehrinhalte:

Zu E-TW-SBW-01.1 (Grundlagen der Tourismuswirtschaft)

1. Grundfragen

- definitorische Grundlagen, betriebswirtschaftliche Einordnung
- Tourismuswirtschaft im volkswirtschaftlichen Kreislauf
- nationale und internationale Bedeutung des Tourismus
- Tourismusentwicklung (historischer Kurzüberblick)

2. Das touristische Angebot und dessen Träger

- Kernleistungen der Tourismuswirtschaft und deren Besonderheiten
- Tourismusarten und touristische Leistungsträger
- Einflussfaktoren auf das touristische Angebot
- Entwicklungstendenzen des touristischen Angebotes

3. Die touristische Nachfrage

- Struktur und Träger der touristischen Nachfrage, Typologisierung
- Einflussfaktoren auf die touristische Nachfrage
- Elastizität der touristischen Nachfrage
- Entwicklungstendenzen der touristischen Nachfrage

4. Das System Tourismus und dessen Umwelt

- Tourismusmodelle
- Tourismuspolitik und deren Träger in Deutschland
- die touristische Marktstruktur und deren Entwicklungstendenzen in Deutschland
- Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte im Tourismus

Zu E-TW-SBW-01.2 (Verkehrsträgermanagement)

1. Einführung in die tourismusrelevante Verkehrswirtschaft

- Grundlagen der Verkehrswirtschaft (Verkehrsträger, Verkehrsfunktion, Verkehrssysteme)
- Mobilität und Reiseentwicklung (räumliche, zeitliche, soziale, wirtschaftliche Mobilität)
- Verkehrspolitik (Ziele, Lenkungsinstrumente, Mobilität vs. Ökologie)
- tourismusrelevante Verkehrsmittel (Verkehrsmittelnutzung, Entwicklungsfaktoren, verkehrsbedingte Belastungen)
- Inter- und Multimodularität touristischer Verkehrssysteme

2. Management des tourismusrelevanten Straßenverkehrs

- Grundlagen des tourismusrelevanten Straßenverkehrs (Begriffe, rechtliche Abgrenzungen)
- Verkehrsmittel Bus (Arten des Busverkehrs; Sonderformen, Buslinienfernverkehr)
- Busreiseveranstalter (Anbieter, Angebote, Geschäftsmodelle, Produkttypen des Gelegenheitsverkehrs)
- Mietwagen (Autovermieter, touristische Mietwagenbroker, Taxibetriebe)
- individueller touristischer Straßenverkehr (Pkw, Motorrad, Fahrrad, Caravan)
- verkehrspolitische Aspekte des Straßenverkehrs (gesetzliche Regelungen- und Haftungsfragen im Busreiseverkehr, verkehrspolitische Maßnahmen zur Verkehrslenkung, touristische Ferienstraßen)
- Organisationen und Verbände (RDA, BDO, etc.)

3. Management des Luftverkehrs

- Grundlagen des Luftverkehrs (Differenzierungskriterien, Entwicklung des Luftverkehrs, Zuständigkeiten im Luftverkehr)
- Liniendarlines (definitorische Kriterien, Geschäftsmodell, Deutsche Lufthansa AG und andere deutsche Liniendarlines, Airline-Allianzen, Letter-Codes wichtiger Airlines)
- Charterdarlines/Ferienflieger (Geschäftsmodell, Arten von Charterflügen, Ferienfluggesellschaften am deutschen Markt)
- Low-Cost-Airlines (Geschäftsmodell, Stückkostenvorteile, Airlines und derzeitige Marktentwicklung)
- Fluggerät (Modelltypen Airbus, Modelltypen Boeing, Hersteller von Kleinflugzeugen)
- Flughäfen (Klassifikation von Flughäfen, Geschäftsfelder, Einnahmen/Flughafenentgelte, Slots, Flugpläne, MCT, Bereiche und Arbeitskräfte, Letter-Codes von Flughäfen)
- betriebswirtschaftliche Grundlagen des Flugverkehrs (Reisearten, Verkehrssysteme, Produktgestaltung und Service, Berechnung von Charterflügen, Meilenaufschlagsberechnung, Streckenergebnisberechnung, Anwendung des Yield-Managements im Flugbereich)
- staatliche und privatwirtschaftliche Organisationen des Flugverkehrs (ICAO, IATA, nationale Verbände und Organisationen, Freiheiten der Lüfte nach internationalen Abkommen)
- Sicherheit im Flugverkehr und haftungsrechtliche Aspekte (JACDEC-Sicherheitsranking, Sicherheitsmaßnahmen, Haftungs- und Ausgleichszahlungen im Flugverkehr)

4. Management des Bahnverkehrs

- Grundlagen des Bahnverkehrs (Verkehrsarten, Entwicklung des Eisenbahnverkehrs, Bahnreform in der BRD)
- Die Deutsche Bahn AG (Geschäftsbereiche, Mobilitätskette der DB, Flottenmuster im Fernverkehr, Tarifsystem der DB)
- Privatbahnen in Deutschland (Marktsituation, Privatbahnen in Mitteldeutschland)
- Internationale Bahnen (Europäische Bahngesellschaften, Hochgeschwindigkeitszüge, Nostalgie- und Luxuszüge, Panoramastrecken in der Schweiz)
- rechtliche Grundlagen und Haftungsfragen (AEG, EVO, Personenbeförderungsvertrag)

5. Management des Schiffsverkehrs

- Grundlagen des Schiffsverkehrs (Klassifikation des Schiffsverkehrs, Entwicklung, Marktsituation, nautische Begriffe)
- Hochseekreuzfahrt (Hochseekreuzfahrtgebiete, Anbieter am deutschen Markt, Routen, Kreuzfahrthäfen in Deutschland)
- Flusskreuzfahrt (Flüsse, Kanäle, Marktanbieter)
- Linienschiffsfahrt/Fähren (Arten, Fährverbindungen ab Deutschland, Hurtigruten-Route)
- Spezielle Schiffsreisen und Schiffstypen (Expeditionsreisen, Frachtreisen, Windjammer, Yachten, Hausbote)
- Kreuzfahrtschiffe (Schiffsaufbau, Angebote an Bord, Schiffspersonal, Bewertung von Kreuzfahrtschiffen)
- Preisgestaltung bei Kreuzfahrten

6. Aktuelle Herausforderungen des Verkehrsträgermanagements und Trendentwicklungen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-TW-SBW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Hotelmanagement / Hotel Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 55	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - den Hotelmarkt als Ganzes und dessen systemische Integration in der Tourismuswirtschaft, - die Struktur und relevanten Betreibermodelle von Hotels, - Leistungsbereiche und das "klassische" Produkt- und Angebotsprogramm der Hotellerie und Gastronomie mit den jeweiligen betriebswirtschaftlichen Inhalten, Aufgabenbereichen, Prozessen und Zusammenhängen, - Kriterien zur Klassifikation und Kategorisierung von Beherbergungsunternehmen, - die Grundlagen des Managements von Hotels mit deren Vernetzung im System der Tourismuswirtschaft als Ganzes, - Aspekte der strategischen Planung im Hotelbetrieb, - Organisations- und personalwirtschaftliche Spezifika, - Budgetierungsaspekte in Hotellerie und Gastronomie. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - Aspekte des Hotelmarktes, dessen Systemik und Entwicklungstendenzen strategisch und operativ für den eigenen Leistungsträger zu nutzen, - betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme von Hotels darzustellen, zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten, - wesentliche Managementaufgaben und Abläufe der hotelspezifischen Leistungsbereiche zu beherrschen sowie Rationalisierungspotentiale zu erkennen, - den spezifischen personalwirtschaftlichen und organisatorischen Anforderungen in Hotels gerecht zu werden und die erworbenen Kenntnisse über Gewinnmultiplikatoren im Gastgewerbe sowie die ertragswirtschaftliche Budgetierung anzuwenden. 						
Literatur: Dettmer u.a.: Controlling im Food & Beverage-Management, München, Wien Dettmer, H. / Hausmann, T.: Rechnungswesen/Controlling in der Hotellerie und Gastronomie, Hamburg Gardini, Marco A.: Handbuch Hospitality Management, Stuttgart Gardini, Marco A.: Marketing-Management in der Hotellerie, München Hänssler, Karl-Heinz: Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München Henschel, Karla U.: Hotelmanagement, München Hotelverband Deutschland, Hotelmarkt, jährliche Branchenreports Hotelverband Deutschland, Hotellerie in Zahlen (jährliche Ausgabe) Jahns, C.; Schöffler, C.; Walter, S.: Einkauf in der Hotellerie, Status und Perspektiven in der 3- bis 5-Sterne-Hotellerie, Executive Report, Sternenfels Kotler, P. / Bowen, J. / Makens, J.: Marketing for Hospitality and Tourism, New Jersey Pflieger, A.: Housekeeping Management im Hotel, Linz Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt a.M.						

Lehrinhalte:

1. Grundfragen

- definitorische Grundlagen
- Funktionen und Leistungen des Hotelbetriebes, Leistungen des Hotelbetriebes (Überblick)
- Beherbergungsarten / Betriebsformen
- Strukturmerkmale der Hotellerie
- Hotellerie im System der Tourismuswirtschaft

2. Zusammenarbeit in der Hotellerie

- Ziele und Inhalte der funktionellen Entkoppelung
- Formen der Schaffung von Hoteleigentum
- Formen des Betriebes von Hotels (Eigentümergebetriebe, Pachtbetriebe, Managementbetriebe, Franchisebetriebe etc.)
- Formen der kooperativen Zusammenarbeit (Inhalte, Verbände und Interessenvertretungen, Hotelkooperationen, Joint Venture etc.)

3. Hotelkapazität und Hotelmarkt

- die Bestimmung der Hotelkapazität und Anforderungen an die wirtschaftliche Nutzung
- der deutsche Hotelmarkt
- Entwicklungstendenzen in der nationalen und internationalen Hotellerie (einschl. Entwicklungsbedingungen der Individualhotellerie)

4. Spezielle Leistungsbereiche der Hotellerie und deren Charakteristika

- Grundfragen und Leistungsstruktur von Hotels
- Beherbergungsleistungen (Logis - einschl. Leistungen des Empfangs- und Hausdamenbereiches etc.)
- Bewirtschaftungsleistungen (Food & Beverage - einschl. Leistungen und Leistungsabwicklung des F&B-Bereiches, Wareneinkauf, Lagerhaltung, Absatzbereich etc.)
- komplementäre Leistungen (Arten, Entwicklung, Tagungs- und Kongressleistungen, Wellnessleistungen etc.)

5. Der Standort von Hotelbetrieben

- Bedeutung des Standortes für Hotelbetriebe
- Untersuchungsbereiche einer Standortanalyse für Hotelbetriebe
- Planung und Durchführung einer Standortanalyse für Hotelbetriebe

6. Hotelklassifizierungen

- die deutsche Hotelklassifizierung
- Betrachtungen im internationalen Kontext

7. Aspekte der strategischen Planung im Hotelbetrieb

- Planung und Managementebenen
- Analysesysteme im Hotelbetrieb (u.a. Potential-, Wettbewerbs-, Gäste- und Umfeldanalyse), Analysemethoden
- Unternehmenskultur, Unternehmensphilosophie, Unternehmensleitbild im Hotelbetrieb
- Ermittlung strategischer Geschäftsfelder im Hotelbetrieb
- Zielbildung und Bestimmung strategischer Optionen im Hotelbetrieb

8. Personalmanagement im Hotelbetrieb

- Einordnung und begriffliche Abgrenzung
- Besonderheiten des Personalmanagements in der Hotellerie
- die Personalsituation im Gastgewerbe
- Personalplanung und Personaleinsatz in der Hotellerie
- Personalentlohnung und Personalkosten in der Hotellerie
- Integration von Arbeitnehmern anderer Kulturkreise und ethnischer Gruppen
- Konfliktpotential im Hotelbetrieb
- Mitarbeitermotivation und Führungsstile in der Hotellerie
- Personalentwicklung

9. Die Organisation des Hotelbetriebes

- die Aufbauorganisation im Hotelbetrieb und deren Instrumentarium
- die Ablauforganisation im Hotelbetrieb und deren Instrumentarium

10. Gewinnmultiplikatoren im Gastgewerbe

- Bestimmung und Einordnung
- Anwendung am praktischen Beispiel
- Speisekartendiagnose/Speisekartentoptimierung (praktische Anwendung)

11. Die ertragswirtschaftliche Budgetierung

- Grundfragen und Funktionen der Budgetierung
- Beispiel für die Gliederung eines Betriebsbudgets
- Beispiel für die Untergliederung des Logisbudgets
- Beispiel für die Untergliederung des Gastronomiebudgets
- die Null-Basis-Budgetierung (Zero-Base-Budgetierung)
- die Budgetierung nach der "Hubbart Formel" am Beispiel eines Logisbudgets
- die Budgetierung nach der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung am Beispiel eines Gastronomiebudgets

