

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Semester</b> .....	<b>4</b>
Grundlagen der BWL im Tourismus.....	4
Buchführung und Abschlusstechnik.....	5
Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung.....	6
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements .....	7
Wirtschaftsfranzösisch B.....	8
Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation.....	9
<b>2. Semester</b> .....	<b>11</b>
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus.....	11
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft.....	12
Statistik.....	13
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen .....	14
Wirtschaftsfranzösisch C.....	15
Interkulturelles Management II: Bildungssysteme, Management- und Arbeitsstile im deutsch-französischen Vergleich; Landeskunde.....	16
<b>3. Semester</b> .....	<b>17</b>
Kaufmännische Techniken (in Frankreich: Colmar–Modul M 311).....	17
Techniken der Kundenbetreuung (in Frankreich: Colmar–Modul M 312).....	19
Personalentwicklung (in Frankreich: Colmar–Modul M 321) .....	21
Betriebskompetenzen (in Frankreich: Colmar–Modul M 322) .....	23
Softskills und Berufsvorbereitung A (in Frankreich).....	25
<b>4. Semester</b> .....	<b>256</b>
Erweiterte kaufmännische Techniken (in Frankreich: Colmar–Modul M 411).....	26
Institutionelles Umfeld (in Frankreich: Colmar–Modul M 421).....	28
Berufliche Aktivitäten (in Frankreich: Colmar–Modul UE 43).....	30
Softskills und Berufsvorbereitung B (in Frankreich).....	31
<b>5. Semester</b> .....	<b>33</b>
Kosten- und Leistungsrechnung .....	33
Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik.....	34
E-Commerce im Tourismus .....	35
Interkulturelles Management III: Interkulturelle Reflektion, Managementtraining und Umgang mit Konfliktsituationen.....	36
<b>Studienschwerpunkt „Management im Gesundheitstourismus“</b> .....	<b>38</b>

Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus.....	38
<b>Studienschwerpunkt „Destination Management“ .....</b>	<b>40</b>
Grundlagen des Destination Managements.....	40
<b>Studienschwerpunkt „Management der Reiseveranstalter und Reisemittler“ .....</b>	<b>42</b>
Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern .....	42
<b>Wahlpflichtbereich A.....</b>	<b>43</b>
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien .....	43
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus .....	44
IT-Projektseminar.....	45
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements .....	47
Stadt- und Regionalmarketing.....	48
Tourismuspolitik .....	49
Wirtschaftsfranzösisch D.....	50
Wirtschaftsspanisch A.....	51
Wirtschaftsenglisch A.....	52
<b>6. Semester.....</b>	<b>53</b>
BWL-Investition und Finanzierung .....	53
Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft .....	54
Internationales Tourismusmanagement.....	55
<b>Studienschwerpunkt „Management im Gesundheitstourismus“ .....</b>	<b>56</b>
Spezielle BWL im Gesundheitstourismus .....	56
Vertiefende Aspekte des Gesundheitstourismus-Management.....	57
<b>Studienschwerpunkt „Destination Management“ .....</b>	<b>58</b>
Destination-Development.....	58
Vermarktung und Vertrieb im Destination Management.....	59
<b>Studienschwerpunkt „Management der Reiseveranstalter und Reisemittler“ .....</b>	<b>60</b>
Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements .....	60
Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern & Reisemittlern.....	61
<b>Wahlpflichtbereich B.....</b>	<b>62</b>
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien .....	62
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus .....	63
IT-Projektseminar.....	64
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements .....	66
Stadt- und Regionalmarketing.....	67
Tourismuspolitik .....	68

Wirtschaftsfranzösisch D.....	69
Wirtschaftsspanisch A.....	70
Wirtschaftsenglisch A.....	71

<b>7. Semester.....</b>	<b>72</b>
Praxisphase Tourismuswirtschaft .....	72
Bachelorarbeit und Kolloquium .....	74

**Erläuterung der Modulnummerierung\*:**

Die Modulnummern setzen sich jeweils aus folgenden Komponenten zusammen (z. B.: **TWdf-WHV1-01**):

<b>TWdf</b>	-	<b>WHV</b>	-	<b>1</b>	-	<b>01</b>		
<b>TWdf</b>	-	<b>Colmar</b>	-	<b>3</b>	-	<b>04</b>		
<b>TWdf</b>	-	<b>WHV</b>	-	<b>5</b>	-	<b>05</b>	<b>MG/DM/RV</b>	
<b>TWdf</b>	-	<b>WHV</b>	-	<b>5</b>	-	<b>06</b>		<b>a</b>
<u>Studiengangskürzel</u> (hier: Tourismuswirtschaft deutsch-französisch)		<u>Studienort</u> (WHV –Wilhelms-haven bzw. Colmar)		<u>Semester</u> (1-7)		Nummerierung in chronologischer Reihenfolge des Modulkatalogs innerhalb des jeweiligen Semesters	Studienschwerpunkt ( <b>MG</b> -Management im Gesundheitstourismus / <b>DM</b> -Destination Management / <b>RV</b> -Management der Reiseveranstalter und Reisemittler)	Auswahlalternativen (im Wahlpflichtbereich) sind zusätzlich durch Kleinbuchstaben gekennzeichnet.

\* *Ein Modul kann ggf. auch in anderen Studiengängen Einsatz finden und dort eine entsprechende studiengangsspezifische Nummer erhalten.*

# 1. Semester

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Grundlagen der BWL im Tourismus</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-01</b>	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. I. Behn-Künzel, Prof. J. Berlingen, Prof. Dr. T. Kirstges, U. Moritz, N.N.
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die BWL und Tourismuswissenschaft einordnen und verstehen,</li> <li>- kennen die Wirtschaftssysteme und Anspruchsgruppen der Unternehmen,</li> <li>- können konstitutive Entscheidungen im Unternehmen interpretieren,</li> <li>- können unternehmerische Entscheidungen für Unternehmenszusammenschlüsse auf dem touristischen Markt nachvollziehen.</li> <li>- erlangen Kenntnisse über Besonderheiten der Produktion und der Organisationsstrukturen von Dienstleistungsunternehmen,</li> <li>- können die besondere Bedeutung des Beschaffungsprozesses für touristische Unternehmen nachvollziehen,</li> <li>- können verschiedene touristische Geschäftsmodelle bewerten,</li> <li>- können den Einfluss verschiedener Managementarten auf ein Unternehmen nachvollziehen,</li> <li>- sind dazu befähigt, kulturbedingte Marketingaspekte, wie z.B. soziokulturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Reiseverhalten deutscher und französischer Urlauber zu erkennen und einzuordnen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
System der Wissenschaften, reine v.s. angewandte Wissenschaften, ökonomische Prinzipien, Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL, Markt- und Planwirtschaft, betriebliche Produktionsfaktoren, Stakeholder der Unternehmung, Rechtsformen, Standortwahl, Standortfaktoren, Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten, Planungsebenen, Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess, Begriffsdimensionen des Tourismus, touristische Teilmärkte, Unternehmenskooperationen und -konzentrationen. Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern, die touristischen Dienstleistung und deren Qualitätsmerkmale, Besonderheiten des touristischen Produktes, die touristische Wertschöpfung bzw. Wertschöpfungskette (Reiseveranstalter, Reisemittler, Hotelbetriebe, Gastronomiebetriebe, Airlines, sonstige Verkehrsträger, Zielgebietsagenturen, DMOs etc.), Produktionstheorie und Dienstleistungsproduktion, Beschaffungsmanagement im Dienstleistungskontext, systematisches Beschwerdemanagement, Geschäftsmodelle im Tourismus, Kommunikations- und Organisationsstrukturen in Dienstleistungsunternehmen, Wandlung von Organisationsstrukturen, Einfluss verschiedener Managementarten auf die Unternehmensführung, kulturspezifische Marketingaspekte (soziokulturell bedingte Unterschiede im Reiseverhalten deutscher und französischer Urlauber, etc.).					

Jade Hochschule					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
Buchführung und Abschlusstechnik				Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-02	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. R. Hauschild, Prof. Dr. C. Wobbe
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Stellung der Finanzbuchhaltung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens.</li> <li>- kennen die Rechtsgrundlagen und Vorgaben der Buchführung.</li> <li>- können die Arbeitsschritte und den Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz erklären.</li> <li>- beherrschen die Buchungstechnik (Konteneröffnung, laufende Buchungen, Kontenabschluss).</li> <li>- können wesentliche Aspekte für laufende Geschäftsvorfälle der betrieblichen Funktionen buchen.</li> <li>- können erfolgsneutrale und erfolgswirksame Buchungen in der Wirkung einordnen.</li> <li>- können die Buchungstechnik für Jahresabschlussbuchungen anwenden.</li> <li>- beherrschen der Buchungen zur Erfolgsermittlung und Erfolgsverteilung in Abhängigkeit von Rechtsformen.</li> <li>- können Erfolgs- und Bestandskonten zu Jahresabschlusspositionen gemäß HGB überleiten.</li> <li>- können die buchungstechnisch abgebildeten Sachverhalte betriebswirtschaftlich beurteilen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Aufgaben und Gliederung des Rechnungswesens, Finanzbuchhaltung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens, gesetzliche Grundlagen zur Führung von Büchern, Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inventur, Inventar und Bilanz, Buchungstechnik, Trennung privater Geschäftsvorfälle, Umsatzsteuer, Erfassung und Dokumentation laufender Geschäftsvorfälle: Material- und Anlagenwirtschaft, Personal, Produktion, Absatz, Finanzen, Steuern, Technik des Jahresabschlusses: Abschreibungen, Sammelbewertungsverfahren, Forderungsbewertung, Rechnungsabgrenzungsposten, Rückstellungen, Methoden zur Ermittlung des Periodenerfolgs, rechtsformabhängige Erfolgsverbuchung und Erfolgsverwendung, Überleitung der Konten zu Jahresabschlusspositionen					

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

**Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung**

Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-03

Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg, Prof. Dr. M. Kirspel, Dr. S. Behrends
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine Voraussetzung			

**Qualifikationsziele**

Die Studierenden

- besitzen Kenntnisse über Wesen und Aufgaben der Volkswirtschaftslehre.
- kennen die wesentlichen Begriffe der Wirtschaftswissenschaft und können die Charakteristika der Wirtschaftssysteme Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft sowie der Mischform Soziale Marktwirtschaft unterscheiden.
- erfahren eine Einordnung der Mikroökonomik in die Wirtschaftswissenschaft.
- erkennen im Rahmen der Nutzentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Haushalte sowie im Rahmen der Produktions- und Kostentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Unternehmungen.
- gewinnen durch die Analyse der Marktkoordination ein Bild über die Verschiedenheit der Marktpreisbildung auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten im Polypol, Oligopol und Monopol.