12. Aktuelle Aspekte/Problembereiche des Hotelmanagements

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-TW-SBW-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Veranstaltungsmanagement / Event Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 60	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über <ul style="list-style-type: none"> - die Vielfalt, Komplexität und den interdisziplinären Kontext von Veranstaltungen, des Veranstaltungsmarktes und Veranstaltungsmanagements, - die Marktstruktur sowie die wichtigsten Beziehungen zwischen Anbietern, Nachfragern und vermittelnden Gliedern in diesem Sektor, - Arten, Aufgaben und Funktionsweisen verschiedenster Unternehmen/Institutionen der Veranstaltungswirtschaft - die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle von Veranstaltungen, - das touristische Segment der Messe-, Kongress- und Tagungswirtschaft sowie dessen Management- und Aufgabenpool, - spezifische Veranstaltungen von Kulturbetrieben. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - fundierte Aussagen zum Veranstaltungsmarkt und dessen Systemik zu treffen, - zwischen verschiedenen Veranstaltungsarten zu differenzieren, - die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge in der Veranstaltungswirtschaft zu benennen, - Wechselwirkungen zum Destinationsmanagement herzustellen und die Wirkungen einer Veranstaltung auf einen Ort bzw. eine Region zu erfassen und aktiv zu beeinflussen, - die Sichtweisen der segmentspezifischen Akteure (Unternehmen, öffentliche Körperschaften, Vereine etc.) in Managemententscheidungen systemisch zu integrieren sich auf die Bedürfnisse der verschiedenen Träger einzustellen, - Anforderungen eines Kunden an eine spezielle Veranstaltung, Tagung, Messe oder Unterhaltungsveranstaltung zu erkennen, eine Veranstaltungskonzeption zu entwickeln, die Veranstaltung zu planen, zu organisieren, durchzuführen, zu kontrollieren und dabei die erlernten Techniken anzuwenden. 						
Literatur: Allen, J., O'Toole, W.: Festival & Special Event Management, Milto, Qld. AUMA (Hrsg.): Erfolgreiche Messebeteiligung - Teil 1: Grundlagen, Berlin Beckmann, K. u.a.: Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement, Berlin Beckmann, K.; Müller-Martin, R.: Das professionelle 1 x 1 - Erfolgreiche Messeauftritte, Berlin Behrens-Schneider; C.; Birven, S.: Events und Veranstaltungen organisieren, Redline Wirtschaft, Heidelberg Clausen, E.: Messemarketing. So führen Sie Messen zum Erfolg, Göttingen Colbert, F.: Der Kulturmarkt. in: Kompendium Kulturmanagement, München Field, M.; Keller, L.: Project Management, The Open University, London Haase, F.; Mäcken W.: Handbuch Event-Management, München Heinrichs, W.; Klein, A.: Kulturmanagement von A-Z. 600 Begriffe für Studium und Beruf, München Holzbaur, U.; Jettinger E.; Krauß, B.; Moser, R.; Zeller, M.: Eventmanagement, Berlin, Heidelberg Kiel, H.-J.: Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle, München Kirchgeorg, M.; Dornscheidt, W. M.; Giese, W.; Stoeck, N.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden						

Kunze, R; Schreiber, M.-T.: Das Meeting- und Eventbarometer, Wernigerode
 Jäger, B.: Grundwissen Eventmanagement, Stuttgart
 Schreiber, M.-T.: Kongress- und Tagungsmanagement, München, Wien
 Siekmeier, S.: Professionelles Eventmanagement, Göttingen
 Wedekind, J.; Harries, J, W.: Der Eventmanager. Das Handbuch aus der Agenturpraxis, Berlin

Lehrinhalte:

1. Einführung in die Veranstaltungswirtschaft und die Veranstaltungsökonomie
 - Grundfragen und begriffliche Abgrenzungen
 - Besonderheiten des "Produktes Veranstaltungen"
 - Arten von Veranstaltungen
 - Nutzen und Ziele von Veranstaltungen
 - Der Veranstaltungsmarkt: Anbieter und Nachfrager, Veranstaltungen als Wirtschaftsfaktor
 - Trends in der Veranstaltungswirtschaft
2. Das Event als besondere Veranstaltung
 - der besondere Nutzen von Events
 - Arten von Events
 - Marketing-Events als Instrument der Kommunikationspolitik
 - Eventreisen
 - Wechselwirkungen zwischen Events und touristischer Entwicklung von Orten/Regionen
3. Die Eventagentur
 - begriffliche Grundlagen
 - das Angebot von Eventagenturen (Leistungen, Netzwerk)
 - die Nachfrage (Gründe für die Beauftragung einer Agentur)
 - Kommunikationsprozesse zwischen Veranstalter und Eventagentur
 - der Eventmanager (Anforderungen an Fachkenntnisse und Persönlichkeitseigenschaften)
4. Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle von Veranstaltungen
 - Grundlagen
 - die Phasen der Veranstaltungsorganisation/themenspezifische Grundzüge des Projektmanagements
 - Entwicklung von Veranstaltungskonzeptionen
 - relevante Veranstaltungsorte und ihre Spezifika
 - Budgetierung und Finanzierung von Veranstaltungen
 - Marketingaspekte vor, während und nach der Veranstaltung
 - Wirkungskontrolle von Veranstaltungen
5. Messe-, Kongress- und Tagungswirtschaft in der Tourismuswirtschaft
 - Grundlagen und Definitionen, Arten
 - Standortfaktoren für Destinationen
 - Bedeutung und Struktur des Messe-, Kongress- und Tagungswesens in Deutschland
 - Stellung deutscher Destinationen im internationalen Messe-, Kongress- und Tagungsmarkt
 - Vermarktung von Messe-, Tagungs- und Kongressveranstaltungen
6. Veranstaltungen von Kulturbetrieben
 - Kulturbetriebe als Träger von Veranstaltungen
 - Nachfrager der Veranstaltungen von Kulturbetrieben
 - ausgewählte Veranstaltungen von Kulturbetrieben (Überblick sowie Schwerpunkt Theater- und andere Bühnenveranstaltungen)
 - Festivals und ihre Rolle in der Event- und Tourismuslandschaft
7. Aktuelle Aspekte/Problembereiche des Veranstaltungsmanagements
8. Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle ausgewählter Messe-, Kongress- und Tagungsveranstaltungen (Praktische Umsetzung mittels konkreter Fallbeispiele)

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-TW-SBW-04		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Management des Kur- und Gesundheitstourismus / Management of Cure and Health Tourism			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 55	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Inhalte, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Kurtourismus, Gesundheits- und Wellness- bzw. SPA-Tourismus, - die Formen, Märkte, Struktur, Angebote und Leistungsträger des Gesundheitstourismus sowie deren Organisationen, - den Wellness- und SPA-Tourismus im Gesundheitstourismus wie auch im Angebotskontext von Kurorten, Hotels und Reiseveranstaltern mit den jeweiligen betriebswirtschaftlichen Inhalten, Aufgabenbereichen, Prozessen und Zusammenhängen, - die Inhalte, Abläufe und Prozesse einschliesslich deren Gestaltung in Kur-, Gesundheits-, SPA- und Wellnesseinrichtungen, - die Spezifik, Inhalte, Planung, Organisation und Kontrolle des Kurortmanagements und –marketings im touristischen Kontext (insbesondere auch hinsichtlich der Systemik zum Destinationsmanagement). <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Leistungsträger der Kur- und Bäderwirtschaft sowie des Gesundheits- und Wellnesstourismus und deren Aufgaben, Funktionsweisen, individuellen Leistungsträger etc. zu identifizieren und diese in das touristische Gesamtsystem zu integrieren, - die gewonnenen Kenntnisse des Managements von Unternehmen und Institutionen der Kur- und Bäderwirtschaft sowie des Gesundheits- und Wellnesstourismus praxisorientiert anzuwenden, - Zusammenhänge von aktuellen Marktentwicklungen im Kur- und Bäder- wie auch Gesundheits- und Wellnesstourismus zu benennen und daraus Konsequenzen für gesundheitstouristische Anbieter und Destinationen abzuleiten, - sich mit Erscheinungsformen des internationalen Gesundheits- und Wellnesstourismus auseinanderzusetzen und eigene fachwissenschaftlich begründete Bewertungen vorzunehmen. 						
<p>Literatur:</p> <p>Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München Illing, K.-T.: Gesundheitstourismus und SPA-Management, München Deutscher Heilbäderverband e.V.: Begriffsbestimmungen - Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen, Bonn, Gütersloh Deutscher Heilbäderverband e.V.: Deutscher Bäderkalender des Deutschen Heilbäderverbandes e.V., Gütersloh Luft, H.: Destination Management in Theorie in Praxis. Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch Lanz Kaufmann, E.: Wellness-Tourismus, Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen (Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern), Bern</p>						

Rösch, A.: Wellness im Hotel, Chancen und Risiken einer hotelbetrieblichen Produktinnovation, Aachen
 Weiermair, K. / Krczal, A.: Wellness und Produktentwicklung, Erfolgreiche Gesundheitsangebote im Tourismus, Berlin
 Wiesner, K. A.: Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin

Lehrinhalte:

1. Kurtourismus

- Kur, Kurformen, Kurortangebote
- Leistungsträger und Partner im Kurtourismus
- natürliche Heilmittel und ihre Anwendung
- Begriffsbestimmungen und Rechtsgrundlagen
- Bädertypen und Prädikatisierung
- Kur und Kurorte im Wandel, Chancen und Risiken
- Struktur der Kur- und Bäderwirtschaft, Verbände und Organisationen
- Marken und Gütesiegel

2. Gesundheitstourismus

- Formen und Märkte im Gesundheitstourismus
- Leistungsanbieter im Gesundheitstourismus
- Kooperationspartner im Gesundheitstourismus
- Wellness, Medical Wellness und Prävention
- komplementäre Gesundheitsangebote
- der Gesundheitstourismus in Deutschland
- Europäische und internationale Angebote im Gesundheitstourismus

3. Wellness- und SPA-Tourismus

- Wellness und SPA im Gesundheitstourismus
- Entwicklung des internationalen Wellnessmarktes
- Internationale Wellness-Modelle
- Kernangebote von Wellnessleistungen
- Internationale Komplementärmedizin/Alternative Heilmethoden
- Erfolgsfaktoren des SPA- und Wellnessmanagements (Strategie, Unternehmensführung, Information und Positionierung, Zielgruppenorientierung, Qualitätsmanagement, Kommunikation und Verkauf, Wirtschaftlichkeit)
- Wellness- und SPA-Angebote der Kurorte, Hotellerie, Reiseveranstalter
- Entwicklungstrends der internationalen SPA- und Wellnessbranche

4. Kurortmanagement und -marketing

- Kurortentwicklung und Kurortplanung
- Tourismusorganisationen als Management- und Marketingstrukturen
- Besonderheiten des Kurortmanagements als Destinationsmanagement
- Besonderheiten des Managements von Kurgesellschaften und Bädern
- strategisches Kurortmarketing und Profilierung
- Angebotspolitik und Positionierung (Qualitätsmanagement, Eventmanagement, Inszenierungen, Markenbildung)
- Innenmarketing im Kurort
- Distributionspolitik des Kurortes
- Kommunikationspolitik des Kurortes

5. Aktuelle Themen des Kur- und Gesundheitstourismus

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-TW-SBW-05		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Destinationsmanagement/Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement / Destination Management/Travel Business and Marketing Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 110	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Seminar		Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann				
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 150	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-SBW-05.1	Destinationsmanagement			55	5	V/S
E-TW-SBW-05.2	Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement			55	5	V/S
<p>Qualifikationsziele: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse des einerseits sowie Reiseveranstalter- und Reisebüromanagements andererseits. Sie sind zudem in der Lage, diese mit den anderen Bereichen der Tourismuswirtschaft systemisch zu verbinden.</p> <p>Zu E-TW-SBW-05.1 (Destinationsmanagement)</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung, Notwendigkeit und Komplexität touristischer Destinationen, des Destinationsmanagements und Incoming-Tourismus im Kontext der Tourismuswirtschaft, - die Arten, Erfassung, Bewertung und Klassifikationsmöglichkeiten von Destinationen, - Angebote von Destinationen und deren Gestaltung - Ziele, Strukturen, Planungsaspekte, Angebotskoordinierung und Produktentwicklungen von Tourismusorganisationen, - das Management einer Destination mit jeweils konkreten Planungs-, Organisations-, Durchführungs- und Kontrollaspekten, - das Innen- und Außenmarketing von Destinationen (einschl. Aspekte der jeweiligen Interessensvertretungen durch Tourismusorganisationen), - die Finanzierungsmöglichkeiten des Destinationsmanagement anhand konkreter Praxisbeispiele. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Systemik und Komplexität des Managements von Destinationen und Tourismusorganisationen zu verstehen und deren wirtschaftliche Bedeutung in einer Region zu bewerten, - die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten im Destinationsmanagement praxisorientiert anzuwenden, - die Situation von Destinationen zu analysieren und zu bewerten, touristische Leitbilder, Marketingstrategien und Finanzierungskonzepte für Destinationen und deren Tourismusorganisationen zu entwickeln sowie zielgruppen-gerechte Produkte/Leistungen zu gestalten und wirksam zu vermarkten, - die Leistungspartner sowie Institutionen der regionalen Strategiebildung wie auch Wirtschaftsförderung zu benennen und mit diesen zielorientiert zusammenzuarbeiten. <p>Zu E-TW-SBW-05.2 (Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement)</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung und Besonderheiten der Reiseveranstalter- und Reisevertriebsbranche innerhalb der Tourismuswirtschaft, - den Reiseveranstaltermarkt in Deutschland wie auch dessen Struktur und Vernetzung, - die Elemente, Formen und Besonderheiten des Produktes Pauschalreisen, 						

- technologische Kernprozesse der Produkt- und Leistungserstellung von Reiseveranstaltern,
- Planungs-, Organisations-, Durchführungs- und Kontrollaspekte im Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement,
- die Kalkulation von Pauschalreisen,
- Strukturen und Prozesse der Reisedurchführung,
- Gästebetreuung, Reisenachbetreuung, Kunden- und Beschwerdemanagement,
- das strategische und operative Marketing im Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement,
- Aspekte des segmentspezifischen Controlling,
- zielgruppenspezifische und situationsadäquate Absicherung von Risiken aus Anbieter- und Nachfragersicht.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- das „Produkt Reise“ als Servicekette in seiner Abfolge systemisch zu begreifen,
- betriebliche Abläufe wie auch die Strukturierung von Managementbereichen der Reiseveranstalter und des Reisevertriebs zu analysieren und zu bewerten,
- die technologischen Grundprozesse des Produkt-Managements von der Feinplanung über Einkauf, Kalkulation und Pricing, Katalogerstellung entlang der gesamten Produktionskette zu verstehen und an praktischen Beispielen anzuwenden,
- die Veränderungen in der Vertriebsstruktur, insbesondere im wachsendem Onlinevertrieb zu bewerten,
- das Yield-Managements für den wirtschaftlichen Erfolg der touristischen Unternehmen zieladäquat anzuwenden,
- die Vertriebsstrukturen im stationären und nichtstationären Reisevertrieb zu kennen und veränderte Marktsituationen einzuschätzen sowie hierzu eigene Anwendungsstrategien zu entwickeln,
- das Marketing für Reiseveranstalter und den Reisevertrieb konzeptionell zu gestalten sowie das Reiseveranstalter- und Reisevertriebscontrolling konsequent anzuwenden.