**Lehrinhalte**

Gegenstand der VWL und Stellung in der Wissenschaft, methodische Grundlagen, zentrale Begriffe der Wirtschaftswissenschaft (Märkte, Preise, Staat, Parafisci), Grundprobleme der Wirtschaftsordnung, die reinen Wirtschaftssysteme (Denkmodelle): Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft und Soziale Marktwirtschaft als Mischform, Gegenstand der mikroökonomischen Theorie, Begriff des Marktes, Abgrenzung der Marktformen, Haushaltstheorie (kardinale und ordinale Nutzentheorie, Nachfragekurven und ihre Aggregation, Elastizitäten, soziale Verhaltensinterdependenzen), Haushaltsangebot (Arbeits- und Kapitalangebot), Besonderheiten des Nachfrage- und Angebotsverhaltens öffentlicher Haushalte, Grundlagen der Produktionstheorie, Grundlagen der Kostentheorie, Gleichgewicht auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten (Polypol, Oligopol, Monopol, weitere Konstellationen, Contestable Markets)

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-04</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1h und EA  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Die experimentelle Arbeit ist Prüfungsvorleistung, um an der Klausur teilnehmen zu können.			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Basis der Informationstechnologie, die in der Digitalisierung der Informationen und ihrer binären Datencodierung liegt.</li> <li>- verstehen die Digitalisierung und Codierung multimedialer Daten und ihren Bezug zur tourismuswirtschaftlichen Nutzung.</li> <li>- kennen die Elemente informationstechnologischer Systeme und Netzwerke und verstehen ihr Zusammenwirken.</li> <li>- erkennen die Grundlagen und Aufgaben eines anwendungsorientierten, tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements auf Basis elektronischer Systeme.</li> <li>- kennen die datenbanktheoretischen Grundlagen sowie die anwendungsorientierten Grundlagen zum Aufbau von Datenbanken und zur datenbankbasierten Software-Entwicklung.</li> <li>- verstehen das Datenbank-Management als Basis tourismuswirtschaftlicher Systeme und sind in der Lage, einfache Datenbank basierte Systeme selbst zu entwickeln.</li> <li>- beherrschen standardisierte Office-Systeme und können sie sachgerecht für tourismuswirtschaftliche Aufgaben einsetzen.</li> <li>- verstehen die technologische Grundstruktur des Internets als Basis für E-Business-Prozesse.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Aufgaben und Gegenstand des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements, Daten-Digitalisierung und binäre Codierung von alphanumerischen und multimedialen Informationen, Datenverwaltung und Datenbanken, Grundlagen zu Hardware und Aufbau eines Computers, Systemsoftware und Grundlagen der Software-Entwicklung, Grundlagen zu Netzwerken, Grundlagen der Datenbank-Modellierung, Bedeutung eines Datenbank-Konzeptes bzgl. tourismusbetrieblicher Funktionalität und Nutzung, Technologische Grundstruktur des Internets als Basis für E-Business-Prozesse.</p> <p>Praktischer Teil auf Basis begleitender integrierender Übungen: Betriebssysteme und lokaler Netzwerkbetrieb, Arbeiten mit OFFICE-Programmen und mit Programmen zur Medienbearbeitung, Datenbank-Entwicklung und Grundlagen der Software-Entwicklung am praktischen, tourismusbetrieblichen Beispiel.</p>					

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

<b>Wirtschaftsfranzösisch B</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-05</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL H. Paetz
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben vertiefte Kenntnisse der französischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen, wie Passiv, Konjunktiv, Konstruktionen mit Objektpronomen.</li> <li>- erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder.</li> <li>- erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und authentischer Texte.</li> <li>- erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion (Erörterung; Geschäftskorrespondenz).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> <li>- N.B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz).					



<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-1-06</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1.	Wintersemester	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	<b>150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium</b>
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
- Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		Klausur 1,5 h oder Hausarbeit oder Referat Anteil der Endnote: 5/192	Seminar, Vorlesung	Prof. Dr. T. Kirstges, Dr. phil. J. Blandfort	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erhalten einen einführenden Überblick über die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements;</li> <li>- haben grundlegende Instrumente und Methoden zum erfolgreichen Aufbau von Beziehungen kennengelernt;</li> <li>- kennen verschiedene Kommunikationsstile;</li> <li>- haben die eigene Sensibilität für interkulturelle Themen verstärkt;</li> <li>- verstehen die grundlegenden Konzepte der Interkulturalität und des Kulturtransfers und sind in der Lage, sie auf die deutsch-französischen Beziehungen anzuwenden;</li> <li>- haben sich mit verschiedenen interkulturellen Schlüsselkompetenzen auseinandergesetzt (Kommunikation, Wahrnehmung, Selbstreflexion, Ambiguitätstoleranz, Perspektivenwechsel, Empathie, etc.);</li> <li>- sind für interkulturelle Begegnungs- und Arbeitssituationen sensibilisiert, insbesondere im Hinblick auf Kommunikations- und Denkunterschiede im deutsch-französischen Kontext;</li> <li>- haben sich mit dem Thema der Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh) auseinandergesetzt;</li> <li>- können kulturell bedingte Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdreiflexion erkennen und sind dazu befähigt, Ursachen kulturbedingter Missverständnisse mit französischen Partnern zu erkennen und kulturadäquat umzusetzen;</li> <li>- erhalten Werkzeuge zur Hilfe der Identifikation von kulturell bedingten Konflikten;</li> <li>- haben konstruktive Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik im französischen Kulturkreis kennengelernt.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Einführung in die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements; Vermittlung grundlegender Konzepte der interkulturellen Kommunikation (Interkulturalität, Kulturtransfer, Kulturelle Werte, nonverbale Kommunikation, etc.); Instrumente und Kompetenzen zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen (Kommunikation, Kultur, Regeln und Mechanismen des Fremdverstehens, interkulturelles Management, etc.); Einführung in grundlegende Konzepte zur Handhabung von Konflikten; Vermittlung konstruktiver Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen mit speziellem Fokus auf Frankreich; Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh), Kommunikations- und Denkunterschiede im deutsch-französischen Kontext; Erkennen und kulturadäquates Umsetzen</p>					

kulturell bedingter Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdrektion. Die Veranstaltung wird in französischer Sprache angeboten, entsprechend sind die Prüfungsleistungen anteilig in französischer Sprache zu erbringen.

## 2. Semester

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-01</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. I. Behn-Künzel, Prof. J. Berlingen, Prof. Dr. T. Kirstges, U. Moritz, N.N.
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang,</li> <li>- realisieren Forschungsansätze,</li> <li>- erkennen die Bedeutung der Reisemotivation,</li> <li>- können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren,</li> <li>- erwerben Kenntnisse über kulturspezifische Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Vermarktung touristischer Leistungen,</li> <li>- begreifen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien,</li> <li>- können Marktforschungsergebnisse interpretieren,</li> <li>- erkennen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen,</li> <li>- erkennen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Grundfragen des Tourismus, Daten zur Nachfrage nach touristischen Leistungen, Reisemotivation, Geschäftsreisen, private Reisen, übergreifende und spezielle Motivationsansätze, Defizittheorie, Authentizitätsthese, psychologische Ansätze, die Reiseentscheidung, Reiseverhalten, Incoming, Outgoing, spezielle Probleme und Verteilungskonflikte in der tourismuswirtschaftlichen Wertschöpfungskette, kulturspezifische Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Vermarktung touristischer Leistungen, Marketingziele, Marketingstrategien, Instrumente des Marketing-Mix, Marketingforschung, Marketingplanung, Marketingkontrolle, die Verankerung des Marketings in der Unternehmung					

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

**Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft**

Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-02

Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine Voraussetzung			

**Qualifikationsziele**

Die Studierenden

- kennen Bedeutung und Funktion des Rechts für das Wirtschaftsleben.
- kennen rechtliche Grundbegriffe und rechtsgeschäftliche Grundlagen.
- kennen Grundzüge des Kaufvertragsrechts, des Reisevertragsrechts, des Rechts der unerlaubten Handlungen und des Sachenrechts.
- kennen Grundbegriffe des Handelsrechts.
- erkennen rechtliche Probleme und Zusammenhänge.
- können juristische Arbeits- und Denkmethode anwenden.
- können wirtschaftlich und rechtlich sachgerechte Lösungen eigenständig entwickeln.
- können exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsgebiete übertragen.

**Lehrinhalte**

Teil I: Privatrecht in der Rechtsordnung, Rechtliche Grundbegriffe: Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Rechtsgeschäfte, Privatautonomie, Rechtsgeschäftliche Grundlagen: Vertragsschluss, Abstraktionsprinzip, Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Verbraucherschutz, Stellvertretung, Leistungsstörungen im vertraglichen Schuldverhältnis, Kaufvertrag, Reisevertrag, Übersicht zum Sachenrecht, Unerlaubte Handlungen, Handelsrecht: Kaufleute, Handelsregister, Handelsfirma, Handlungsgehilfen und Handelsvertreter.

Teil II: Anspruchsmethode im Wirtschaftsprivatrecht, Fallbearbeitung im Gutachtenstil.

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

<b>Statistik</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-03</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. M. Kirspel
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse aus dem Bereich der deskriptiven Statistik.</li> <li>- können statistische Methoden zur Analyse quantitativer ökonomischer Problemstellungen anwenden.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Grundlegende Begriffe und Definitionen (Grundgesamtheit, statistische Einheit, Merkmale, Ausprägungen); Unterteilung der Merkmale hinsichtlich ihrer Skala und ihrer Häufbarkeit; Datentransformation (lineare Transformation, reziproke Transformation, Log-Transformation); Aufbereitung der Urliste (Häufigkeitstabelle, graphische Darstellung) gemeinsame Erhebung nach mehreren Merkmalen; charakteristische Maße (Mittelwerte, Quantile, Streuungsmaße, Momente); Streuungszersetzungsatz; Empirische Korrelation und Regression; Rangkorrelationskoeffizient; Zeitreihenanalyse; Indexrechnung					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-04</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	U. Moritz
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über topografische Kenntnisse und regionale und globale Raumvorstellungen,</li> <li>- können die zur Untersuchung und Beurteilung von Tourismusgebieten notwendigen Informationen beschaffen, auswerten und darstellen,</li> <li>- können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Wechselwirkungen zwischen touristischer Nachfrage und touristischem Angebot in typischen Touristenregionen erläutern und erkennen die besondere Bedeutung der Eignung von Destinationen für unterschiedliche Zielgruppen,</li> <li>- können umfassende Informationen zur Reiseplanung und Reisedurchführung für die wichtigsten Tourismusgebiete Deutschlands, Europas und einiger wichtiger Destinationen weltweit geben,</li> <li>- erkennen die Eignung touristischer Destinationen für Themenreisen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Allgemeine Informationen: Naturräumliche Gliederung der Erde, Naturphänomen- und Katastrophentourismus, Klima- und Zeitzonen der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“, Visa-, Impf- und Ausweispflicht, Reisewarnungen, Touristisch vermarktete Fernstraßen und Bahnverbindungen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten. Länder- und regionsspezifische Inhalte: Deutschland, Österreich und Schweiz, Nord- und Westeuropa, Ausgewählte Länder in Osteuropa, Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum, Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen.</p>					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Wirtschaftsfranzösisch C</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-05</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL. H. Paetz A. Struve-Rivalain
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- üben und vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen wie Gebrauch der Präpositionen, Infinitivkonstruktionen</li> <li>- Vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten</li> <li>- Vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer Texte) und produktiven (Verfassung von Texten, Präsentationen) Sprachgebrauch</li> <li>- Vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftskorrespondenz</li> <li>- Erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 /C1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität, sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz.					

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Interkulturelles Management II: Bildungssysteme, Management- und Arbeitsstile im deutsch-französischen Vergleich; Landeskunde</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-2-06</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2.	Sommersemester	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	<b>150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium</b>
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		Klausur 1,5 h oder Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar, Vorlesung	Prof. Dr. T. Kirstges, Dr. phil. J. Blandfort C. Latour
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben grundlegende Kenntnisse über die aktuelle Politik und Wirtschaft Frankreichs erlangt;</li> <li>- sind mit den wesentlichen Aspekten der französischen Landeskultur und Geschichte sowie der gesellschaftlichen und sozialen Hintergründe vertraut und werden durch den gezielten Erwerb von landesbezogenem Wissen zu kompetentem Handeln befähigt;</li> <li>- haben sich mit der Beziehung zwischen Heimat- und Gastland im historischen Kontext befasst (Deutschlandbild in Frankreich – Frankreichbild in Deutschland) und sich in diesem Zusammenhang mit den Themenbereichen der kulturellen Identität, der Gemeinsamkeiten und Unterschiede/Kulturspezifika (kulturelle Kommunikations- und Denkkunterschiede im deutsch-französischen Kontext) sowie der Stereotypen und Vorurteile auseinandergesetzt.;</li> <li>- haben Kenntnisse der Bildungssysteme beider Länder mit ihren spezifischen Gemeinsamkeiten und Unterschieden zum besseren Verständnis der jeweiligen Management- und Arbeitsstile erlangt;</li> <li>- haben ihre Handlungskompetenz für das Leben und Studieren in und die Zusammenarbeit mit Frankreich gestärkt und erweitert;</li> <li>- haben ihre Kenntnisse zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen vertieft;</li> <li>- verstehen die Stellung und Rolle der Frau im französischen Umfeld;</li> <li>- haben die im ersten Semester erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements erweitert und vertieft.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Aktuelle Politik und Wirtschaft Frankreichs; französische Landeskultur, Landes- und Regionalgeschichte sowie gesellschaftliche und soziale Hintergründe, Informationen über Politik, Geographie, Infrastruktur, Ökologie, Alltag, etc. (interkulturelles Hintergrundwissen und länderspezifische Kenntnisse als unverzichtbare Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperation und bewusste Gestaltung von Begegnungen im transkulturellen Kontext); das Deutschlandbild in Frankreich – das Frankreichbild in Deutschland im historischen Kontext – Themenbereiche kulturelle Identität, Stereotypen und Vorurteile; Vergleichende Analyse der Bildungssysteme in Deutschland und Frankreich; Stellung und Rolle der Frau im französischen Umfeld; Vertiefung der im ersten Semester erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements. Die Veranstaltung wird in französischer Sprache angeboten, entsprechend sind die Prüfungsleistungen anteilig in französischer Sprache zu erbringen.</p>					



### 3. Semester

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Kaufmännische Techniken</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-Colmar-3-01</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3.	Jährlich zum WS	1	Pflicht	9	270h, davon 180h Präsenzstudium, 90h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls im - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 9/192	Seminar, Vorlesung	L. Oberlé PRAG M. Bentz PRAG
		*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).		

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Bedeutung des Customer-Relationship-Management</li> <li>- wissen von den entsprechenden Kundenbeziehungsprozesse</li> <li>- beherrschen die Analyse und Erstellung entsprechender Dokumentation</li> <li>- kennen die zugehörigen Verwaltungsinstrumente und die Bedeutung der Prozesse</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage ein Informations- bzw. Verkaufsgespräch vorzubereiten</li> <li>- können die Betreuung von Kunden sowie die Kundenbindung gewährleisten</li> <li>- haben die wichtigsten Verhandlungstechniken vertieft</li> <li>- haben Einblick in die spezifischen Erfordernisse von Verhandlungsgesprächen in Industrie und Handel</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Zusammenhänge zwischen Warenhandel und Logistik</li> <li>- wissen um die unterschiedlichen Formen der logistischen Kette</li> <li>- beherrschen die Lösung unterschiedlicher logistischer Problemstellungen und -herausforderungen</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vertiefen die schriftliche und mündliche Kommunikation in der Fremdsprache auf professioneller Ebene</li> <li>- sind in der Lage eine mündliche Präsentation in der Fremdsprache zu erstellen</li> <li>- können Schriftverkehr in der Fremdsprache auf professioneller Ebene verfolgen</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalt, Struktur und Nutzung einer Kundendatenbank (Datenblätter, Datenerfassung, scoring); Einführung einer Customer-Relationship-Kampagne (Ziele, Zielgruppe und Methode); Wirksamkeitsüberprüfung einer Kampagne; Methoden zur Kundenbindung</li> <li>- Elemente und Kriterien zur Durchführung eines Verhandlungsgesprächs, Verhandlungen im Sektor Dienstleistungen und in der Industrie</li> <li>- Kundenzufriedenheit: Kosten der Logistik, Supply-chain Management, Zwischenlagerung, Management von Lager und Beschaffung; Management des Informationsflusses: EDI, Web EDI, ERP, WMS, TMS; Produktionslogistik: Planung, Warenströme, Lean Manufacturing; E-Commerce und Logistik.</li> <li>- Berufsspezifische Kommunikationssituationen: Unternehmenspräsentation, Wirtschaftskommunikation, Lebenslauf, Motivationsschreiben, Vorstellungsgespräche, telefonische Abwicklung berufsbezogener Gespräche, Videokonferenzen, Verhandlungen im internationalen Kontext, Erstellung berufsbezogener Dokumente, Meetings leiten und in der Fremdsprache intervenieren.</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungen</b>			
<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
L. Oberlé PRAG M. Bentz PRAG	Marketing direct/Gestion de la Relation Client dans l'hôtellerie et le tourisme <i>Direktmarketing, Management von Kundenkontakt in Tourismus und Hotellerie</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
L. Oberlé PRAG M. Bentz PRAG	Négociation 3 <i>Verhandlungsstrategien 3</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
L. Oberlé PRAG M. Bentz PRAG	Logistique transport des personnes <i>Logistik des Personenverkehrs</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
L. Oberlé PRAG M. Bentz PRAG	Français langue étrangère <i>Französisch als Fremdsprache od.</i> Allemand langue étrangère <i>Deutsch als Fremdsprache</i> und Langue vivante de spécialité 3: Anglais <i>Fachspezifische Fremdsprache:</i> <i>Englisch</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Techniken der Kundenbetreuung</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-Colmar-3-02</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3.	Jährlich zum WS	1	Pflicht	7	192h, davon 140h Präsenzstudium, 70h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls im - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 7/192	Seminar, Vorlesung	L. Duong MCF
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, einen Handelskommunikationsplan zu erarbeiten</li> <li>- sind mit Instrumenten, Strategien und praktischer Umsetzung der kaufmännischen Teambetreuung vertraut</li> <li>- sind in der Lage, eine strategische Handelskommunikation umzusetzen und durchzuführen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, die Risiken von Bindungen bzw. Verpflichtungen im Zusammenhang mit einem Geschäftsvorgang zu erkennen und einzuschätzen</li> <li>- sind dazu befähigt, Risiken im Zusammenhang mit der praktischen Umsetzung von Verträgen vorzubeugen, bzw. mit ihnen umzugehen</li> <li>- kennen die gesetzlichen Verbraucherschutzbestimmungen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen und verstehen die wesentlichen Elemente der Geschäftsführung einer Verkaufsstelle</li> <li>- können die Ressourcen zur Gestaltung eines Reiseangebots ausschöpfen</li> <li>- sind mit Vorgehensweisen und Abläufen der Produktgestaltung vertraut</li> <li>- können Techniken verkaufsfördernder Maßnahmen anwenden</li> <li>- sind in der Lage, die technischen Aspekte der Produktgestaltung zu vermarkten</li> <li>- können die Geschäftsführung einer Verkaufsstelle übernehmen</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstellen von Graphiken, Prospekten, Broschüren, Werbespots, Presseberichten, Anlegen von Sponsorenakten, etc.; Erarbeitung eines Handelskommunikationsplans; Instrumente kaufmännischer Teambetreuung; Analyse und Auswertung der Kampagne elektronische Kommunikationsformen</li> <li>- Kommerzieller Verkauf: allgemeine Konditionen, unterschiedliche Zahlungsweisen und Garantien; Inkasso; gesetzliche Verbraucherschutzbestimmungen; Kauf- und Handels- und andere Verträge (Inhalte, Konditionen; Verhandlung, Interpretation und praktische Umsetzung); Geschäftsvorgänge und die damit verbundenen Risiken; Streitsachen und</li> </ul>