Literatur:

Zu E-TW-SBW-05.1 (Destinationsmanagement)

- Bieger, T.: Management von Destinationen, München/Wien
 Dettmer u. a.(Hrsg.): Managementformen im Tourismus, München/Wien
 Eisenstein, Bernd: Grundlagen des Destinationsmanagements Taschenbuch, München/ Wien
 Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München/Wien
 Hertrei, M.: Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen, Wiesbaden
 Linkenbach, R.: Innenmarketing im Tourismus, Gerlingen
 Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Messkirch
 Pechlaner, H., Fischer, E. (Hrsg.): Strategische Produktentwicklung im Standortmanagement, Berlin
 Steinecke, A./ Hertrei, M: Destinationsmanagement, Stuttgart
 Wiesner, A.: Strategisches Destinationsmarketing, Messkirch

Zu E-TW-SBW-05.2 (Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement)

- Berg, W.: Tourismusmanagement, Ludwigshafen
 Born, K. / Bastian, H.: Der integrierte Touristik-Konzern, München/Wien
 Freyer, W. / Pompl, W.: Reisebüro-Management, München/Wien
 Groß, S.: Handbuch Tourismus und Verkehr, Stuttgart
 Hässel, G. / Bacher, P.: Besteuerung, Buchführung und Vertragsrecht der Reisebüros, München
 Freyer, W.: Tourismus, München/Wien
 Mundt, J.W.: Reiseveranstaltung, München/Wien
 Dettmer, H.: Tourismus-Management, München/Wien
 Wiesner, K. A.: Strategisches Tourismusmarketing, Berlin
 Kaiser, M.O. / Pechlaner, H. / Peters, M. / Weiermair, K. (Hrsg.): Unternehmertum im Tourismus, Berlin
 Schulz, A. / Weithöner, U. / Goecke, R (Hrsg.): Informationsmanagement im Tourismus, München/Wien

Lehrinhalte:

Zu E-TW-SBW-05.1 (Destinationsmanagement)

1. Grundfragen

- definitorische Grundlagen
- Klassifikationsmöglichkeiten, Erfassung und Bewertung von Destinationen
- Arten von Tourismusdestinationen
- Notwendigkeit und Besonderheiten des Destinationsmanagements

2. Zielgruppen für Tourismusdestinationen

- Arten und Bestimmungsfaktoren
- Segmentbildung
- Determinanten der Zielgruppenentscheidung(en) im Kontext des Profils von Destinationen
- Entwicklungstendenzen

3. Das Angebot der Destination

- die Anbieter in einer Destination
- ursprüngliches Angebot
- abgeleitetes Angebot
- sozial- und umweltverträgliche Gestaltung des touristischen Angebotes
- Entwicklungstendenzen

4. Tourismusorganisationen

- definitorische Grundlagen
- Ziele von Tourismusorganisationen (einschl. Vergleich zu Tourismusunternehmen)
- Planungsfunktion von Tourismusorganisationen (mit Methoden wie z. B. Stärken-Schwächen-Analyse und Leitbildentwicklung)
- Angebotskoordinierung und Produktentwicklung
- die vertikale Struktur der Tourismusorganisationen in Deutschland

5. Das Management einer Destination

- definitorische Betrachtungen (institutionelle und funktionelle Aspekte)
- Besonderheiten des Managements einer Destination
- Planungsfunktion (Geschäftsmodelle, Managementsysteme, Rechtsformen, Organisation, Kooperationen etc.)
- Außenmarketing einer Destination und dessen Besonderheiten (z. B. gegenüber dem Marketing eines Unternehmens)
- Innenmarketing als Aufgabe der Tourismusorganisation
- das Interessenssystem einer Destination und die Interessenvertretung durch die Tourismusorganisation
- die Touristinformation als „Visitenkarte“ der Destination (Aufgaben, Servicequalität etc.)

6. Finanzierung des Destinationsmanagements

- Einnahmen aus Abgaben (Kurbeitrag, Fremdenverkehrsabgabe u.a.)
- Einnahmen aus Subventionen (Fördermittel, Spenden)
- Einnahmen aus wirtschaftlicher Tätigkeit (Abgeltung v. Leistungen für Dritte, Einnahmen Nebenbetriebe, Mitgliedsbeiträge)
- Praxisbeispiel: Finanzplanung und -kontrolle in einem Tourismusverein

7. Praktische Anwendung (Fallbeispiele)

- Vermarktung Deutschlands als Reiseland (u.a. durch die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) etc.

Zu E-TW-SBW-05.2 (Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement)

1. Grundlagen des Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagements

- Tourismusentwicklung (Epochen, Einflussfaktoren)
- Reisemotive und Reiseverhalten (Reisetrends, touristische Kennzahlen, aktuelle Reiseziele)
- Akteure im Reisemarkt und deren Beziehungen (Reiseveranstalter, Reisemittler, touristische Leistungsträger, Reisekunden)

2. Reiseveranstalter

- Reiseveranstaltermarkt in Deutschland (Marktsituation, Markteinschätzungskriterien, Rangfolge deutscher Reiseveranstalter)
- Reiseveranstalter (Aufbau und Struktur eines Reiseveranstalters, Unterscheidungsformen, Ziele, Managementebenen)
- die Reisekonzerne TUI, Thomas Cook und DER-Touristik (Entwicklung, Aufbau, Markenportfolio, strategische Ausrichtung)
- große mittelständische Reiseveranstalter (FTI, Alltours, schauinsland-reisen)
- spezialisierte Reiseveranstalter (Studienreisen, Kreuzfahrten, Städtereisen, Wellness- und Gesundheitsreisen, Clubreisen, Ferienwohnungsanbieter)

3. Das Produkt Pauschalreisen

- Besonderheiten touristischer Produkte
- Elemente einer Pauschalreise
- Reiseformen und Differenzierungsmerkmale

4. Technologische Kernprozesse der Produkterstellung
 - Formen der Erstellung (klassische Erstellung, Bausteinverfahren, Dynamic packaging)
 - Ziele und Phasen des Produktmanagements
 - Detailplanung (Planungsschwerpunkte, Marktforschung, Feinstruktur der Planung)
 - Einkauf von Leistungen
 - Zielgebietsorganisation
 - Kataloggestaltung, -produktion und Katalogdistribution
5. Kalkulation von Pauschalreisen
 - Grundprinzipien der Reisepreiskalkulation
 - Möglichkeiten der Preisdifferenzierung
 - Einflussfaktoren der Preisbildung
 - Reisepreiskalkulationen (Übung)
6. Die Reisedurchführung
 - Teilprozesse der Reisedurchführung
 - der Reisekunde als individuelle Persönlichkeit
 - Kunden- und Beschwerdemanagement
 - Nachbetreuung und Kundenbindung
7. Das operative Marketing der Reiseveranstalter
 - Marketingziele der Reiseveranstalter
 - Produkt- und Leistungs politik (Markenstrategie)
 - Preispolitik (Reisepreisdifferenzierungen, Preisstrategien, Einkaufspolitik etc.)
 - Distributionspolitik (Vertriebswege, Vertriebsstrategien etc.)
 - Kommunikationspolitik (Werbung, PR, Sponsoring etc.)
 - neue Marketingstrategien von Reiseveranstaltern
8. Reisevertrieb
 - Strukturen des Reisevertriebs (direkte und indirekte Vertriebswege)
 - Klassische Reisebüros (Arten von Reisebüros, Vertriebsformen)
 - Reisebüroallianzen
 - Vertriebsstrukturen und Vertriebsmarken der großen Reiseveranstalter
 - neue Vertriebsmodelle (mobile Reisemittler, Konkurrenten branchenfremder Anbieter)
9. Distributionsmanagement
 - Touristische Vertriebssysteme (GDS, CRS, Inhouse-System)
 - Online- und Internetvertrieb
 - Informations- und Vergleichsportale
10. Rechtliche Aspekte des Reisevertriebs
 - Rechtsbeziehungen zwischen Reiseveranstalter, Reisemittler und Reisekunden
 - Inhalte eines Agenturvertrages
 - Vergütungssysteme
11. Reiseveranstalter- und Reisebüro-Controlling
 - Prozesskostenanalyse
 - Steuerungskennziffern
 - Ertragsmanagement durch Verkaufssteuerung,
 - Musterberechnungen (Übung)
12. Reiseversicherungen
 - Strategien in Umgang mit Risiken
 - Versicherungsschutz für Reiseanbieter/Reisevermittler
 - Reiseversicherungen für Reisekunden

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-TW-SBW-06		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Vertiefende Managementfelder des Tourismus / Advanced Management Topics in Tourism			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 110	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 3	
Lehrform: Vorlesung / Seminar		Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann / Prof. Dr. Niebergall				
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 150	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-SBW-06.1	Vertiefendes Hotelmarketing und Controlling			60	6	V/S
E-TW-SBW-06.2	Qualitätsmanagement			30	6	V/S
E-TW-SBW-06.3	Nachhaltigkeitsmanagement			20	6	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-TW-SBW-06.1 (Vertiefendes Hotelmarketing und Controlling) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Hotelmarketing als Dienstleistungsmarketing mit dessen Besonderheiten und Anwendungs-Implicationen insbesondere bei der Produktion und dem Absatz von Hoteldienstleistungen, - die Basiselemente einer Marketing-Konzeption für Hotels sowie deren komplexen Bezugsrahmen, - die Möglichkeiten und Maßnahmen einer fundierten Situationsanalyse im Hotelmarketing, die Marketingziel- und -strategienfestlegung wie auch die zielgruppenspezifische und situationsadäquate Kombination und Koordination des zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentariums für Hotels, - ausgewählte Verhaltens- und Informationsaspekte primär im Gästesegment (B2C), B2B-Segment (u.a. in Bezug auf Reiseveranstalter), Segment Kinder und Jugendliche, Segment Best Ager sowie im Ethnomarketing, - Aspekte des Kundenbeziehungsmanagements in Hotels und der Implementierung von CRM-Konzeptionen, - die Möglichkeiten und konzeptionelle Umsetzung des Internet- und Online-Marketing in Hotels, - ethische Gesichtspunkte im (Hotel-)Marketing, - Inhalte, Ziele, Aufgaben, Planung, Organisation und Durchführung des Controlling in Hotels, - die Implementierung von Informationssystemen als Grundlage eines effizienten Hotelcontrollings, - Instrumente, Kennziffern und Indikatoren im Hotelcontrolling, - die Kalkulation und Budgetierung in der Hotellerie (mit praktischen, segmentbezogenen Anwendungen). <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Spezifik des Hotelmarketing in dessen Systemik zu erfassen, - das Marketing für Hotels - aufbauend auf den Kenntnissen der Module Hotelmanagement und Marketing - branchen- und sektorenspezifisch zu gestalten sowie planvoll umzusetzen und dabei die jeweiligen Elemente der Marketing-Konzeption adäquat zu integrieren, - die jeweiligen Potentiale von möglichen Zielgruppen des Hotelmarketing zu erkennen und diese adäquat zu nutzen, - die Bedeutung des Internet- und Onlinemarketing für Hotels zu erfassen und segmentspezifisch anzuwenden, - betriebswirtschaftliche Fragestellungen auch im Kontext ethischer Gesichtspunkte zu betrachten, - die Besonderheiten des Controlling im Hotelbetrieb zu identifizieren und dieses segmentspezifisch anzuwenden. <p>Zu E-TW-SBW-06.2 (Qualitätsmanagement) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Struktur, Qualität und Qualitätsmerkmale von touristischen Produkten und Leistungen, - die Ziele, Bedeutung, Besonderheiten, Systeme und Modelle des Qualitätsmanagements im Tourismus, - die Servicequalität im Tourismus und deren Messung, - Aspekte des Reklamationsmanagements und dessen Anwendung, - die Planung, Organisation und Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in einem touristischen Unternehmen/einer touristischen Institution, 						

- Möglichkeiten und konkrete Anwendungen von Zertifizierungen und Qualitätsauszeichnungen im Tourismus.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- die Bedeutung und Dynamik der Qualität und des Qualitätsmanagements als entscheidenden Erfolgsfaktor für touristische Unternehmen/Institutionen zu identifizieren und zu bewerten,
- die Komplexität des Qualitätsmanagements zu analysieren,
- die Teilfunktionen des Qualitätsmanagements und die Elemente eines Qualitätsmanagementsystems anwendungsbezogen zu durchdringen,
- Qualitätsaudits und die Instrumente, Methoden und Verfahren des Qualitätsmanagements anzuwenden,
- Aussagen zu treffen zur Zertifizierung des touristischen Unternehmens/der touristischen Institution mit Hilfe von Qualitätsmanagementsystemen,
- die Vorbereitung, Durchführung und Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in einem touristischen Unternehmen/einer touristischen Institution aktiv zu begleiten.

Zu E-TW-SBW-06.3 (Nachhaltigkeitsmanagement)

Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über

- die Bedeutung und die Potentiale des Themas Nachhaltigkeit im Tourismus/in touristischen Unternehmen und Institutionen,
- die Grundprinzipien einer nachhaltigen Entwicklung und deren Anforderungen an einen nachhaltigen Tourismus sowie ein effizientes Nachhaltigkeitsmanagement,
- die ökologische, ökonomische, soziale und kulturell-ethnische Perspektive der Nachhaltigkeit und deren Herausforderungen bzw. Anforderungen an ein effizientes Nachhaltigkeitsmanagement,
- die Planung, Organisation, Durchführung, Steuerung und Kontrolle eines effizienten Nachhaltigkeitsmanagements.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- die Bedeutung der Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements für touristische Unternehmen/Institutionen nicht nur im Kontext der sich verändernden Umfeldbedingungen auf lokaler und globaler Ebene zu identifizieren und zu bewerten,
- die wesentlichen Säulen der Nachhaltigkeit in einer komplexen und systemischen Verbindung von Ökonomie, Ökologie und Soziales zu analysieren,
- das Nachhaltigkeitsmanagement im Gesamtprozess des Managements touristischer Unternehmen und Institutionen situations- und aufgabenadäquat zu integrieren und anzuwenden.

Literatur:

Zu E-TW-SBW-06.1 (Vertiefendes Hotelmarketing und Controlling)

Dettmer u.a.: Controlling im Food & Beverage-Management, München/Wien

Dettmer, H. , Hausmann, T., Kloss, I., Meisl, H., Weithöner, U.: Tourismus-Marketing-Management, München

Dettmer, H. / Hausmann, T.: Rechnungswesen/Controlling in der Hotellerie und Gastronomie, Hamburg

Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München/Wien

Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München/Wien

Gardini, M. A.: Mit der Marke zum Erfolg. Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Matthaes, Stuttgart

Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management, Frankfurt a.M.

Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie. Oldenbourg Verlag, München/Wien

Gewald: Controlling in der Hotellerie, München/Wien

Hänssler (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. München/Wien

Henschel: Hotelmanagement. München/Wien

Henselek, H.: Hotelmanagement. Planung und Kontrolle. München/Wien

Hotelverband Deutschland, Hotelmarkt, jährliche Branchenreports

Hotelverband Deutschland, Hotellerie in Zahlen (jährliche Ausgabe)

Huber: Controlling im Hotel- und Restaurantbetrieb. Wien

Jahns, C.; Schöffler, C.; Walter, S.: Einkauf in der Hotellerie, Status und Perspektiven in der 3- bis 5-Sterne-

Hotellerie, Executive Report, Verl. Wissenschaft & Praxis

Kotler, P. / Bowen, J. / Makens, J.: Marketing for Hospitality and Tourism. New Jersey

Pfleger, A.: Housekeeping Management im Hotel. Linz

Rudolph, H.: Tourismus-Betriebswirtschaftslehre, München/Wien

Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie. Frankfurt a.M.

Schöffler, C.: Supply Management in der Hotelbranche. Wiesbaden

Wölfl, Mert, Khom u.a.: Rezeption Frontoffice Management im Hotel. Linz

Zu E-TW-SBW-06.2 (Qualitätsmanagement)

Benes, G. / Groh, P. E.: Grundlagen des Qualitätsmanagements: mit 45 Tabellen und 228

Lernerfolgskontrollfragen, München

Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Heidelberg

Brüggemann, H. / Bremer, P.: Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM, Wiesbaden
 Brunner, F. J. / Wagner, K. W. : Qualitätsmanagement. Leitfaden für Studium und Praxis, München
 Fritz, H.; Herrmann, J. (2016): Qualitätsmanagement - Lehrbuch für Studium und Praxis, München
 Kaminske, G. F.: Handbuch QM-Methoden. Die richtige Methode auswählen und erfolgreich umsetzen, München
 Müller, H: Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Stuttgart/Bern/Wien
 Pechlaner, H.: Qualitätsmanagement im Tourismus, Wien
 Pompl, W. / Lieb, G.: Qualitätsmanagement im Tourismus, München/Wien
 Rothlauf, J.: Total Quality Management in Theorie und Praxis. Zum ganzheitlichen Unternehmensverständnis. München
 Stauss, B. / Seidel, W. (2014): Beschwerdemanagement. Unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe, München
 Zeithaml/Parasuraman/Berry: Qualitätsservice. Was Ihre Kunden erwarten, was sie leisten müssen, Frankfurt a.M./NewYork
 Zollondz, H.-D.: Grundlagen Qualitätsmanagement. Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, München

Zu E-TW-SBW-06.3 (Nachhaltigkeitsmanagement)

Baumast, A. / Pape, J.: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart
 Dillerup, R. / Stoi, R.: Unternehmensführung, München
 Leßmann, S.: Determinanten der Nachhaltigkeit, Berlin/Heidelberg
 Rein, H. / Strasdas, W.: Nachhaltiger Tourismus, Stuttgart
 Wilkens, S.: Effizientes Nachhaltigkeitsmanagement, Wiesbaden
 Würdenweber, M.: Nachhaltigkeitsmanagement. Grundlagen und Praxis unternehmerischen Handelns, Stuttgart

Lehrinhalte:

Zu E-TW-SBW-06.1 (Vertiefendes Hotelmarketing und Controlling)

1. Grundlagen des Hotelmarketing
 - touristische Grundfragen und definitorische Ausgangsbetrachtungen
 - Anspruchsgruppen im Hotelmarketing
 - Leistungsträger des Hotelmarketing
 - Entwicklung und gegenwärtiger Stand des Hotelmarketing
 - die planvolle Umsetzung des Hotelmarketing über die Elemente der Marketing-Konzeption
2. Hotelmarketing als Dienstleistungsmarketing
 - Besonderheiten der Produktion von Hoteldienstleistungen
 - Besonderheiten beim Absatz von Hoteldienstleistungen
 - Relationship-Marketing als Konzept des Hoteldienstleistungsmarketing
3. Hotelmarketing und Situationsanalyse (institutionelle Vertiefung)
 - Grundfragen der hotelspezifischen Situationsanalyse
 - der Prozess der Markt- und Marketingforschung
 - Relevante Informationsbereiche der Markt- und Marketingforschung von Hotels (einschließlich Potentialanalyse, Wettbewerbsanalyse, Benchmarking, Gäste-/Kundenanalyse, Umfeldanalyse sowie daraus abgeleitete Analysen)
 - ausgewählte Betrachtungsbereiche der Situationsanalyse im Hotelmarketing
4. Ziele und strategische Optionen im Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
 - Zielsetzungen als Ausgangspunkt strategischer Entscheidungen
 - die Bestimmung und Festlegung von Marketingzielen in Hotels (prozessuale Betrachtung)
 - die Bestimmung und Festlegung von Marketingstrategien in Hotels
 - ausgewählte Marketingstrategieoptionen in Hotels (Betrachtung und segmentspezifische Anwendung u.a. von Marktfeldstrategien, Marktstimulierungsstrategien, Marktparzellierungsstrategien, Marktarealstrategien, Markteintrittsstrategien, Kooperationsstrategien etc.)
 - strategische Gestaltung mittels Portfolios (exemplarische Betrachtung)
5. Ausgewählte Verhaltens- und Informationsaspekte des Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
 - Gästeverhalten und dessen Beeinflussung (prozessuale Betrachtung)
 - Hotelmarketing und organisationales Kaufverhalten (Formen, relevante Akteure für Hotels, Determinanten, organisationaler Kaufentscheidungsprozeß etc.)
 - Kinder und Jugendliche als Zielgruppe des Hotelmarketing
 - Herausforderung "Generation Y" und folgende
 - Best Ager als Zielgruppe des Hotelmarketing
 - Ethnomarketing - Herausforderung in der "Multikultigesellschaft"

6. Gestaltung und Umsetzung des Hotelmarketing-Mix (institutionelle Vertiefung)

- Grundfragen
- Ausgewählte Aspekte der Gestaltung und Umsetzung der Produkt- und Leistungs politik im Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
- Ausgewählte Aspekte der Gestaltung und Umsetzung der Preis- und Konditionenpolitik im Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
- Ausgewählte Aspekte der Gestaltung und Umsetzung der Distributionspolitik im Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
- Ausgewählte Aspekte der Gestaltung und Umsetzung der Kommunikationspolitik im Hotelmarketing (institutionelle Vertiefung)
- Zusatzaspekte der Gestaltung und Umsetzung des Hotelmarketing-Mix (u.a. Standortpolitik, Prozesspolitik und Personalpolitik in Hotels)

7. Kundenbeziehungsmanagement

- Grundfragen
- die CRM-Konzeption und deren Anwendung in Hotels
- der Gast/Kunde als Basis und Ziel des CRM
- ausgewählte CRM-Komponenten und deren Anwendung in Hotels
- Kundenbindungsprogramme
- Beschwerdemanagement im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements

8. Internet- und Online-Marketing (institutionelle Vertiefung)

- Grundfragen
- Konzeptionelle Umsetzung des Internet- und Online-Marketing in Hotels
- Unternehmenshomepage
- E-Mail-Marketing (einschl. Newsletter)
- Bannerwerbung
- Suchmaschinen-Marketing
- Social Media-Marketing

9. Ethische Gesichtspunkte im (Hotel)Marketing

- Grundfragen
- Problembereiche unternehmerischer Leitbilder
- ethische Aspekte der Informationsgewinnung/Marketingforschung
- ethische Aspekte der Gestaltung und Umsetzung des Marketing-Mix

10. Controlling in Hotels

- definitorische Grundlagen, Bedeutung, Ziele, Aufgaben, Abgrenzung
- der Controller in der Unternehmensorganisation eines Hotels
- Informationssysteme als Grundlage eines effizienten Hotelcontrollings
- strategisches und operatives Hotelcontrolling
- Controllinginstrumente, Kennziffern und Indikatoren in der Hotellerie (Kennzahlen für den Gesamtbetrieb, Kennzahlen für den Beherbergungsbereich, Kennzahlen für den Gastronomiebereich)
- Implementierung von Zielen und Strategien durch die Balanced Scorecard
- Instrumente der Erfolgsrechnung in Hotels

11. Kalkulation von Beherbergungsleistungen

- Divisionskalkulation
- Äquivalenzziffernkalkulation
- Hubbart-Methode

12. Budgetierung in der Hotellerie

- Grundlagen
- betriebliche Budgetvorgaben
- Budgetierung Beherbergung
- Budgetierung nach der Deckungsbeitragsrechnung
- Maßnahmen zur aktiven Gewinnsteuerung

13. Aktuelle Aspekte und Problembereiche

Zu E-TW-SBW-06.2 (Qualitätsmanagement)

1. Grundfragen

- definitorische Grundlagen, Systematisierung von Dienstleistungen, Besonderheiten der Erstellung und des Absatzes von Dienstleistungen/touristischen Dienstleistungen

- Qualität und Qualitätsmerkmale touristischer Produkte/Leistungen
 - Ziele, Bedeutung und Besonderheiten des Qualitätsmanagements im Tourismus, Struktur der Qualität im Tourismus
 - theoretische Betrachtung und Analyse des Qualitätsmanagements und dessen Systeme
2. Vorstellung verschiedener Modelle zur Erfassung der Qualität
- Erwartungsdrehbücher und Serviceketten eines Qualitätsmanagementsystems: Identifikation von Erwartungsdrehbüchern, Erarbeitung interner und externer Serviceketten, Bestimmung betrieblicher Leistungselemente, Definition der Kunden-erwartungen
 - Übungen zu verschiedenen Modellen wie dem GAP-Modell von Parasuraman/Zeithaml/Berry oder dem Kundenzufriedenheitsmodell von Stauss/Neuhaus
3. Servicequalität im Tourismus und Messung von Dienstleistungsqualität
- definatorische Betrachtungen
 - Messmethoden im Überblick
 - Erläuterung und Durchführung von verschiedenen Messverfahren, z. B. SERVQUAL-Ansatz, Fishbone-Analyse
4. Reklamationsmanagement: Reklamationen als Chance für den Erfolg, professionelle Bearbeitung von Reklamationen, Analyse von Reklamationen und praktische Umsetzung
5. Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in einem touristischen Unternehmen/einer touristischen Institution
- Vorstellung verschiedener Ansätze und Modelle wie TQM, ISO-Norm 9001, EFQM-Modell
 - Beispiel eines Qualitätsmanagementprojektes in einem ausgewählten touristischen Unternehmen/einer ausgewählten touristischen Institution
 - Erarbeitung eines möglichen Qualitätsmanagementsystems am Beispiel des Praxisunternehmens (Gästeorientierung, Umweltorientierung, Führungsqualität und Mitarbeitermotivation, Erstellung von Maßnahmenplänen, Definition von Organisations- und Ablaufplänen, Durchführung, Umsetzung von Kontrolle)
6. Zertifizierungen und Qualitätsauszeichnungen im Tourismus
- Begriffe, Grund für eine Zertifizierung, Rahmenbedingungen der Zertifizierung, Prozess der Zertifizierung
 - Erläuterung touristischer Qualitätsauszeichnungen
7. Praktische Anwendung
- Zu E-TW-SBW-06.3 (Nachhaltigkeitsmanagement)
1. Grundfragen
- Einführung und Sensibilisierung zum Thema Nachhaltigkeit (u.a. im Kontext Mobilität, Erhaltung von Natur, Kultur und Kulturgütern, soziale Arbeitsbedingungen, Werteorientierung, lokale Wertschöpfung, Verbrauch von Ressourcen etc.)
 - definatorische Grundlagen
 - Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung
 - Ressourcen und Auswirkungen des Tourismus
 - Anforderungen an einen nachhaltigen Tourismus
2. Die ökologische Perspektive
- ökologische Ziele und Nachhaltigkeit einschl. Implementierung d.s. im Zielsystem der touristischen Unternehmung/Institution
 - ökologische Ressourcen und Nachhaltigkeit
 - Generationengerechtigkeit
3. Die ökonomische Perspektive
- ökonomische Ziele und Nachhaltigkeit (u.a. systemische Betrachtung im mittel- bis langfristigen Kontext)
 - Nachhaltigkeit im Kontext von ökonomischen Umwelten, Wettbewerb, Renditen und Risiken etc.
4. Die soziale Perspektive
- soziale Ziele und Nachhaltigkeit (u.a. systemische Betrachtung im mittel- bis langfristigen Kontext)
 - Nachhaltigkeit im Kontext von Partnerschaft, Fairness, Gerechtigkeit, Aufrichtigkeit und Toleranz etc.
5. Die kulturell-ethnische Perspektive
- kulturell-ethnische Ziele und Nachhaltigkeit (u.a. systemische Betrachtung im mittel- bis langfristigen Kontext)
 - Nachhaltigkeit im Kontext des Erhalts von kulturell-ethnischen Besonderheiten, Kulturgütern etc.
6. Planung, Umsetzung und Steuerung des Nachhaltigkeitsmanagements

-
- Grundfragen und Voraussetzungen, Aufgaben und Anforderungen
 - Bestandteile der Planung, Strukturen
 - Ablaufplanung
 - Einsatzmittel-, Ressourcen- und Kapazitätsplanung
 - Personalplanung
 - Aufwands- und Kostenplanung
 - Steuerungsinstrumente
 - Aspekte der Fortschrittmessung, Terminkontrolle
 - Aufwands- und Kostenkontrolle
 - Zertifizierung
 - Nachhaltigkeitsmessung und -bewertung
 - Nachhaltigkeits-Reporting