Konflikte

- Produktgestaltung: Konzeption von Reiseplänen; Kosten, Preisspannen, Verkaufspreise; Planung, Konzeption und Durchführung eines Reiseangebotes in der Verkaufsstelle; wesentliche Elemente der Geschäftsführung; wichtigste Elemente globaler Vertriebspolitik; Einrichtung eines Einzelhandelsgeschäftes: Gesetzliche Regelungen, Methoden, etc.; allgemeine Organisationsprinzipien einer Verkaufsstelle, Management- und Performanceoptimierung: Sortiment, Preise, lineare Optimierung, Kundendienst, Kommunikation; Kauf-Transaktionen

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
L. Duong MCF	Communication commerciale 2 <i>Wirtschaftskommunikation</i>	4	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
P. Gay PRAG	Droit commercial franco-allemand <i>Deutsch-französisches Wirtschaftsrecht</i>	4	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
L. Duong MCF	Marketing du point de vente conception et promotion de l'offre en tourisme émetteur <i>Marketing in der Geschäftsstelle: Konzeption und Bewerbung eines Angebots im Outgoing-Tourismus</i>	4	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Personalentwicklung</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-Colmar-3-03	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3.	Jährlich zum WS	1	Pflicht	4	120h, davon 80h Präsenzstudium, 40h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls in - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 4/192	Seminar, Vorlesung	D. Rosenblatt PRAG
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind mit dem Verhältnis und der Interaktion verschiedener institutioneller Teilbereiche vertraut</li> <li>- erwerben Grundlagen in der für Unternehmen relevanten Sozialpsychologie</li> <li>- kennen die Techniken interpersoneller Kommunikation und Motivation und sind in der Lage sie anzuwenden</li> <li>- sind dazu befähigt, mit Konflikten im Zusammenhang mit organisatorischen Umstrukturierungen umzugehen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, im Laufe des dritten Semesters die Arbeits- bzw. Ausbildungsangebote zu ermitteln, die für ihre weitere Karriere relevant sind</li> <li>- beherrschen die nötigen Methoden und das Wissen, um sich zu bewerben</li> <li>- können argumentativ ihre Studienwahl begründen und darauf aufbauend weiterentwickeln</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die wichtigsten berufsbezogenen Schriftstücke formulieren</li> <li>- sind dazu befähigt, im Team zu arbeiten</li> <li>- entwickeln ihre interkulturellen Kompetenzen</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitsweise von Organisationen und Betrieben; Grundlagen des Teamverhaltens am Arbeitsplatz; Techniken interpersoneller Kommunikation; Individuen und Gruppen innerhalb der Organisation/des Betriebs; Machtstrukturen und verschiedene Akteure; Motivation und Jobsatisfaction, Gruppenkohäsion und Führung, Normen und Verhalten in Organisationen, Gruppen- und Einzelkonflikte, Change Management</li> <li>- Analyse des Arbeits- bzw. Ausbildungsmarktes; Analyse von Stellenangeboten; Werkzeuge, die in diesem Zusammenhang von Bedeutung sind; Gastvorträge mit Vertretern der Wirtschaft.</li> <li>- Verfassen von Protokollen; Verfassen eines Praktikumsberichts; Erstellung einer Bewerbungsmappe; Erstellung der grundlegenden berufsbezogenen Schriftstücke; Entwicklung schriftlicher und mündlicher Kommunikationskompetenzen im beruflichen Umfeld</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungen</b>			
<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
D. Rosenblatt PRAG	Psychologie sociale des organisations <i>Sozialpsychologie in Organisationen</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
D. Rosenblatt PRAG	Projet Personnel et professionnel 3 <i>Berufsspezifisches Projekt 3</i>	2	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
D. Rosenblatt PRAG	Expression, communication, culture et reconnaissance du patrimoine 4 <i>Kommunikation, Kultur und Wertschätzung von Kulturgütern 4</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Betriebskompetenzen</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-Colmar-3-04	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3.	Jährlich zum WS	1	Pflicht	5	150h, davon 100h Präsenzstudium, 50h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls in - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 5/192	Seminar, Vorlesung	S. Maa PRAG
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- beherrschen die Gesetze der Wahrscheinlichkeitsrechnung</li> <li>- können Risiken berechnen und testen sowie Hypothesen aufstellen</li> <li>- sind dazu befähigt, diese in für Handelsstudium und Forschung klassischen Situationen zu erproben</li> <li>- können unter Zuhilfenahme von Tabellen zur Wahrscheinlichkeitsrechnung das Konfidenzintervall und den Unabhängigkeitstest in Verbindung mit Unternehmensverhältnissen bilden</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlangen die Fähigkeit, gesetzliche Arbeitsbestimmungen zu beachten und verstehen die aktuellen sozialökonomischen Probleme von Arbeitsbeziehungen</li> <li>- kennen, verstehen und beachten die Faktoren, welche sich auf die Erfüllung des Arbeitsvertrags auswirken</li> <li>- erlangen Kenntnisse über die wichtigsten Grundsätze der persönlichen und gemeinschaftlichen Arbeitsbeziehungen im Unternehmen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlangen die Fähigkeit, ein Vertriebsteam zusammenzustellen und kennen die Komplexität der Organisationsstrukturierung</li> <li>- sind dazu befähigt, die Belegschaft eines Vertriebsteams zu berechnen</li> <li>- sind in der Lage, die Werkzeuge des Zeitmanagements einzusetzen</li> <li>- verstehen die Relevanz der verschiedenen Phasen der Personalbeschaffung: Bedarfsanalyse, Profil, Kommunikation, Auswahl, Integration, etc.</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gesetze der Wahrscheinlichkeitsrechnung (Binomialverteilung, etc.); Stichproben, Schätzungen, Chi-Quadrat-Test; Hypothesen aufstellen und testen; Risiken; Konfidenzintervall; Unabhängigkeitstest im Hinblick auf Unternehmensverhältnisse.</li> <li>- Arbeitsvertrag (Formen, Ausbildung, Inhalt, Umsetzung, Vertragsbruch), kollektive Arbeitsbeziehungen (Gesetzliche Arbeitsbestimmungen, Tarifverträge, Arbeitnehmervertretung und Ausdrucksmöglichkeiten, Gewerkschaften und Konflikte); wichtigste Grundsätze der persönlichen und gemeinschaftlichen Arbeitsbeziehungen im Unternehmen; sozialökonomische Probleme von Arbeitsbeziehungen</li> <li>- Organisation und Management eines Vertriebsteams, Organisationsstrukturen, Funktionsweise eines Sales-Teams, Besonderheiten der organisatorischen Position, Organisation und Strukturierung eines Vertriebsteams: Organisationsfaktoren und Strukturformen; Belegschaft eines Vertriebsteams: Zeitmanagement, Managementprinzipien eines Vertriebsteams; Evaluierung; Bedarfsanalyse; wichtigste Animations- und Managementtools; Sektorenbestimmung; Phasen der Personalbeschaffung und Entlohnung</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungen</b>			
<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
S. Maa PRAG	Statistiques des probabilités appliquées <i>Angewandte Statistik</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
S. Maa PRAG	Droit du travail <i>Arbeitsrecht</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
S. Maa PRAG	Management de l'équipe commerciale notamment dans l'hôtellerie <i>Teammanagement in der Wirtschaft mit besonderem Bezug zur Hotellerie</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat



<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Softskills und Berufsvorbereitung A</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-Colmar-3-05	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3.	Jährlich zum WS	1	Pflicht	5	150h, davon 100h Präsenzstudium, 50h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls in - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 5/192	Seminar, Vorlesung, Übung	H. Herrmann MCF
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- führen im Team ein berufsbezogenes Projekt durch</li> <li>- entwickeln ihre Sozialkompetenzen in der Zusammenarbeit mit anderen Studierenden: Autonomie, Initiative, Teamfähigkeit etc.</li> <li>- entwickeln ihre Fähigkeit verschiedene Lösungsmöglichkeiten abzuwägen</li> <li>- werden für die Beschränkungen im wirtschaftlichen Kontext sensibilisiert</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsetzung der in den Kursen erworbenen Managementkompetenzen, Schaffung klarer Arbeitsverteilung und Zuständigkeitsbereiche, Analyse verschiedener Lösungsmöglichkeiten, Umsetzung der ausgewählten Lösungsmöglichkeit, Verfassen eines Abschlussberichts, mündliche Präsentation des Projekts, Marketingstrategieentwicklung, Kundenakquise und -bindung, Promotion, Verkaufsstrategien</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungen</b>			
<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
H. Herrmann MCF	Projet tutoré : mise en situation professionnelle 4 <i>Projektmanagement und Berufspraxis</i>	10	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

## 4. Semester

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b>					
Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Erweiterte kaufmännische Techniken</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-Colmar-4-01</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4.	Jährlich zum SSem	1	Pflicht	9	270h, davon 180h Präsenzstudium, 90h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
M 311 erfolgreich abgeschlossen	Verwendung des Moduls in - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 9/192	Seminar, Vorlesung	M. Bentz PRAG
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- beherrschen die zentralen Methoden des Verkaufs- und Qualitätsmanagements</li> <li>- sind in der Lage Einkaufsprozesse im Unternehmen zu verstehen und durchzuführen</li> <li>- sind dazu befähigt, die Qualitätsüberprüfung einzuschätzen und zu übernehmen</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- beherrschen das fachspezifische Vokabular in berufsbezogenen Situationen</li> <li>- vertiefen ihr mündliches und schriftliches Textverständnis berufsbezogener Dokumente</li> <li>- vertiefen ihre Kommunikationskompetenz schriftlich und mündlich</li> <li>- vertiefen ihre Kompetenzen in mündlichen Präsentationen</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnik</li> <li>- beherrschen verschiedene Methoden des Web-Marketing</li> <li>- können den E-Commerce in ein Multichannel-Marketing integrieren</li> <li>- verstehen die verschiedenen Modeltypen von Online-Marktplätzen</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- werden in die Unternehmertätigkeit eingeführt</li> <li>- entwickeln Unternehmergeist: Identifizierung von Marktchancen, neue Geschäftsideen, autonomes Handeln, Risikoeinschätzung, Vorausschauendes Denken und Teamwork</li> <li>- erarbeiten ein Unternehmenskonzept</li> </ul>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind dazu befähigt, komplexe Formeln anzuwenden und wissen, wie man dynamische Datenfelder erstellt</li> <li>- haben gelernt, wie die Verknüpfungen zwischen Arbeitsblättern und Arbeitsmappen zu behandeln sind</li> <li>- sind in der Lage, eine Datenbank zu erstellen und zu verwalten</li> </ul>

### Lehrinhalte

- Bedeutung des Einkaufs, Einkaufsprozesse, soziale und ökologische Verantwortung, Bedarfsanalysen durchführen, Wahl von Zulieferern und Lieferanten, Kompetenzverteilung, Preisverhandlungen, Verhandlung von Zahlungsbedingungen, Verkaufsverträge, Qualitätssicherung und Zertifizierung, Verwaltung von Preisen und Konditionen, Nachhaltigkeit
- berufsnaher Kommunikationssituationen (Fallbeispiele, authentische Lernmaterialien, Rollenspiele, etc.), interkulturelle Unterschiede im Zusammenhang mit Verhandlungen; schriftliche Berichterstattung in der Fremdsprache
- Bedeutung des E-Marketing im Betrieb, verschiedene Business-Modelle Werbemaßnahmen für Internetseiten, Budgetplanung, Analyse des Kundenverhaltens, Kundenbindung
- Von der Idee zum Geschäftsmodell, Akteure in der Existenzgründung, Potenzial- und Marktanalyse, Businessplan, Rechtsform von Unternehmen
- Anwendung komplexer Formeln; Erstellung dynamischer Datenfelder; Erstellung und Verwaltung von Datenbanken; Entwurfsmethoden für Datenbanken; Onlinestellung von Daten und Informationen und dazugehörige Tools

### Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
M. Bentz PRAG	Achat et qualité dans l'hôtellerie et le tourisme <i>Einkauf und Qualitätssicherung in Hotellerie und Tourismus</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
M. Bentz PRAG	Français langue étrangère <i>Französisch als Fremdsprache</i> et Langue vivante de spécialité 4 anglais <i>Fachspezifische Fremdsprache : Englisch</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
M. Bentz PRAG	E-marketing dans le tourisme <i>E-Marketing im Tourismus</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
M. Bentz PRAG	Entrepreneuriat <i>Entrepreneurship</i>	1	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
M. Bentz PRAG	Technologie de l'information et la communication 3 <i>Informations- und Kommunikationsmanagement</i>	2	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Institutionelles Umfeld</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-Colmar-4-02	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4.	Jährlich zum SSem.	1	Pflicht	7	192h, davon 140h Präsenzstudium, 70h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls im - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 7/192	Seminar, Vorlesung	S. Soulez MCF H. Herrmann MCF
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben einen Überblick über das Wirtschaftsgeschehen und die Wirtschaftsstruktur</li> <li>- haben eine gute wirtschaftliche Allgemeinbildung erhalten und sind in der Lage, aktuelle wirtschaftliche Probleme kritisch zu reflektieren</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben verschiedene Techniken zur Stellensuche kennengelernt</li> <li>- haben in Rollenspielen und Simulationen trainiert</li> <li>- können Bewerbungsunterlagen einschätzen</li> <li>- sind auf Einstellungsgespräche vorbereitet worden</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können Zielgruppen bestimmen und auswählen</li> <li>- sind in der Lage, das Potential einer Kundengruppe einzuschätzen</li> <li>- können in einem internationalen Kontext Kunden akquirieren</li> <li>- können entscheidende Komponenten einer Unternehmensstrategie einschätzen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- entwickeln Verständnis für Bilanzen</li> <li>- können die Auswirkungen verschiedener Vorgehensweisen auf die Performance einschätzen</li> <li>- können eine Bilanz erstellen</li> <li>- können eine einfache finanzielle Überprüfung durchführen</li> <li>- die Rentabilität überprüfen</li> </ul> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, ein Import-Export Projekt vorzubereiten und durchzuführen</li> <li>- verstehen die Aufgabenverteilung innerhalb eines Import-Export Projekts</li> <li>- können eine Unternehmensstrategie auf unterschiedlichen Ebenen einordnen</li> <li>- sind in der Lage verschiedene Möglichkeiten von Strategieentwicklung einzuschätzen</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflexion wichtiger volkswirtschaftlicher Problematiken (Wirtschaftskrisen, Finanzkrisen, Arbeitslosigkeit); Vermittlung der wichtigsten volkswirtschaftlichen Grundlagen und Debatten; ökonomische Dynamik: Wachstum (Maße: BIP, Entwicklungsindex – Unterbrechungen: Rezession, Arbeitslosigkeit, Inflation, Exklusion); Entwicklung (wirtschaftliches Wachstum, Ungleichheit, nachhaltige Entwicklung); Internationaler Austausch: ökonomische Theorien zum internationalen Austausch, internationale Währungssysteme</li> <li>- Erstellen einer Pressemappe, einer Pressemitteilung, Darstellung von Kulturgütern nach thematischen Aspekten und mit entsprechender Bildgestaltung</li> <li>- Strategisches Vorgehen, SWOT-Analyse, Portfoliomatrix BCG, Diversifikation vs. Spezialisierung, Wachstum (intern, extern, Allianzen und Partnerschaften), Produktlebenszyklus (5F+1 Porter), Wertschöpfungskette, Unternehmensstrategie und Nachhaltige Entwicklung, Preispolitik</li> <li>- Bilanzen und Cashflow-Management; bilanzielles Gleichgewicht; Haushaltsplan; Erarbeitung eines Wirtschaftsplans; Einbindung haushaltspolitischer Praxis in kommerzielle Aktivitäten; Erstellung und Verarbeitung zusammenfassender Unterlagen; Geschäftspraktiken und ihre möglichen Auswirkungen auf das Unternehmen</li> <li>- Produkt- und Preispolitik, Distribution und Performance im internationalen Kontext, Märkte und Export, Transport im internationalen Handel, Finanzierung und Wechselkurse, Zollbestimmungen</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungen</b>			
<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
S. Soulez MCF	Économie 2 <i>Volkswirtschaftslehre</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
S. Soulez MCF	Expression, communication, culture et reconnaissance du patrimoine 3 <i>Kommunikation, Kultur und Wertschätzung von Kulturgütern 3</i>	1	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
S. Soulez MCF	Stratégie d'entreprise dans le tourisme, jeu d'entreprise <i>Strategisches Management im Tourismus, Unternehmensplanspiel</i>	2	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
J.- P. Abadie PU	Gestion financière et budgétaire <i>Finanzierung und Budgetmanagement</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
S. Soulez MCF	Environnement international 2&3 : Techniques de commerce international/Marché international et géographie <i>Internationales Management 3: Techniken des internationalen Vertriebs/Ausländische Märkte und Geographie des Tourismus</i>	3	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Berufliche Aktivitäten</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-Colmar-4-03	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4.	Jährlich zum SSem.	mind. 10 Wochen	Praktikum	10	10 Praktikumswochen

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls in - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	PL: Praktikumsbericht  Anteil der Endnote: 10/192	Praktikum	S. Vacher PAST

**Qualifikationsziele**

Das Praktikum, welches obligatorisch in einem tourismuswirtschaftlichen Unternehmen in Frankreich absolviert werden muss, soll den Studierenden u.a. Folgendes ermöglichen:

Die Studierenden

- wenden ihre im Studium erlernten theoretischen Kenntnisse in einem praktischen Umfeld an
- entwickeln ihre persönlichen und sozialen Kompetenzen weiter: Teamarbeit, autonomes Arbeiten, Initiative ergreifen
- entwickeln ihre interdisziplinären Arbeitsweisen weiter
- sind in der Lage, zielorientiert zu arbeiten
- haben gelernt, eine Aufgabe oder Studie unter Berücksichtigung der zeitlichen Vorgaben durchzuführen

**Lehrinhalte**

- Das Praktikum in einem französischen Touristikunternehmen stellt einen operativen Aspekt dar, indem es die praktische Umsetzung der am IUT erworbenen Kenntnisse fördert. In eine berufliche Situation versetzt ohne Erfolgsverpflichtung verfügt der Studierende über ein zeitliches Minimum und kann mit Hilfe seines Praktikumsbetreuers seine Aktivitäten im Touristikunternehmen analysieren

**Lehrveranstaltungen**

<b>Dozent(in)</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Prüfungsform</b>
S. Vacher PAST	Stage <i>Praktikum</i>		Praktikumsbericht

<b>Jade Hochschule Wilhelmshaven – IUT de Colmar (Frankreich)</b> Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Softskills und Berufsvorbereitung B</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-Colmar-4-04</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4.	Jährlich zum SSem.	mind. 10 Wochen	Praktikum	4	120h, davon 80h Präsenzstudium, 40h Selbststudium

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b> (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
keine	Verwendung des Moduls im - Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch	(PL: siehe Lehrveranstaltungsübersicht)*  Anteil der Endnote: 4/192	Seminar, Vorlesung, Übung	J.- P. Abadie PU H. Herrmann MCF
*(Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben).				