7. Aktuelle Aspekte und Problembereiche des Nachhaltigkeitsmanagements

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Profilmodule		
Code: E-TW-PRO-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Marktforschung, Projektmanagement und Digitalisierung im Tourismus / Market Research, Project Management and Digitalisation in the Touristic Industry			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 90	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 3	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen: Die Art der Prüfungsleistung wird durch den jeweiligen Studienrichtungsleiter festgelegt.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-PRO-01.1	Marktforschung im touristischen Kontext			30	2	V/S
E-TW-PRO-01.2	Prozessmanagement und Digitalisierung im Tourismus			30	3	V/S
E-TW-PRO-01.3	Projektmanagement			30	3	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-TW-PRO-01.1 (Marktforschung im touristischen Kontext) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung und Notwendigkeit der Informationsversorgung von Entscheidungsträgern touristischer Unternehmen/Institutionen, - wesentliche Quellen der Sekundärforschung im touristischen Kontext, - die Planung, Organisation und Durchführung segmentspezifischer Methoden der Primärforschung im touristischen Kontext wie auch deren Auswertung/Präsentation. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informationsgewinnungsprozesse für den eigenen touristischen Leistungsträger, auch im Kontext der Tourismuswirtschaft als Ganzes, zielorientiert zu realisieren, - Fragebögen zielgerichtet zu erstellen (einschl. Planungs- und Gestaltungsaspekte, anwendbare Frageformen), - die verschiedenen Skalenformen und Codierungen eines Fragebogens adäquat anzuwenden, - Daten nach verschiedenen Fragestellungen auszuwerten, den Funktions-, Diagramm- und Pivot-Tabellenassistenten von Excel einzusetzen sowie die Ergebnisse im Kontext marketingrelevanter Zielsetzungen zu interpretieren. <p>Zu E-TW-PRO-01.2 (Prozessmanagement und Digitalisierung im Tourismus) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung des Prozessmanagements für touristische Unternehmen und Institutionen als spezifische Organisationsform nicht zuletzt vor dem Hintergrund sich verändernder Märkte sowie komplexerer Wirtschaftsstrukturen, - Methoden und Werkzeuge der Prozessorganisation sowie Prozessmodellierung, - die vielschichtigen Potenziale und Prozesse der Digitalisierung im Tourismus sowie damit einhergehenden Änderungen von Kommunikationsstrukturen, Arbeitsabläufen, Geschäftsmodellen und Vernetzungen der Wertschöpfungsketten. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - das Prozessmanagement als relevanten Lösungsweg für die Optimierung betrieblicher Abläufe zu begreifen und anzuwenden, wobei typische Phasen des Business Process Reengineerings konzeptionell und anwendungsbezogen durchdrungen werden, - digitale Prozesse innerhalb des jeweiligen touristischen Leistungsträgers sowie außerhalb der Tourismuswirtschaft als Ganzes im Kontext eines multidimensionalen Verkaufssystems, effizienten Gästeservice, Datenmanagements, Bestellmanagements wie auch eines zielführenden und komplexen Marketing anzuwenden. 						

Zu E-TW-PRO-01.3 (Projektmanagement)

Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über

- die Bedeutung des Projektmanagements für touristische Unternehmen und Institutionen als spezifische Organisationsform nicht zuletzt vor dem Hintergrund sich verändernder Märkte sowie komplexerer Wirtschaftsstrukturen,
- grundlegende Aspekte der Projektinitiierung und Projektstartphase,
- die Inhalte, Aufgaben und Prozesse der Projektorganisation, Projektplanung, Projektsteuerung,
- den systematischen Projektabschluss im touristischen Kontext wie auch querschnittsbezogene Aspekte im Projektmanagement.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- Projektmodelle, Projektmanagement-Methoden sowie -Werkzeuge zu analysieren,
- das Projektmanagement als systematischen, zyklisch verlaufenden Lösungsweg konkreter Aufgaben zu begreifen und anzuwenden, wobei die Projektinitiierung, Projektorganisation, Projektplanung, Projektsteuerung und der Projektabschluss konzeptionell und anwendungsbezogen durchdrungen werden,
- den Informationsprozess bei Projekten zu erfassen und Projekte situations- und aufgabenadäquat zu dokumentieren.

Literatur:

Zu E-TW-PRO-01.1 (Marktforschung im touristischen Kontext)

Herrmann, A. / Homburg, C. / Klarmann, M.: Handbuch Marktforschung. Methoden-Anwendungen-Praxisbeispiele, Wiesbaden
 Magerhans, A.: Marktforschung. Die Basics der Marktforschung innovativ aufbereitet, Berlin/Heidelberg
 Reiter, G. / Matthäus, W.-G.: Marktforschung und Datenanalyse mit Excel, München
 Tourismusstatistiken, u.a. des Statistischen Bundesamtes, Thüringer Landesamtes für Statistik, der TTG-Thüringer Tourismus GmbH etc.

Zu E-TW-PRO-01.2 (Prozessmanagement und Digitalisierung im Tourismus)

Becker, J / Algermissen, L. / Falk, Thorsten: Prozessorientierte Verwaltungsmodernisierung, Berlin
 Fließ, S.: Prozessorganisation in Dienstleistungsunternehmen, Stuttgart
 Fraunhofer-Institut IML: Digitalisierung im Tourismus in Bayern. Ein Handlungsleitfaden für Tourismusdestinationen, München/Prien am Chiemsee (www.hubermmedia.de)
 Gaitanides, M.: Prozessorganisation, München
 Landvogt / Brysch / Gardini: Tourismus - E-Tourismus - M-Tourismus, Herausforderungen und Trends der Digitalisierung im Tourismus, Berlin
 Müller, J.: Workflow-based Integration, Berlin
 Schulz, A / Weithöhner, U / Egger, R / Goecke, R: eTourismus: Prozesse und Systeme, Berlin
 Seidlmeier, H.: Prozessmodellierung mit ARIS, Wiesbaden
 Tourismusnetzwerk Thüringen: Digitaler Wandel im Tourismus, Erfurt (www.tourismusnetzwerk-thueringen.de)

Zu E-TW-PRO-01.3 (Projektmanagement)

Bergmann, R. / Garrecht, M.: Organisation und Projektmanagement, BA Kompakt, Heidelberg
 Drews, G. / Hillebrand, N.: Lexikon der Projektmanagement-Methoden, München
 Ewert, W. / Janßen, W. / Kirschnick, D. / Papenheim, H. / Schwellach, G.: Handbuch Projektmanagement Öffentliche Dienste, Bremen
 Gessler, M. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement, Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung auf Basis der IPMA Competence Baseline Version 3.0, GPM Deutsche Ges. für Projektmanagement
 Litke, H.-D. (Hrsg.): Projektmanagement - Handbuch für die Praxis, München
 Olfert, K.: Kompakt-Training Projektmanagement, Ludwigshafen
 Schelle, H. / Ottmann, R. / Pfeiffer, A.: ProjektManager, GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement

Lehrinhalte:

Zu E-TW-PRO-01.1 (Marktforschung im touristischen Kontext)

1. Erstellung eines themenadäquaten und zielgruppenspezifischen Fragebogens
 - Bestimmung der Themenrelevanz und Zielgruppe(n)
 - Fragebogaufbau/Fragebogengestaltung
 - Codierung und Dateneingabe
2. Univariate Datenanalyse
 - Häufigkeitstabellen und Abbildungen
 - Mehrfachantworten und Abbildungen
 - Analyse von Kennzahlen (Mittelwert, Standardabweichung, Median)
 - Analyse von Untergruppen

3. Bivariate Datenanalyse

- Kreuztabellen mit Pivot-Tabellenassistent
- Kreuztabellen mit drei Variablen
- Chi-Quadrat-Test
- Korrelationsrechnung
- T-Test für Mittelwerte
- Kundenbindungsmodelle

4. Interpretation der Ergebnisse im Kontext marketingrelevanter Zielsetzungen und praktische Anwendungen

Zu E-TW-PRO-01.2 (Prozessmanagement und Digitalisierung im Tourismus)

1. Grundfragen

- Grundlagen der prozessorientierten Organisation und des Prozessmanagements
- Bedeutung und Notwendigkeit der Digitalisierung und digitaler Prozesse für den Tourismus
- Herausforderungen der Digitalisierung für touristische Leistungsträger
- Prozessorganisation und Ablauforganisation, auch im Kontext der Digitalisierung
- Optimierungskriterien des Prozesskonzeptes: Prozessgegenstand/Leistung, Sachlogik, Durchlaufzeit, Ressourceneinsatz/Aufwand/Kosten, Arbeitsteilung
- Maßnahmen der Prozessoptimierung
- Prozessbetrachtung in Wertschöpfungsketten-Modellen

2. Business Process Reengineering (BPR)

- Phasenkonzept des Business Process Reengineering (BPR): Prozessidentifikation, -analyse, -design, -implementierung
- Prozessregister, Prozesslandschaft

3. Prozessmodellierung

- Grundlagen der Prozessmodellierung, Modellierungsebenen, Prozessentwicklungsmethoden
- Darstellungsmittel zur Prozessmodellierung
- ausgewählte Aspekte der praktischen Umsetzung der Prozessorganisation
- Prozessdokumentation im Rahmen der Unternehmens-Compliance
- IT-Unterstützung der Geschäftsprozessoptimierung für Prozessdesign sowie zur Prozessimplementierung
- Übersicht wichtiger Modellierungsmethoden
- Flussdiagramme
- ereignisgesteuerte Prozessketten als Modellierungselement der Beschreibungsebenen im Rahmen der Architektur integrierter Informationssysteme

4. Ausgewählte Einzelaspekte und Praxisanwendungen

- Workflow-Management
- Online Strategien und Trends interorganisationaler Prozesse im Rahmen von Kooperationen und Netzwerken
- digitale Prozess- und Serviceoptimierung (einschl. Standardisierung von Prozessen)
- Digitalisierung im Kontext des Bestellmanagements
- digitaler Vertrieb (Planung und Buchung)
- mobile Informationen
- Inspirationen und Location Based Service
- Beacon Technologie
- Virtual Reality
- Augmented Reality
- Customer Journey (Dreaming, Planning, Booking, Experiencing, Social Media und Blog)
- Entwicklung der digitalen Trends

Zu E-TW-PRO-01.3 (Projektmanagement)

1. Grundfragen

- definitorische Grundlagen (Projekt, Projektmanagement, Projektkriterien/Projektarten, Projektphasenmodell/ Projekterfolgskriterien)

2. Projektinitiierung, Projektstartphase

- Situations- und Umfeldanalyse
- Stakeholderanalyse
- Risikoanalyse/-management
- Risikoarten
- Projektzielhierarchie
- Projektergebnis-Beschreibung (Projekterfolg/Anforderungsermittlung/Leistungsumfang/Spezifikation/Abgrenzung, Projektantrag/Projektauftrag/Kick-off-Meeting)

3. Projektorganisation

- Einzelprojektorganisation, Teamstruktur, interne/externe Rollen
- Projektleiter: Aufgaben, Qualifikationsanforderungen
- Rahmenprojektorganisation: Arten sowie Vor- und Nachteile, Auswahlkriterien
- Ablauforganisation: ausgewählte Formen von Vorgehensmodellen
- typische Elemente der Projektdokumentation

4. Projektplanung

- Grundfragen und Voraussetzungen, Aufgaben und Anforderungen
- Bestandteile der Projektplanung
- Projektstrukturplan, Arbeitspakete
- Ablauf- und Terminplanung, Grundlagen der Netzplantechnik, Gantt-Diagramme, Meilensteinplan
- Einsatzmittel-, Ressourcen- und Kapazitätsplanung
- Personalplanung
- Aufwands- und Kostenplanung
- relevante sonstige Projektpläne

5. Projektsteuerung

- Komponenten
- Fortschrittsgrad, Attribute des Projektfortschritts, Fortschrittsdiagramm
- Probleme der Fortschrittsmessung, Terminkontrolle, Meilenstein-Trend-Analyse
- Aufwands- und Kostenkontrolle
- Formen der Einflussnahme bei Abweichungen
- Änderungsmanagement
- spezifische Formen des Projektberichtswezens, typische Kommunikationsprobleme

6. Systematischer Projektabschluss

- Projektevaluierung
- typische Einzelmaßnahmen der Projektübergabe
- Projektauswertung, Projektlernen/Projektrevision
- Abschlussbericht
- Ursachen für Projektmisserfolg

7. Ausgewählte Querschnittsthemen

- Softwareunterstützung im Projektmanagement
- Projektmarketing
- rechtliche Aspekte in Projekten
- Multiprojektmanagement

8. Praxisanwendungen für touristische Unternehmen/Institutionen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Profilmodule		
Code: E-TW-PRO-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Tourismusgeografie und Marketing-Fallstudien / Tourism Geography and Marketing Case Studies			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 70	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen: Die Art der Prüfungsleistung wird durch den jeweiligen Studienrichtungsleiter festgelegt.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-PRO-02.1	Tourismusgeografie			30	4	V/S
E-TW-PRO-02.2	Marketing-Fallstudien des Tourismus			40	5	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-TW-PRO-02.1 (Tourismusgeografie) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - tourismusgeografische Aspekte im Kontext von touristischen Entscheidungen und des Marktumfeldes des Tourismus, - Tourismusdestinationen mit deren räumlichen Verflechtungen, Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken - ausgewählte, aus deutscher Sicht wichtige Tourismusdestinationen in Deutschland, Europa und der Welt mit deren jeweiligen Spezifika. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - touristisch relevante Grundbegriffe und Zusammenhänge der Geografie sowie adäquate Untersuchungs- bzw. Beurteilungskriterien für Tourismusgebiete zu benennen und situationsadäquat anzuwenden - vom Tourismusstandort Deutschland ausgehend wichtige touristische Zielgebiete Europas, Amerikas, Afrikas, Asiens wie auch des pazifischen Raumes mit deren Spezifik zu benennen - die jeweils individuelle Bedeutung touristischer Destinationen in die konkreten Geschäftsfelder des eigenen Leistungsträgers einordnen. <p>Zu E-TW-PRO-02.2 (Marketing-Fallstudien des Tourismus) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Elemente der Marketing-Konzeption in deren komplexer Verbindung und praktischen Anwendung auf fiktive Fallstudien touristischer Unternehmen/Institutionen (in Vertiefung der Kenntnisse aus dem Modul "Marketing") - die Systemik des Marketing, welche primär auf einer komplexen und systematischen Analyse der gegebenen unternehmensin- und -externen Rahmenbedingungen, der Bestimmung der Ziele und Festlegung der relevanten strategischen Optionen, dem zielgruppenspezifisch und situationsadäquat zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentarium wie auch eines effizienten Marketing-Controlling basiert, - das "Handwerkszeug" zur Planung und Durchführung einer zielorientierten Pressearbeit - den internen Aufbau von Medienredaktionen und die journalistischen Grundsätze der Medienbranche, um dadurch auf eine vertrauensvolle und berechenbare Zusammenarbeit mit Medienvertretern in ihren zukünftigen Tätigkeitsbereichen vorbereitet zu sein. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - vorgegebene Problemlagen des Marketing touristischer Unternehmen/Institutionen im Rahmen eines fiktiven Führungsteams zu bearbeiten und darauf aufbauend situationsadäquate Lösungsansätze zu erstellen und diese problemindividuell zu präsentieren, - ihr bereits im Modul "Marketing" gewonnenes Wissen praxisorientiert und unter Berücksichtigung einer konsequenten Denkhaltung "vom Markt her und zum Markt hin" auf ausgewählte Marketing-Fallstudien des Tourismus anzuwenden, 						

- mögliche Interessenskonflikte sowie relevante fachspezifische Probleme des Marketing innerhalb und außerhalb eines touristischen Unternehmens/einer touristischen Institution zu erkennen und zu versuchen, diese teamorientiert zu minimieren bzw. zu lösen,
- praxisbezogene Grundfähigkeiten und -fertigkeiten für eine effiziente, eigenverantwortliche Pressearbeit in ihrem Unternehmen/ihrer Institution anzuwenden,
- Pressemitteilungen, Pressemappen und die Vorgehensweise für die richtige Organisation von Pressekonferenzen zu realisieren.