<b>Qualifikationsziele</b>
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bekommen durch dieses Modul die Möglichkeit, bereits erworbene Kenntnisse zu vertiefen (eigenständig oder mit Betreuung)</li> <li>- müssen verschiedene im Lauf des Semester erworbene Kompetenzen miteinander verbinden</li> <li>- erlangen Verständnis dafür, auf welche Weise verschiedene Teile des Unternehmens zusammenarbeiten</li> <li>- arbeiten im Team bezüglich der Informationssammlung, -analyse und der Entscheidungsfindung</li> </ul>

<b>Lehrinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teamarbeit, welche dazu dient, die theoretischen Kenntnisse anzuwenden und sinnvoll miteinander zu verbinden. Durchgeführt werden beispielsweise: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhandlungssimulation</li> <li>• Unternehmensplanspiel</li> <li>• Werbekampagne</li> <li>• Exkursionen</li> <li>• Teilnahme an Forschungsseminaren</li> <li>• Etc.</li> </ul> </li> </ul>

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
J.- P. Abadie PU	Activité transversale 2 Études de cas de projets d'aménagement et d'équipement touristiques <i>Fallstudie zur Gestaltung eines touristischen Konzepts</i>	4	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat
J.- P. Abadie PU	Activité transversale 3 Études de cas conception et promotion d'offres touristiques <i>Fallstudie zur Gestaltung eines touristischen Konzepts</i>	4	PL: Klausur / Hausarbeit / Referat



## 5. Semester

Jade Hochschule					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
Kosten- und Leistungsrechnung				Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-01	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Insurance, Banking and Finance - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Drees-Behrens, Prof. Dr. A. Schmidt
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- besitzen anwendungsorientierte Kenntnisse über die Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung.</li> <li>- können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung beschreiben.</li> <li>- können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten.</li> <li>- beherrschen die Erfassung und Berechnung der Kostenarten.</li> <li>- beherrschen die Verrechnung der Gemeinkosten im BAB.</li> <li>- beherrschen die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung.</li> <li>- beherrschen die Grundformen der Betriebsergebnisrechnung.</li> <li>- können die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen darstellen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; System der Kostenrechnung im Überblick; Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse; Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über-/Unterdeckungen; Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation; Betriebsergebnisrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen.					

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-02	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirtschaft</li> <li>- Tourismuswirtschaft</li> <li>- Insurance, Banking and Finance</li> <li>- Tourismuswirtschaft deutsch-französisch</li> </ul>		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg, Prof. Dr. M. Kirspel, Dr. S. Behrends
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnissen auf dem Gebiet der makroökonomischen Theorie.</li> <li>- erwerben Kenntnissen im Bereich der Stabilisierungspolitik.</li> <li>- erlangen Verständnis des Einflusses von Geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen auf das gesamtwirtschaftliche Kreislaufniveau.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens; Makroökonomische Theorie: Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihr Zusammenhang, Arbeitsmarkt und gesamtwirtschaftliches Angebot, Gleichgewicht auf dem Güter- und dem Kapitalmarkt; Der Geldmarkt: Geldnachfrage, Geldangebot und Gleichgewicht auf dem Geldmarkt; Der Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau; Wirtschaftspolitik: Gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen; Die Ziele Preisniveaustabilität, Hoher Beschäftigungsstand, Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum und Außenwirtschaftliches Gleichgewicht: Jeweils Definition, Messung, Probleme aus der Zielverfehlung, Maßnahmen zur Erreichung des Ziels; Wirtschaftspolitische Konzeptionen: Antizyklische und potenziellorientierte Nachfragepolitik, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik; Politisch-ökonomische Aspekte wirtschaftspolitischer Konzeptionen.					

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

<b>E-Commerce im Tourismus</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-03</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen den Aufbau, die Dienstleistungen und die standardisierten Einsatz- und Nutzungsbedingungen Globaler Distributionssysteme (GDS) und ihrer Front-, Mid- und Backoffice-Dienste.</li> <li>- sind befähigt, diese zentralen IT-Service-Systeme im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse, Märkte und Geschäftsmodelle zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Dienstleistungen von Business Travel Management-Systemen und sind befähigt, sie im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse und Märkte zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen die technischen Grundstrukturen des Internets und sind fähig, daraus besondere Anforderungen an die Realisierung von tourismuswirtschaftlichen ECommerce-Prozessen abzuleiten und in Systemkonzepte zu integrieren, sie kennen die Schnittstellen zwischen tourismuswirtschaftlicher Anwendung und systemtechnischer Realisierung.</li> <li>- erkennen die Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen.</li> <li>- kennen und verstehen die besonderen innovativen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web-basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Globale Distributionssysteme (GDS)</u>: Aufbau, Dienstleistungen, standardisierte Verfahren, Nutzungs- und Einsatzbedingungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse, Kosten- und Investitionskriterien, relevante tourismuswirtschaftliche Entwicklungen mit GDS-Bezug</p> <p><u>Business Travel Management-Systeme</u>: Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse</p> <p><u>Technologie des Internets</u> und Voraussetzungen zum Electronic Commerce in der Tourismuswirtschaft, besondere Anforderungen an die Entwicklung web-basierter E-Commerce-Systeme, insbesondere: Aktualität und dynamische Web-Seiten, Transaktionssicherheit, Zahlungsverkehr und Datenschutz, Schnittstellen zu den Tourismus-Datenbanken und Reservierungssystemen</p> <p><u>Virtuelle Reisemittler</u> und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und automatisierte Geschäftsprozesse</p> <p><u>Besonderen Möglichkeiten</u>, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management</p> <p><u>Mobile Internet Dienste</u>, insbesondere ortsbasierte Dienste/Location Based Services</p> <p><u>Interdependenzen</u> zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen.</p>					

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Interkulturelles Management III: Interkulturelle Reflektion, Managementtraining und Umgang mit Konfliktsituationen</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-04	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	Wintersemester	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		Klausur 1,5 h oder Hausarbeit oder Referat		Seminar, Vorlesung	Prof. Dr. T. Kirstges, Dr. A. Mitovski
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben ihre im Partnerland und in der binationalen Studienkohorte erlangten Erfahrungen kulturvergleichend miteinander ausgetauscht, reflektiert, diskutiert und aufgearbeitet (Austausch und Kompetenzabgleich);</li> <li>- sind befähigt, die eigene Kompetenz in Konflikt- und Grenzsituationen einzuschätzen;</li> <li>- haben ihre Kenntnisse über Kommunikations- und Denkkontraste im deutsch-französischen Kontext vertieft und gelernt, Ursachen kulturbedingter Missverständnisse mit französischen Partnern zu erkennen und kulturadäquat umzusetzen;</li> <li>- sind befähigt, Fehleinschätzungen und Missverständnisse sowie Vorurteile und Konflikte im französischen Umfeld zu vermeiden und Risiken und Entscheidungen besser einzuschätzen;</li> <li>- sind befähigt, Probleme zu analysieren und Lösungsansätze für das frankophone Umfeld zu entwickeln;</li> <li>- sind durch Reflektion und Diskussion für zukünftige Vorgehensweisen und typische Fehler sensibilisiert;</li> <li>- haben ein grundlegendes Verständnis der Erwartungshaltungen in Frankreich erlangt;</li> <li>- sind in der Lage, Feedback-Techniken anzuwenden.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Kulturvergleichende Aufarbeitung der Erfahrungen der Studierenden im Partnerland gemeinsam mit ihren französischen Kommilitonen - Reflexion, Diskussion zum Austausch und Kompetenzabgleich; Einschätzen der eigenen Kompetenz in Konflikt- und Grenzsituationen; Kommunikations- und Denkkontraste im deutsch-französischen Kontext; Erkennen und kulturadäquate Umsetzung von Ursachen kulturbedingter Missverständnisse mit französischen Partnern; Risiken und Entscheidungen einschätzen lernen; Vermeiden von Fehleinschätzungen und Missverständnissen und von Vorurteilen und Konflikten im frankophonen Umfeld; Problemanalyse und Lösungsansätze für das französische Umfeld; Reflektion zukünftiger Vorgehensweisen und typischer Fehler; Erwartungshaltungen in Frankreich; Anwendung von Feedback-Techniken. Die Veranstaltung wird i. d. R. in französischer oder englischer Sprache angeboten, entsprechend sind die Prüfungsleistungen anteilig in französischer oder englischer Sprache zu erbringen.</p>					

## **Name des Studienschwerpunkts:**

### **Management im Gesundheitstourismus**

#### **zugehörige Pflichtmodule:**

- Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten oder Hausarbeit oder K 1h und R)
- Spezielle BWL im Gesundheitstourismus (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten oder Kursarbeit)
- Vertiefende Aspekte des Gesundheitstourismus und -managements (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten oder Kursarbeit)