Literatur:

Zu E-TW-PRO-02.1 (Tourismusgeografie)

Ortlepp, R.: Geografie für Touristiker, Frankfurt am Main
 Becker, C. / Hopfinger, H. / Steinecke, A.: Geografie der Freizeit und des Tourismus, München, Wien
 Benthien, B.: Geographie der Erholung und des Tourismus, Gotha
 Das große Lexikon der Reiseländer, München, Ostfildern
 Fürth, G.: Reiseverkehrsgeografie, Frankfurt am Main
 Reisen in Deutschland, Darmstadt
 Weiterführende Länderinformationen in den einschlägigen Fachzeitschriften (u.a. Touristik Aktuell, Fvw-Fremdenverkehrswirtschaft international, Touristik Management, Travel Talk, Bus Magazin) sowie im Internet

Zu E-TW-PRO-02.2 (Marketing-Fallstudien des Tourismus)

Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden
 Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, München
 Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München, Wien
 Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München/Wien
 Hanstein, C.: PR-Kompass. Handbuch für den Einstieg in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 Henselek, H.F.: Hotelmanagement. Planung und Kontrolle, München/Wien
 Kotler, P. / Bliemel, F.: Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Stuttgart
 Meffert, H.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden
 Meffert, H.: Marketing-Management. Analyse-Strategie-Implementierung, Wiesbaden
 Mundt, J. W.: Einführung in den Tourismus, München/Wien
 Nieschlag, R. / Dichtl, E. / Hörschgen, H.: Marketing, Berlin
 Pfannenberger, J. / Zeffass, A.: Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren, Frankfurt am Main
 Pukke, A.-S. / Goblirsch, H.: Der gute Draht zu den Medien. Strategien und Tips für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt am Main
 Rogge, H.-J.: Werbung, Ludwigshafen
 Rudolph, H.: Tourismus-Betriebswirtschaftslehre, München/Wien
 STAMM - Leitfaden durch Presse und Werbung, Essen
 Weis, H. Ch.: Marketing, Ludwigshafen
 Ziegler, S.: Die Macht der Medien richtig nutzen. Klassischer Pressebericht. Neue Wege der Medienarbeit. Interview und Auftritt. Pressearbeit im Internet. Krisenmanagement, Frankfurt, Wien
www.public-relations-experts.de (kostenpflichtig)

Lehrinhalte:

Zu E-TW-PRO-02.1 (Tourismusgeografie)

1. Grundfragen

- die Stellung der Tourismusgeografie im System der Geografie
- die Physische Gestalt der Erde
- Bedeutung der Klimatologie und Geomorphologie für touristische Gebiete
- Meere, Vegetationsformen, anthropogene Faktoren, Weltzeitsystem

2. Tourismusdestinationen und räumliche Verflechtungen

- Bestimmungs- und Beurteilungskriterien für Tourismusdestinationen
- Informationsquellen über Destinationen

3. Ausgewählte Tourismusdestinationen in Deutschland

- Thüringen
- Dresden und Sachsen
- Nordsee und Ostsee, Hamburg
- München und Alpen
- Deutsche Mittelgebirge
- Bodenseeregion
- Berlin und Brandenburg
- weitere Ferienregionen (Überblick)

- Heilbäder und Kurorte
- 4. Ausgewählte Tourismusdestinationen Österreichs und der Schweiz
 - Zürich
 - Berner Oberland
 - Wallis/Tessin/
 - Graubünden
 - Wien
 - Salzburg mit Salzkammergut
 - Tirol/Kärnten
- 5. Weitere Europäische Reiselandschaften
 - Mittel- und Westeuropa (Großbritannien, Irland, Niederlande, Belgien, Frankreich)
 - Skandinavien (Island, Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland)
 - Baltikum
 - Süd- und Südwesteuropa (Italien, Spanien, Portugal, Monaco, Staaten des ehemaligen Jugoslawien)
 - Ost- und Südosteuropa (Polen, Russland, Ukraine, Tschechien und Slowakei, Ungarn, Rumänien, Bulgarien, Slowenien, Kroatien, Montenegro)
 - Flusskreuzfahrten
 - Ostsee- und Mittelmeerkreuzfahrten
- 6. Ausgewählte Tourismusdestinationen des Mittelmeerraums und Nahen Ostens
 - Griechenland
 - Türkei
 - Zypern
 - Malta
 - Israel
 - Jordanien
 - Vereinigte Arabische Emirate
 - Katar und Oman
 - Ägypten
 - Tunesien, Marokko, Algerien
- 7. Ausgewählte bedeutsame Tourismusdestinationen Amerikas
 - USA (New York, Florida, Kalifornien, Nationalparks)
 - Kanada
 - Mexiko (Yucatan, Pazifikküste)
 - Überblick karibische Inseln
 - Kuba
 - Dominikanische Republik
 - Jamaika
 - Überblick Mittelamerika
 - Costa Rica
 - Überblick Südamerika
 - Brasilien
 - Argentinien
 - Peru
 - Kreuzfahrten und Rundreisen
- 8. Ausgewählte Tourismusdestinationen Afrikas
 - Kenia (Badeurlaub, Safaris)
 - Tansania
 - Namibia
 - Südafrika (Kapprovinz/Gartenroute, Krüger-Nationalpark, Luxuszüge)
 - Mauritius
 - Seychellen
- 9. Ausgewählte Tourismusdestinationen Australiens und des Pazifik
 - Malediven
 - Indien und Sri Lanka
 - Thailand
 - Malaysia
 - Singapur
 - Indonesien
 - China und Hong Kong

- Japan
- Überblick über weitere asiatische Destinationen
- Australien, Neuseeland
- Überblick Südsee
- Kreuzfahrten und Rundreisen

Zu E-TW-PRO-02.2 (Marketing-Fallstudien des Tourismus)

Thematische Aufgabenstellungen (Fallstudien 1-4) für Teamlösungen mit jeweils gemeinsamer Abschlusspräsentation (Modifikation nach konkreter Branchenzugehörigkeit der dualen Praxispartner der Studierenden)

1. Produkt-/Leistungs- und Programm-/Sortimentspolitik (Beispielthema)

Ein deutsches Unternehmen der Tourismusbranche ist seit mehreren Jahren erfolgreich am Markt tätig. Da sich der Umsatz einiger Produkt-/Leistungsarten permanent reduziert, beschloss die Unternehmensleitung, umgehend auf diese Situation mit der Schaffung neuer bzw. der Modifikation bestehender Produkte/Leistungen zu reagieren. Entwickeln Sie ein entsprechendes produkt-/leistungs- und programm-/sortiments-politisches Instrumentarium (Mix) unter Berücksichtigung u.a. folgender Aspekte (mit Beachtung marketingkonzeptioneller, insbesondere marketingstrategischer Gesichtspunkte):

- Produkt- und Leistungsgestaltung
- Produkt- und Leistungsqualität
- Markenentscheidungen
- Produkt-/leistungsbegleitende Nebenleistungen
- Programm-/Sortimentsgestaltung.

2. Preis- und Konditionenpolitik (Beispielthema)

Ein Unternehmen der Tourismusbranche entwickelte ein neuartiges Angebot, welches zunächst in Deutschland eingeführt werden soll. Erarbeiten Sie ein entsprechendes preis- und konditionenpolitisches Instrumentarium (Mix), welches u.a. folgende Aspekte berücksichtigt (mit Beachtung marketingkonzeptioneller, insbesondere marketingstrategischer Gesichtspunkte):

- die Rolle des Preises im Wettbewerb
- Möglichkeiten einer praxisorientierten Preisbildung (unter Beachtung "systemischer" Rahmenbedingungen und Problembereiche; Integration insbesondere marketingstrategischer wie auch preisstrategischer Gesichtspunkte)
- Preis-/Leistungsverhältnis in Kaufentscheidungsprozessen
- Darbietung der/des Preises
- mögliche Preisdifferenzierungen und Preisänderungen
- Kreditierungs- und Leasingmöglichkeiten (wenn gegeben)
- Zahlungsbedingungen.

3. Distributionspolitik (Beispielthema)

Ein neu gegründetes Unternehmen der Tourismusbranche in Deutschland möchte den Absatz seiner Produkt- und Leistungspalette zunächst deutschlandweit und darüber hinaus in ausgewählten internationalen Märkten realisieren. Entwickeln Sie ein entsprechendes distributionspolitisches Instrumentarium (Mix), welches sich auf folgende Schwerpunkte besonders konzentriert (mit Beachtung marketingkonzeptioneller, insbesondere marketingstrategischer Gesichtspunkte):

- Wahl des Absatzkanals
- Ausgestaltung der Absatzwege mit adäquater Nutzung konkreter Vertriebsmedien (unternehmensinterne und – externe Distributionsträger unter Berücksichtigung der Komplexität des Gesamtsystems Tourismus; Beachtung "systemischer" Rahmenbedingungen, (Weiter)Entwicklungen und Problembereiche relevanter Märkte/Marktsegmente sowie des Tourismus insgesamt),
- Gestaltungsaspekte des persönlichen Verkaufs.

4. Kommunikationspolitik (Beispielthema)

Ein Unternehmen der Tourismusbranche entwickelte ein neuartiges Angebot, welches am Markt eingeführt werden soll. Entwickeln Sie ein entsprechendes kommunikationspolitisches Instrumentarium (Mix), welches zur Erreichung einer erfolgreichen Marktposition des Produktes/der Leistung sowie des Unternehmens beiträgt !

Näher zu betrachten sind dabei folgende Bereiche (mit Beachtung marketingkonzeptioneller, insbesondere marketingstrategischer Gesichtspunkte):

- Werbung (Werbekommunikation, Werbemittel, Werbeträger)
- Öffentlichkeitsarbeit
- Corporate Identity
- persönlicher Verkauf
- Verkaufsförderung
- Messen und Ausstellungen.

5. Angewandte Pressearbeit

- Grundfragen: Pressearbeit im Rahmen der Kommunikationspolitik des Marketing, Bedeutung und Entwicklung der Pressearbeit, Kombinations- und Koordinationsaspekte der Pressearbeit im System des Marketing-Mix
- Planungselemente der Pressearbeit: Analyse der unternehmensin- und -externen Rahmenbedingungen, Themenfindung, Zielformulierung, strategische Optionen, Endzielgruppenbestimmung, Medienauswahl und Aufbau eines Presseverteilers, Finanzplanung, Zeitplanung, Bestimmung des "W-Planes", Gestaltung, Herausarbeitung des Nachrichtenwertes und Alleinstellungsmerkmals, Konfliktquellen, Planung der Kontaktvorbereitungs-, Realisierungs- und Nachbearbeitungsphase
- Planung und Realisierung spezieller Formen der Pressearbeit: Pressemitteilung, Pressemappe, Pressekonferenz, Presseinterview
- Der Dialog mit den Medien: Jahresplanung, Kontaktpflege
- Praktische Anwendung: der Pressearbeit in touristischen Unternehmen/Institutionen
 - . Verfassen einer Pressemitteilung zu einem konkreten betriebswirtschaftlichen Thema
 - . Simulation einer Pressekonferenz oder eines Trouble-Shooting-Statements (Krisenmanagement)
 - . Simulation eines Presseinterviews

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Profilmodule		
Code: E-TW-PRO-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Soft Skills und Risikomanagement im Tourismus / Soft Skills and Risk Management in Tourism			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 60	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 3	
Lehrform: Vorlesung / Seminar / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Herrmann / Prof. Dr. Niebergall			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen: Die Art der Prüfungsleistung wird durch den jeweiligen Studienrichtungsleiter festgelegt. Für die aktive Beteiligung in den Übungsanteilen des Moduls kann zusätzlich zur Prüfungsleistung ein Testat nach § 7a DHGEPrüfO gefordert werden.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-PRO-03.1	Interkulturelles Management			20	6	V/S
E-TW-PRO-03.2	Risikomanagement im Tourismus			25	6	V/S
E-TW-PRO-03.3	Führungstraining			15	6	S/Ü
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-TW-PRO-03.1 (Interkulturelles Management) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutungsinhalte, Spezifika und Aufgabengebiete des internationalen vs. interkulturellen Managements einerseits sowie der interpersonellen und interkulturellen Kommunikation andererseits nicht zuletzt vor dem Hintergrund der zunehmenden internationalen Verflechtung wirtschaftlicher Prozesse, - das interkulturelle Führungsverhalten mit den jeweiligen kulturellen Einflußfaktoren, Werten, Emotionen, Motivationen sowie Konfliktpotential mit ausgewählten Führungsverhaltensmustern und -weisen im interkulturellen Spannungsfeld, - ausgewählte Aspekte erfolgreicher Geschäftsabschlüsse im Ausland (mit konkretem tourismusrelevanten Praxisbezug). <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Einflussfaktoren auf die interkulturelle Kommunikation und das interkulturelle Führungsverhalten sowie das dabei bestehende interkulturelle Konfliktpotential zu durchdringen, - ausgewählte Verhaltensmuster bzw. Verhaltensweisen im interkulturellen Spannungsfeld zu identifizieren und diese branchenspezifisch und situationsadäquat auf Fallbeispiele der Tourismuswirtschaft anzuwenden. <p>Zu E-TW-PRO-03.2 (Risikomanagement im Tourismus) Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung und Komplexität touristischer Risikofaktoren und deren Erfassung, - die für touristische Leistungsträger wie auch Kunden vorhandenen Risikoarten und deren nachhaltige Auswirkungen auf den Tourismus, - Risikoentscheidungen und die Notwendigkeit wie auch Rahmenbedingungen eines effizienten Risikomanagements, - Risikobetrachtungen aus der jeweils individuellen Sicht von Akteuren der touristischen Leistungskette, - die Identifikation, Analyse, Bewertung, Bewältigung und Kontrolle als Basisbestandteile des Risikomanagementprozesses. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - mögliche Risikofaktoren des Tourismus sowie deren Quellen zu erkennen und hierfür ein Problembewusstsein zu entwickeln, - Risikofaktoren insbesondere hinsichtlich Eintrittswahrscheinlichkeit, möglicher Wirkungen beim Eintreten wie auch der Bedeutung des Eintrittszeitpunktes zu analysieren und aus dem Spektrum möglicher Aktionen und Reaktionen realistische Strategien für einen adäquaten Umgang mit diesen zu entwickeln, 						

- anhand aktueller Beispiele aus dem internationalen Tourismus schrittweise den Zyklus des Risikomanagements zu erarbeiten und diesen in ihrer künftigen beruflichen Tätigkeit anzuwenden,
- die Bedeutung des Zusammenwirkens der verschiedenen Akteure im Risikomanagement zu erkennen und im Gefahrenfall unter Berücksichtigung der gegebenen Systemik die erforderlichen Kontakte herzustellen.

Zu E-TW-PRO-03.3 (Führungstraining)

Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über

- die interne und externe Bedeutung von Entscheidungen durch Führungspersönlichkeiten und deren Komplexität,
- relevante Persönlichkeitsmerkmale von Führungskräften sowie deren Eigen- und Fremdwahrnehmung,
- die Mitarbeiterbeurteilung durch Führungskräfte anhand praktischer Rollenspiele,
- die Führungskraft als Moderator mit Anwendung jeweils spezifischer, praxisbezogener Techniken,
- die Planung, Organisation, Durchführung und Nachbereitung von Konferenzen als Führungstechnik sowie eine effiziente Protokollführung.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- als designierte Führungsnachwuchskräfte in Form einer Selbstanalyse die eigene Führungspersönlichkeit zu identifizieren sowie diese im Kontext ihrer unternehmensin- und -externen Umwelt zu bewerten,
- Methoden und Techniken einer effizienten Mitarbeiterbeurteilung partiell anzuwenden sowie überzeugend als Moderator wie auch Leiter erfolgreicher Konferenzen aufzutreten.

Literatur:

Zu E-TW-PRO-03.1 (Interkulturelles Management)

Engelen, A. / Tholen, E.: Interkulturelles Management. Stuttgart

Glasl, F. / Ballreich, R. / Kalcher, T.: Konfliktmanagement und Mediation in Organisationen in Lehr- und Übungsbuch mit Filmbeispielen auf DVD, Stuttgart

Haller, P. M. / Nägele, U.: Praxishandbuch Interkulturelles Management. Der andere Weg: affektives Vermitteln interkultureller Kompetenz, Wiesbaden

Hofstede, G. / Hofstede G. J. (2017): Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, München

Koch, E.: Praxistraining. Interkulturelles Management, München

Lang, R. / Baldauf, N.: Interkulturelles Management, Wiesbaden

Münscher, R. / Hormuth, J.: Vertrauensfallen im internationalen Management. Hintergründe - Beispiele - Strategien. Berlin

Rothlauf, J.: Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, München

Zu E-TW-PRO-03.2 (Risikomanagement im Tourismus)

Brühwiler, B.: Unternehmensweites RiskManagement als Frühwarnsystem

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: Tourismus in Entwicklungsländern, Berlin

Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, München

Dreyer, A., Dreyer, D., Obieglo, D.: Krisenmanagement im Tourismus. Grundlagen, Vorbeugung und kommunikative Bewältigung, München/Wien

Glaeßer, D.: Handbuch Krisenmanagement im Tourismus. Erfolgreiches Entscheiden in schwierigen Situationen, Berlin

Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements in Unternehmen, München

Mundt, J.W.: Einführung in den Tourismus, München/Wien

Pechlander, H. / Glaessner, D.: Risiko und Gefahr im Tourismus. Erfolgreicher Umgang mit Krisen und Strukturbrüchen,

Schriften zu Tourismus und Freizeit, Berlin

Romeike, F. / Finke, R.: Erfolgsfaktor Risikomanagement, Wiesbaden

Wüsth, K.: Risikomanagement. Eine Einführung mit Anwendung, Stuttgart

www.auswaertiges-amt.de

Zu E-TW-PRO-03.3 (Führungstraining)

Cerwinka, G. / Schranz, G.: Professionelle Protokollführung, Wien/Frankfurt

Crisand, E. / Pitzek, A.: Das Sachgespräch als Führungsinstrument, Heidelberg

Schmidt, W.: Entwicklung zur Führungspersönlichkeit, Heidelberg

Stroebe, R.W.: Grundlagen der Führung, Heidelberg

Lehrinhalte:

Zu E-TW-PRO-03.1 (Interkulturelles Management)

1. Grundfragen

- internationales vs. interkulturelles Management
- Bedeutung, Ziele und Aufgabengebiete des interkulturellen Managements

2. Interpersonale und interkulturelle Kommunikation

- Kultur und interpersonale Kommunikation
- Dimensionen von Kulturunterschieden in der Kommunikation
- interkulturelle Kompetenzen
- interkulturelle Kommunikationsprobleme
- Verhaltensmuster und Verhaltensweisen

3. Interkulturelles Führungsverhalten

- kulturelle Einflussfaktoren auf das Führungsverhalten
- Werte und Wertverständnis im interkulturellen Führungsverhalten
- Emotionalität und Neutralität
- Motivation im interkulturellen Kontext
- Konfliktpotential im interkulturellen Führungsverhalten
- ausgewählte Führungsverhaltensmuster und -weisen im interkulturellen Spannungsfeld

4. Aspekte erfolgreicher Geschäftsabschlüsse im Ausland

- Anforderungen an das Verhandlungsteam bzw. den Verhandlungsführer
- Analyse der/des ausländischen Verhandlungspartner/s sowie der jeweiligen Verhandlungssituation(en) und -position(en)
- Planung der Verhandlungsstrategie(n) und deren effiziente Umsetzung
- ausgewählte Verhaltensmuster und -weisen für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse im Ausland

5. Arbeitnehmerentsendungen

- Voraussetzungen für eine Arbeitnehmerentsendung
- Darstellung der Entsendeformen
- arbeitsrechtliche, steuerrechtliche und sozialversicherungspflichtige Aspekte

6. Fallstudien und praktische Anwendung

Zu E-TW-PRO-03.2 (Risikomanagement im Tourismus)

1. Einführung

- Problemerkörterung und definitorische Grundlagen des Risikomanagements
- Risikoarten und deren nachhaltige Auswirkungen auf den (Massen-)Tourismus (einschl. Differenzierung zwischen den Begriffen Risiko, Gefahr, Problem und Krise im Kontext touristischer Sachverhalte)
- objektive Risikofaktoren und subjektive Risikowahrnehmung
- Klassifikation der Reisenden nach ihrer Einstellung zu Risiken
- Risikoentscheidungen; Notwendigkeiten und Rahmenbedingungen eines effizienten Risikomanagements

2. Risikobetrachtung aus der Sicht verschiedener beteiligter Akteure bzw. Betroffener

- Reiseveranstalter
- Reisebüro
- touristische Leistungsträger in verschiedenen Segmenten (Transport, Beherbergung, Verpflegung, Freizeit/Gesundheit usw.)
- andere wirtschaftliche Akteure (z. B. tourismusnahe Handels- und Dienstleistungseinrichtungen)
- Staaten und ihre Substrukturen
- Destinationen
- Beschäftigte im Tourismus
- Bewohner
- andere Lebewesen / der Naturraum in seiner Systemik

3. Der Risikomanagementprozess (Risikozyklus) im Tourismus

- Risikoidentifikation
- Risikoanalyse
- Risikobewertung
- Risikobewältigung
- Risikokontrolle

4. Aktuelle Aspekte und Problemlagen

Zu E-TW-PRO-03.3 (Führungstraining)

1. Persönlichkeit von Führungskräften

- Persönlichkeitsmerkmale im Eigenbild
- Persönlichkeitsmerkmale im Fremdbild
- Persönlichkeitsmerkmale in der Auswertung
- praktische Anwendung im Rollenspiel: Verhaltensstil von Führungskräften

-
2. Die Mitarbeiterbeurteilung durch Führungskräfte
 - Beurteilungskriterien, Beurteilungsmethoden und -techniken
 - Fallstudien und praktische Anwendung (Rollenspiel)
 3. Die Führungskraft als Moderator
 - der Moderator
 - Fragetechniken
 - Phasen der Moderation
 - Metaplan-Methode und Punktfragen, Problemlösungs-Methoden
 - Fallstudien und praktische Anwendung (Rollenspiel)
 4. Erfolgreiche Konferenzen
 - die Konferenz als Führungsinstrument
 - Konferenzarten, Konferenzziele
 - Planung von Konferenzen
 - Durchführung von Konferenzen
 - Nachbereitung von Konferenzen
 - praktische Anwendung (Rollenspiel)
 5. Effiziente Protokollführung
 - Protokollarten
 - Anforderungen an das Protokoll
 - Abfassen von Protokollen
 - Verabschiedung von Protokollen
 - praktische Anwendung (Rollenspiel)

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Recht		
Code: E-TW-REC-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen / Special Legal and Economic Issues			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 70	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Th. Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-TW-REC-01.1	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen I			35	5	V/S
E-TW-REC-01.2	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2			35	6	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Aufbau und die Systematik ausgewählter spezieller Rechtsgebiete, insbesondere des Reiserechts, deren wesentliche Inhalte und Regelungen sowie ihre praktische Anwendung im Bereich der Tourismuswirtschaft, - einschlägige Entscheidungen der Rechtsprechung und deren Auswirkungen für die unternehmerische Praxis, - die Einflüsse und Wirkungen der Einzelbestimmungen der genannten Rechtsgebiete in den einzelnen Funktions- und Aufgabenbereichen des Unternehmens unter besonderer Einbeziehung praxisrelevanter Fallbeispiele, - die Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Fällen aus den betreffenden Rechtsgebieten. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - einschlägige Sachverhalte der Tourismuswirtschaft juristisch zu erfassen und zu bewerten, - Problemlösungen zu entwickeln und Entscheidungen vorzuschlagen, - die rechtlichen Voraussetzungen und Konsequenzen strategischer und operativer Entscheidungen einzuschätzen und ggf. rechtliche Absicherungsmaßnahmen für die Erreichung des Erfolgs der Maßnahmen zu empfehlen, - praktische Führungsaufgaben des operativen Alltags unter besonderer Berücksichtigung der sich aus den behandelten Rechtsgebieten ergebenden Voraussetzungen, Entscheidungsgrenzen und Konsequenzen zu lösen. 						
<p>Literatur:</p> <p>Berlit, W.: Markenrecht, München Eisenmann, H. / Jautz, U.: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Heidelberg Ekey, F. L.: Grundriss des Wettbewerbs- und Kartellrechts, Heidelberg Engels, R.: Patent-, Marken- und Urheberrecht, München Fechner, F.: Medienrecht, Tübingen Führich, E.: Basiswissen Reiserecht: Grundriss des Reisevertrags- und Individualreiserechts, München Führich, E.: Handbuch des Reisevertrags-, Reisevermittlung-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, München Foerste, U.: Insolvenzrecht, München Härting, N.: Internetrecht, Köln Kilian, W. / Wendt, D. H.: Europäisches Wirtschaftsrecht, Mannheim Lackmann, R.: Zwangsvollstreckungsrecht mit Grundzügen des Insolvenzrechts, München Lettl, T.: Wettbewerbsrecht, München Lettl, T.: Kartellrecht, München Mehrings, J.: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München Musielak, H.-J. / Voit, W.: Grundkurs ZPO, München Musielak, H.-J. / Hau, W.: Grundkurs BGB, München Rehbinder, M. / Peukert, U.: Urheberrecht. Ein Studienbuch, München</p>						

Salten, U. / Gräve, K.: Gerichtliches Mahnverfahren und Zwangsvollstreckung, München
 Schnauder, F.: Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor, Heidelberg
 Schroeder, W.: Grundkurs Europarecht, München

Gesetzestexte:

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München
 Zivilprozessordnung (ZPO), Textausgabe München
 Insolvenzordnung (InsO), Textausgabe München
 Medienrecht, Vorschriftensammlung, München
 Wettbewerbsrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Vorschriftensammlung, München

Weitere Rechtsprechung und Literatur unter:

<https://www.juris.de>
<https://www.jurion.de>

Lehrinhalte:

("marktorientierte" Modifikation der Inhalte in Abhängigkeit der konkreten branchenspezifischen Zusammensetzung des Kurses sowie sonstiger juristischer Entwicklungen und Gesetzgebungen)

Zu E-TW-REC-01.1 (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen I)

1. Reiserecht

- Grundlagen
- Reisevertrag und Vertragsschluss
- Informationspflichten des Reiseveranstalters
- Vertragsänderung durch den Reiseveranstalter
- Vertragsänderungen durch den Reisenden
- Leistungsstörungen im Reiserecht
- insbesondere Reisemangel und Einzelbeispiele aus der Rechtsprechung
- Rechtsfolgen eines Reisemangels (Recht auf Abhilfe, Minderung des Reisepreises, Kündigungsrecht, Schadenersatz etc.)
- Vertragliche Haftungsbeschränkungen
- Kündigungsrecht wegen höherer Gewalt
- Insolvenzschutz des Reisenden
- Reiseprozess
- Betrachtung konkreter Fallbeispiele und ausgewählter Einzelbeispiele aus der Rechtsprechung mit Bezügen zur Tourismuswirtschaft
- Reisvermittlungsrecht
- Beförderungsrecht
- Fluggastrechte
- Beherbergungsrecht

2. Vertiefung zum Kommissionsgeschäft

- Begriff und Arten (Verkaufskommission, Einkaufskommission)
- der Kommissionsvertrag (anwendbares Recht, Rechte und Pflichten des Kommissionärs)
- das Ausführungsgeschäft (schuldrechtliche Rechtslage, dingliche Rechtslage)
- Betrachtung konkreter Fallbeispiele und ausgewählter Einzelbeispiele aus der Rechtsprechung mit Bezügen zur Tourismuswirtschaft

3. Durchsetzung von Forderungen

- Außergerichtliche Mahnung
- Gerichtliches Mahnverfahren
- Europäisches Mahnverfahren
- Grundlagen des Zivilprozessrechts
- Grundlagen des Zwangsvollstreckungsrechts
- Europäischer Vollstreckungstitel

4. Insolvenzrecht

- Grundlagen des Insolvenzverfahrens
- Verfahren mit Insolvenzplan
- Eigenverwaltung
- Restschuldbefreiung
- Verbraucherinsolvenzverfahren

5. Aktuelle Aspekte/Problembereiche

Zu E-TW-REC-01.2 (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2)

1. Europäisches Wirtschaftsrecht

- Grundlagen und Rechtsbereiche des Europäischen Wirtschaftsrechts
- Organe der EU im Lichte des Europäischen Wirtschaftsrechts
- Warenverkehrsfreiheit in der EU
- Arbeitnehmer-, Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit in der EU
- Grundfragen des europäischen Gesellschaftsrechts

2. Kartellrecht

- Europäisches Wettbewerbsrecht, Kartellverbote und Kartellpraxis
- Recht der Wettbewerbsbeschränkungen nach dem Kartellgesetz (GWB)
- Rechtsgrundlagen des europäischen und des deutschen Kartellrechts

3. Recht des unlauteren Wettbewerbs

- Einführung in das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Generalklausel des § 3 UWG
- Rechtsbruch gemäß § 3a UWG
- Mitbewerberschutz gemäß § 4 UWG
- Aggressive geschäftliche Handlungen i. S.d. § 4a UWG
- Irreführende geschäftliche Handlungen und Irreführung durch Unterlassen i S.d. §§ 5, 5a UWG
- Besondere Formen irreführender Wettbewerbshandlungen im Tourismus
- Vergleichende Werbung i. S. d. § 6 UWG
- Unzumutbare Belastungen i. S. d. § 7 UWG
- Rechtsfolgen unlauteren Wettbewerbs, §§ 8 ff. UWG
- Straf- und Bußgeldvorschriften, §§ 16 ff. UWG
- Durchsetzung wettbewerbsrechtlicher Ansprüche

4. Immaterialgüterrecht – Recht des geistigen Eigentums

- Urheberrecht
- Patentrecht
- Gebrauchsmusterrecht
- Designrecht
- Markenrecht
- Internationale und europäische Rechtsaspekte

5. Internetrecht

- Grundlagen
- Telekommunikationsrecht
- Telemedienrecht
- Verantwortlichkeit der Diensteanbieter
- Domainrecht

3.3 Praxismodule und Bachelorarbeit

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase I (Projektarbeit I) / Practice Phase I (Project Thesis I)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 1. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele: Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Die Projektarbeit I ist integraler Bestandteil der Studienleistungen in der ersten Praxisphase und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer des dualen Studiums. Ziel ist die wissenschaftsorientiert aufbereitete Beschreibung von Strukturen und Prozessen des Praxispartners, wobei Erkenntnisse aus der vorangegangenen Theoriephase in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet und hierüber die Studierenden an methodisches und wissenschaftliches Arbeiten sowie das Verfassen von Texten mit wissenschaftlichem Anspruch herangeführt werden sollen.</p> <p>Der Umfang der Arbeit soll ca. 20 Seiten DIN A4 betragen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden, die Bewertung der Arbeit durch die Duale Hochschule.</p>						
<p>Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase II (Projektarbeit II) / Practice Phase II (Project Thesis II)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 2. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele: Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Die Projektarbeit II ist integraler Bestandteil der Studienleistungen in der zweiten Praxisphase und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer des dualen Studiums. In der zweiten Praxisphase steht für die Studierenden die Mitarbeit an betrieblichen Aufgabenstellungen (mit Anleitung) im Vordergrund. Im Rahmen der Projektarbeit II sollen die betrieblichen Hintergründe zur Bearbeitung der Aufgabe sowie eine Einordnung in das betriebliche Umfeld unter Anwendung von Erkenntnissen aus den vorangegangenen Theoriephasen erörtert werden. Weiterhin sollen der Bearbeitungsvorgang selbst und die wesentlichen Ergebnisse dargestellt werden. Ein methodisches Vorgehen soll deutlich werden.</p> <p>Der Umfang der Arbeit soll ca. 20 Seiten DIN A4 betragen (zzgl. Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden, die Bewertung der Arbeit durch die Duale Hochschule.</p>						
<p>Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase III (Projektarbeit III) / Practice Phase III (Project Thesis III)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 3. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Die Projektarbeit III ist integraler Bestandteil der praxisbasierten Studienleistungen in der dritten Praxisphase und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer des dualen Studiums. In der dritten Praxisphase sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, mit Betreuung betriebliche Aufgabenstellungen mittleren Umfangs teilweise selbständig zu lösen. Aus den Ausführungen der Projektarbeit III sollen - zusätzlich zu den Anforderungen, die an die Projektarbeiten I und II gestellt werden - die systematische Anwendung wissenschaftlicher Methoden (angemessene Beschäftigung mit einschlägiger Fachliteratur, Alternativbetrachtungen, Entscheidungsfindung und -begründung) sowie eine zielführende Vorgehensweise ersichtlich sein.</p> <p>Der Umfang der Arbeit soll ca. 20 Seiten DIN A4 betragen (zzgl. Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden, die Bewertung der Arbeit durch die Duale Hochschule.</p>						
<p>Literatur:</p> <p>Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-04		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase IV (Praxisprüfung I) / Practice Phase IV (Practice Exam I)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Mündliche Prüfung		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 4. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Die mündliche Praxisprüfung I ist Bestandteil der Studienleistungen in den Praxisphasen und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer an der Hochschule. Ziel ist die wissenschaftsorientierte Analyse und Durchdringung der ausgeführten Tätigkeiten beim Praxispartner, wobei Erkenntnisse aus den vorangegangenen Theoriephasen in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet werden sollen. Grundlage für die mündliche Praxisprüfung I sind die nach der Prüfungsordnung der Hochschule vorgeschriebenen Projektarbeiten I bis III und der Rahmenausbildungsplan entsprechend der Studienordnung des jeweiligen Studiengangs.						
Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart						
Prüfungsinhalte: Hinweise zur Verfahrensweise Allgemeine Hinweise: - Die Praxisprüfung I bezieht sich vorwiegend auf die während der Praxisphasen vermittelten Studieninhalte. - Die jeweilige Prüfungskommission besteht aus Lehrkräften der Dualen Hochschule und akademisch qualifizierten Vertretern der Praxispartner. - Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsstruktur und die Anteile der Prüfungsinhalte. Die Studierenden werden hierüber und über die Zusammensetzung der Prüfungskommission vorab informiert.						
Hinweise zur Prüfungsstruktur: - Präsentation der Projektarbeiten I bis III (optional) - Befragung zu den Projektarbeiten I bis III - Prüfung des fachlichen Hintergrundes der Studienrichtung (mit praxisorientiertem Fokus) - Prüfung des allgemein-fachlichen und projektbezogenen Wissens des Studierenden						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-05		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase V (Projektarbeit IV) / Practice Phase V (Project Thesis IV)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 5. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele: Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Im Rahmen der Projektarbeit IV im 5. Semester soll das erworbene theoretische und praktische Wissen einschließlich der erlernten wissenschaftlichen Methoden problemspezifisch in der Wirtschaftspraxis angewendet werden. Die Studierenden durchdringen ein praxisbezogenes Thema aus dem Bereich des Praxispartners und ordnen dieses zunächst in den theoretischen Bezugsrahmen ein. Aufbauend darauf und in Auswertung geeigneter, eigenständig durchgeführter Untersuchungen sollen Lösungsansätze aufgezeigt und, wenn möglich, in der Praxis umgesetzt werden. Mit dieser Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, eine betriebliche Aufgabenstellung größtenteils selbständig mit wissenschaftlichen Methoden und zielgerichteter Vorgehensweise zu lösen. Dazu muss die Darstellung des analytischen Eigenanteils, im Vergleich zu den vorangegangenen Projektarbeiten, deutlich ausgebaut werden. Die Arbeit muss u.a. schlüssige Argumentationsketten enthalten. Der Lösungsweg muss vollständig nachvollziehbar sein. Entscheidungen sind zu begründen. Der Nutzen der erarbeiteten Lösung ist, soweit möglich, klar darzustellen.</p> <p>Die Projektarbeit IV dient einer intensiven Verarbeitung der in den vorangegangenen Theoriephasen vermittelten Kenntnisse wie auch der inhaltlichen und formalen Übung für die Bachelorarbeit. Der Umfang der Arbeit soll ca. 30 Seiten DIN A4 betragen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden. Die Projektarbeit IV wird durch jeweils einen Betreuer der Dualen Hochschule und einen akademisch qualifizierten Betreuer des Praxispartners fachlich begleitet und durch diese mit einer Note bewertet. Die Note der Arbeit ergibt sich dann aus dem Mittelwert der Noten der Gutachter. Weichen diese um mehr als einen ganzen Notenschritt voneinander ab, bestimmt ein durch die Duale Hochschule bestellter Drittgutachter die Note innerhalb des durch die ursprünglichen Gutachter aufgespannten Notenbereichs.</p>						
<p>Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement				
Code: E-WT-PRA-06		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase VI (Praxisprüfung II) / Practice Phase VI (Practice Exam II)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:		Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter				
Prüfungsart: Mündliche Prüfung		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 6. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele: Die mündliche Praxisprüfung II ist Bestandteil der Studienleistungen in den Praxisphasen und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer an der Hochschule. Ziel ist die wissenschaftsorientierte Analyse und Durchdringung der ausgeführten Tätigkeiten beim Praxispartner, wobei Erkenntnisse aus den vorangegangenen Theoriephasen in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet werden sollen. Grundlage für die mündliche Praxisprüfung II können die Projektarbeit IV und die Bachelorarbeit sein (sofern diese bereits abgeschlossen und bewertet sind) sowie der Rahmenausbildungsplan entsprechend der Studienordnung des jeweiligen Studiengangs.						
Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart						
Prüfungsinhalte: Hinweise zur Verfahrensweise Allgemeine Hinweise: - Die Praxisprüfung II bezieht sich vorwiegend auf die während der Praxisphasen vermittelten Studieninhalte. - Die jeweilige Prüfungskommission besteht aus Lehrkräften der Dualen Hochschule und akademisch qualifizierten Vertretern der Praxispartner. - Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsstruktur und die Anteile der Prüfungsinhalte. Die Studierenden werden hierüber und über die Zusammensetzung der Prüfungskommission vorab informiert. Hinweise zur Prüfungsstruktur: - Präsentation der Projektarbeit IV/Bachelorarbeit (optional) - Befragung zur Projektarbeit IV/Bachelorarbeit - Prüfung des fachlichen Hintergrundes der Studienrichtung (mit praxisorientiertem Fokus) - Prüfung des allgemein-fachlichen und projektbezogenen Wissens des Studierenden						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Studienrichtung: Tourismusmanagement		Fachgebiet: Bachelorarbeit		
Code: E-WT-BAR-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Bachelorarbeit / Bachelor Thesis			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 0	Workload (h): 324	Leistungspunkte: 12	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl:	
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Bachelorarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 6. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele: Die Anfertigung der Bachelorarbeit im 6. Semester bildet den Abschluss des dualen Studiums. Sie dient dazu, das im Studium erworbene theoretische und praktische Wissen einschließlich der erlernten wissenschaftlichen Methoden problemspezifisch und umfassend in der Wirtschaftspraxis anzuwenden. Der Studierende bearbeitet ein komplexes, wissenschafts- und praxisbezogenes Thema aus dem Bereich des Praxispartners und ordnet dieses zunächst in den theoretischen Bezugsrahmen ein. Darauf aufbauend und in Auswertung geeigneter, eigenständig durchgeführter Untersuchungen sollen Lösungsansätze wissenschaftlich entwickelt, dargestellt und in der Praxis umgesetzt werden. Damit verbunden ist der Nachweis des Nutzens für den Praxispartner.</p> <p>Die Bachelorarbeit soll ca. 60 Seiten DIN A4 umfassen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Bearbeitung erfolgt in der gemäß Prüfungsordnung vorgegebenen Frist von 3 Monaten.</p> <p>Das Thema der Bachelorarbeit wird in Abstimmung mit dem Praxispartner des Studierenden durch die Duale Hochschule vergeben. Die Bachelorarbeit wird durch einen Gutachter der Dualen Hochschule sowie einen akademisch qualifizierten Gutachter des Praxispartners fachlich begleitet und bewertet. Die Note der Bachelorarbeit ergibt sich dann aus dem Mittelwert der Noten der Gutachter. Weichen diese um mehr als einen ganzen Notenschritt voneinander ab, bestimmt ein durch die Duale Hochschule bestellter Drittgutachter die Note innerhalb des durch die ursprünglichen Gutachter aufgespannten Notenbereichs.</p>						
<p>Literatur: Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

4. Abkürzungsverzeichnis

Prüfungs- und Studienleistungen:

PL	Prüfungsleistung
D	Dauer (min)
BA	Bachelorarbeit
K	Klausurarbeit
MP	Mündliche Prüfung
PR	Projektarbeit
SE	Seminararbeit
ST	Studienarbeit
T	Testat

Sonstiges:

BG	Beginn
LF	Lehrform
LP	Leistungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunden

Lehrformen:

V	Vorlesung
S	Seminar
Ü	Übung