## Studienschwerpunkt „Management im Gesundheitstourismus“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-05MG	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahlschwerpunkt MGT	5	150h davon 54h Präsenzstudium 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder (Klausur 1h und Referat)  Anteil der Endnote: 5/192  <b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>  Bei (Klausur 1h und Referat) ist das Referat Prüfungsvorleistung, um an der Klausur teilnehmen zu können.		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können zwischen dem Ersten und Zweiten Gesundheitsmarkt differenzieren und diese charakterisieren,</li> <li>- kennen Unterschiede der nationalen Gesundheitssysteme,</li> <li>- erwerben Kenntnisse über Struktur und Ausgestaltung des deutschen Gesundheitssystems sowie seiner Leistungs- und Kostenträger,</li> <li>- kennen die Struktur und Ausgestaltung der Anbieter- und Nachfrageseite im deutschen Gesundheitstourismus,</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse über medizinisch-gesundheitsbezogene Begrifflichkeiten und Konzepte,</li> <li>- sind in der Lage, beide Gesundheitsmärkte und deren Zusammenspiel zu erkennen und zu beurteilen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Struktur des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes; Grundmodelle internationaler Gesundheitssysteme; Gesundheitssystem in Deutschland: Grundmerkmale und -prinzipien, Grundlagen zur Sozialversicherung – v.a. der Kranken-, Renten- und Unfallversicherung, Grundzüge ambulanter und stationärer Versorgung, Grundzüge der Sozialgesetzgebung, Marktdaten und Kennzahlen, Gesundheitsstrukturreformen und ihre Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft, Rolle von Patientenorganisationen; Grundlagen des Gesundheitstourismus: Terminologie und Systematisierungsansätze, historische Entwicklung, Rahmenbedingungen, Marktdaten und Marktvolumina, Differenzierung der Angebotsseite, Kurortprädikatisierung, Märkte im Umfeld gesundheitstouristischer Angebotsträger, Bedürfnistheorien und Segmentierungsansätze zur Nachfrageseite; gesundheitsbezogene Grundlagen: Gesundheit/Krankheit, Konzept der Saluto-/Pathogenese und evidenzbasierten Medizin, Grundzüge der Epidemiologie, Prävention und Gesundheitsförderung, Prinzip der Kurortbehandlung, medizinische Indikationen und Therapieformen im Gesundheitstourismus					

## **Name des Studienschwerpunkts:**

### **Destination Management**

#### **zugehörige Pflichtmodule:**

- Grundlagen des Destination-Managements (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten)
- Destination-Development (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 45 Minuten + Hausarbeit)
- Vermarktung und Vertrieb im Destination-Management (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten oder Kursarbeit)

## Studienschwerpunkt „Destination Management“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft					
<b>Grundlagen des Destination Managements</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-05DM	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt DM	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung im kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen.</li> <li>- beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor.</li> <li>- wenden Qualitätsmanagementprozesse auf eine Destination-Management-Organisation an.</li> <li>- können verschiedene Aufbauorganisationsformen und spezifische Aspekte der Personalführung in einer Destination-Management-Organisation unterscheiden und entwerfen.</li> <li>- beurteilen Modelle der Finanzierung von öffentlichen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen.</li> <li>- erlangen grundlegende Kenntnisse in allen für eine Destination-Management-Organisation relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, der Kostenrechnung, der wirtschaftlichen Planung und des Controlling.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Aufgaben des Destination-Managements, die Destinationen als strategische Geschäftseinheit, Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor, Attraktionsfaktoren und Infrastruktur einer Destination, aktuelle Trends & Entwicklungen, Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung, Aspekte der Personalführung und des Arbeitsrechts, Formen der Aufbauorganisation im Destination-Management, Rechnungswesen und Doppik bei Tourismusorganisationen, Finanzierungsmodelle und Förderungsmöglichkeiten, Aufstellung eines Wirtschaftsplans, Controlling und Kennzahlen im Destination-Management					



**Name des Studienschwerpunkts:**

**Management der Reiseveranstalter und Reisemittler**

**zugehörige Pflichtmodule:**

- Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern & Reisemittlern (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten)
- Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 45 Minuten + Hausarbeit)
- Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern & Reisemittlern (4 SWS / 5 ECTS mit Klausur 90 Minuten)

## Studienschwerpunkt „Management der Reiseveranstalter und Reisemittler“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-05RV</b>	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	1	semesterweise	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt RV/RM	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. Torsten Kirstges
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controlling und der Reisepreiskalkulation.</li> <li>- vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin.</li> <li>- lernen die spezifischen IT-Fragestellungen und IT-Systeme der Reiseveranstalter-/Reisemittler-Branche kennen.</li> <li>- können die Eignung dieser Systeme bewerten und die Aufgaben des Informations- und Rechnungswesens IT-gestützt erledigen.</li> <li>- erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Besonderheiten der Buchführung in Touristikunternehmen; steuerrechtliche Besonderheiten bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern (insbes. Margenbesteuerung gemäß UStG); Kostenrechnung und Controlling, Cash-Management; Preiskalkulation und Preisgestaltung bei Reiseveranstaltern/-mittlern; Provisionssysteme; EDV-gestützte Kontingentplanung und Preiskalkulation, Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware; Konfiguration von Hard- und Software in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern; logischer Aufbau und praktische Handhabung von Inhouse- und Host-Reservierungssystemen/GDS für Reiseveranstalter und -mittler; Möglichkeiten und Probleme der Anbindung von Reiseveranstaltern an Reservierungssysteme und andere elektronische Vertriebssysteme; Fallstudien zu o.g. Inhalten					

## Wahlpflichtbereich A

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06a	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. J. Berlingen
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Grundlagen der Unternehmensbewertung von Hotelbetrieben und anderen Tourismusbetrieben.</li> <li>- kennen Grundlagen der Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken mit touristischer Nutzung.</li> <li>- kennen Verfahren der Unternehmensbewertung, insbesondere Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren.</li> <li>- kennen Verfahren der Grundstückswertermittlung, insbesondere Vergleichswert, Sachwert, Ertragswert.</li> <li>- kennen Methodik der Herleitung von bewertungsrelevanten Parametern bei Hotels.</li> <li>- kennen Methoden zur Bestimmung von Liegenschaftszinssatz und Kalkulationszinsfuß.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Bewertung von Hotels und Hotelunternehmen ohne Immobilienbesitz; Grundlegende Methoden der Unternehmensbewertung, insbesondere Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren, andere Verfahren; Grundlegende Methoden der Grundstücksbewertung bei Hotelliegenschaften und anderen Managementimmobilien, insbesondere WertV, Beleihungswerte, Verfahren zur Bestimmung von Verkehrswerten, Grundlage der Grundstücksbewertung, Grundlagen der Sachwertermittlung, Grundlagen der Ertragswertermittlung, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmensbewertung und Grundstücksbewertung, Fallstudien					

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06b	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen die durch den Tourismus und Tourismusunternehmen/-organisationen in der natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt verursachten Probleme kennen.</li> <li>- vertiefen die Konzepte Öko-Tourismus, Sanfter Tourismus, Nachhaltiger Tourismus sowie CSR und lernen diese voneinander abzugrenzen.</li> <li>- erkennen die Umsetzungsprobleme dieser Konzepte.</li> <li>- werden in die Lage versetzt, entsprechende Konzepte für ein Tourismusunternehmen zu erarbeiten und mittels spezifischer Instrumente umzusetzen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Grundzüge der Tourismuskritik; historische Entwicklung sowie ökonomische, ökologische, branchenspezifische, rechtliche und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen eines nachhaltigen Tourismus; Probleme und Chancen einer branchenweiten CSR-Strategie; Umweltorientierte Gütesiegel im Tourismus; Wertewandel und Wertewandelsforschung; Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem und in der Unternehmensphilosophie; Strategische Optionen im Umweltmanagement; unternehmensspezifische organisatorische Verankerung des sanften Tourismus; umweltorientierte Leistungsgestaltung; Möglichkeiten der Beeinflussung des Reisendenverhaltens; finanzielle Maßnahmen zur Erhaltung oder Wiederherstellung der Umwelt; Ansatzpunkte und Probleme von Öko-Bilanzen; Fallbeispiele (z.B. zu Umweltbelastungen, Kindersextourismus etc.)					

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

**IT-Projektseminar**

Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-06c

Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Kursarbeit Anteil der Endnote: 5/192		Projektseminar	Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			

**Qualifikationsziele**

Die Studierenden

- lernen Projekt orientiertes Arbeiten auf Basis eines IT-basierten tourismuswirtschaftlichen Projekts
- verstehen den Aufbau und die Funktionalität von Software- und Datenbanksystemen, die standardisiert für die Tourismusbranche oder für Segmente der Branche in den jeweiligen Tourismusunternehmen eingesetzt werden.
- verstehen die technischen und organisatorischen Einsatzbedingungen, Schnittstellen und Vernetzungen
- verstehen und vollziehen die Prozesse zum anwendungsbezogenen Aufbau der Systeme
- verstehen, das Tourismusunternehmen mit seinen Daten, betrieblichen Abläufen und Kommunikationsprozessen, mit seinem Geschäftsmodell in einem geeigneten Standardsystem abzubilden und das Unternehmen elektronisch arbeitsfähig zu machen
- sind befähigt zu einer interdisziplinären Schnittstellenfunktion zwischen Informationstechnologie und tourismusbetrieblicher Anwendung, sie können automatisierte E-Commerce-Prozesse gestalten und die IT-Systeme einbinden und einrichten
- können entsprechende Systemen im Sinne von Investitions- und Zukunftsentscheidungen beurteilen

**Lehrinhalte**Vorbemerkung:

Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand.

Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen, z.B.:

- Virtuelle Reisemittler, Virtuelle Reiseveranstalter und Internet Booking Engines (IBE)
- Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services)
- IT-Systeme, z.B.
  - o der Reisemittler und Reiseveranstalter
  - o im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)

- in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS)
- Aktuelle Fallstudien, z.B.
  - zu den Global Distribution Systems (GDS)
  - zu Business Travel Management Systemen (BTM)

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06d	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. T. Kirstges Prof. J. Berlingen Prof. Dr. U. Weithöner Prof. Dr. E. Schmoll
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden erwerben grundlegende bis vertiefende Kenntnisse zu spezifischen Themen und Fragestellungen im tourismusbezogenen Kontext, die in den allgemeinen tourismuswirtschaftlichen Fächern sowie in den Studienschwerpunkten nicht ausreichend bearbeitet werden können und diese somit ergänzen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Psychologie des Tourismus, Kulturtourismus, Sporttourismus, Senientourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Stadt- und Regionalmarketing</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06e	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. E. Schmoll Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlernen Grundlagen und Ziele des Stadt- und Regionalmarketings.</li> <li>- Erlernen Grundlagen der Stadt- und Regionalkommunikation</li> <li>- kennen Möglichkeiten der Umsetzung gemeinsamer Ziele in der Zukunftsplanung.</li> <li>- können Botschaften erarbeiten und als Kommunikationsbasis einsetzen.</li> <li>- erlernen strategische Prozessabläufe und können diese eigenständig modifizieren.</li> <li>- können Unterschiedliche Prozessmodelle erarbeiten und bewerten.</li> <li>- erlernen Assoziations- und Moderationstechniken und können diese anwenden, um Prozesse selbst zu leiten.</li> <li>- beherrschen Kommunikationstechniken und können diese anwenden.</li> <li>- können Kommunikationsschritte strategisch planen und realisieren.</li> <li>- können kritische Aspekte in strategischen Kommunikationsverfahren erkennen und Instrumente als Gegenmaßnahmen einsetzen.</li> <li>- lernen spezielle Arten der Kommunikationsvermittlung</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Grundlagen Stadt- und Regionalmarketing, Analyseverfahren, Analysefelder, Philosophische Aspekte, Image, Imagefaktoren, Botschaft, -ebenen, -inhalte, Stadt- und Regionalkommunikation, Kommunikationstechniken, Kommunikationsinstrumente, Vertiefung Pressearbeit: Aufbau Pressemitteilung, Stil und Sprache, Erwartungen der Medien; Kommunikationsstrategien, Krisenabläufe in der Kommunikation von Prozessen, Kommunikative Prozessabläufe, Moderation, Kreativität, Assoziationstechniken, Motivationsaspekte, Öffentlichkeit, Publikum, Teilöffentlichkeiten, Zielgruppen, Prozessabläufe unterschiedlichster Modelle, gruppensdynamische Aspekte, strategischer Kernprozess, Handlungsfelder, operative Aspekte, Realisationskomponenten, Finanzierung, Gesellschaftsformen</p>					



<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Tourismuspolitik</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06f	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. G. Hilligweg, Prof. Dr. M. Kirspel, Dr. S. Behrends
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Strukturen und Entscheidungsträger im Deutschlandtourismus.</li> <li>- sind in der Lage tourismuspolitische Sachverhalte zu analysieren, zu bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die zukünftige Tourismusedwicklung zu ziehen.</li> <li>- können Entwicklungsprozesse anhand relevanter Kennzahlen ökonomisch bewerten.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Strukturen des Tourismus auf lokaler, regionaler, Länder- und Bundesebene; staatliche, halbstaatliche und private Träger der Tourismuspolitik, ihre Organisationsstruktur und Aufgaben; wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Volkswirtschaft; Wertschöpfung, Beschäftigungseffekte, ökologische Auswirkungen, außenwirtschaftliche Bedeutung; Tourismuspolitik auf europäischer und internationaler Ebene; soziokulturelle und ökologische Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern; aktuelle Problemfelder					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Wirtschaftsfranzösisch D</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-5-06g	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL. H. Paetz A. Struve-Rivalain
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Üben und vertiefen Ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen des „français soutenu“ (z.B. passé simple, passé antérieur)</li> <li>- Vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder</li> <li>- Vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer und anspruchsvoller Texte) und produktiven (registeradäquate, zielgruppenorientierte Textproduktion) Sprachgebrauch</li> <li>- Erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen)</li> <li>- Erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Originaltexten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie, sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz und der Erörterung von Managementproblemen anhand konkreter Problemstellungen.					

<b>Wirtschaftsspanisch A</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-06h</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	AdL G. Bürling
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems.</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken.</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen).</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> <li>- N.B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs – und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Wirtschaftsenglisch A</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-5-06i</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL G. Bürling; AdL H. Paetz; P. Remde (BA); J. Varban (BA)
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden erwerben <ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegende Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems.</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken.</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen).</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 / B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs – und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					

## 6. Semester

Jade Hochschule					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
BWL-Investition und Finanzierung				Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-01	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Insurance, Banking and Finance - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. K. Amann, Prof. C. Döring, Prof. Dr. C. Drees-Behrens, Prof. Dr. R. Heno, Prof. Dr. A. Schmidt, Prof. Dr. I. Thiede, Prof. Dr. C. Wobbe
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über Kenntnisse der Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte.</li> <li>- kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und Finanzierungsformen.</li> <li>- sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen.</li> <li>- können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen.</li> <li>- verfügen über Kenntnisse von Finanzplanungstechniken.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns, Investitionsbegriff, Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung, Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung, Methoden der Kapitalbedarfsplanung, Finanzierungs begriff, Funktionen, Struktur und Akteure der Finanzmärkte, Finanzierungsarten und -formen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung), Finanzierung bei besonderen Anlässen, Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen, Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt), Grundzüge der Finanzplanung.					

<b>Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-02</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. M. Bartsch
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundkenntnisse des Besteuerungsverfahrens erwerben</li> <li>- grundlegende Probleme aus dem Bereich der Ertragsteuern anhand von Fallbeispielen erkennen und lösen können,</li> <li>- den Gewinn eines Einzelunternehmens mittels einer Einnahme- / Überschuss-Rechnung berechnen können,</li> <li>- die grundlegende umsatzsteuerliche Systematik kennenlernen und anhand von Fallbeispielen umsatzsteuerliche Probleme erkennen und lösen können.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Einkommensteuer</u> Stellung der Einkommensteuer im Steuersystem, Aufbau des EStG, Erhebungsformen der ESt, Entstehung, Fälligkeit, Anrechnung, unbeschränkte persönliche Steuerpflicht, Veranlagungsarten, sachliche Einkommensteuerpflicht mit den Einkunftsarten, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens und der tariflichen Einkommensteuer. Im Einzelnen u. a. Einkunftsarten, Einnahmen, Werbungskosten, nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung, Einnahme-Überschuss-Rechnung, Zufluss-Abfluss-Prinzip, Gewinnermittlungsarten, Betriebsausgaben, nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, Steuerbefreiungen, Abgrenzungsprobleme der gewerblichen Einkünfte, Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen. Anrechnung der Gewerbesteuer.</p> <p><u>Umsatzsteuer</u> Einführung in das Steuersystem der Bundesrepublik und in das System der Umsatzsteuer, Steuerbarkeit (u. a. mit der Unternehmereigenschaft, der Beschreibung des Rahmens des Unternehmens, den Leistungsarten, der Einheitlichkeit der Leistung, den unentgeltlichen Leistungen und der Ortsbestimmung aller Leistungen, auch von Reihengeschäften), die Steuerbefreiungen, auch mit Optionsmöglichkeiten, den Steuersätzen, der Bemessungsgrundlage mit Sonderfällen, Änderung der Bemessungsgrundlage, dem Steuerschuldner, der Entstehung der Steuer, dem Reverse-Charge-Verfahren, Rechnungsvoraussetzungen, dem Vorsteuerabzug, und dem Besteuerungs- und Anmeldeverfahren.</p> <p><u>Körperschaft-, Gewerbe-, Zuschlagsteuer und das steuerliche Verfahrensrecht</u> Systematischer Überblick und Grundkenntnisse</p>					

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Internationales Tourismusmanagement</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-03</b>	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Vorlesung	Prof. Dr. K. Amann
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über Aufkommens- und Zielländer des internationalen Tourismus und diesbezügliche leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien internationaler Tourismusunternehmungen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
Marktstrukturen der Aufkommensländer, Erscheinungsformen der Zielländer und ihrer Risiken, leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien in der internationalen Tourismuswirtschaft, Auswirkungen der Tourismuswirtschaft auf die Investitionsländer.					

## Studienschwerpunkt „Management im Gesundheitstourismus“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Spezielle BWL im Gesundheitstourismus</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-04MG	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahlschwerpunkt MGT	5	150h davon 54h Präsenzstudium 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die verschiedenen Produktkonzepte im Gesundheitstourismus,</li> <li>- lernen, bestehende gesundheitstouristische Angebote zu bewerten,</li> <li>- sind in der Lage, Anbieter des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes zu vernetzen und basierend darauf innovative Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu erstellen,</li> <li>- kennen betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen, v.a. Organisation, Kennzahlen und Qualitätsmanagement</li> <li>- optimieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Terminologie und inhaltliche Ausgestaltung der Produktkonzepte Wellness, Medical Wellness, Kur/Rehabilitationen, Theorie der gesundheitstouristischen Angebotsgestaltung im Kontext verschiedener Angebotssparten, rechtliche und inhaltliche Aspekte der GKV-geförderten gesundheitstouristischen Primärprävention, Analyse und Beurteilung gesundheitstouristischer Angebote am Markt differenziert nach Angebotssparten und Anbietersegmenten (u.a. der Reiseveranstalter, Beherbergungsanbieter, Kurorte/Destinationen, Krankenkassen, Kliniken/Gesundheitszentren), betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer Einrichtungen: Organisation, Kennzahlen, Personalpolitik; Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus: Notwendigkeit, Ansätze zur Definition und Dimensionierung der Dienstleistungsqualität, Zusammenhang von Qualität und Kundenzufriedenheit, Qualitätskriterien touristischer und medizinischer Leistungen, Modelle zur Beurteilung der Qualität, Methoden zur Prozessvisualisierung, merkmals- und ereignisorientierte Qualitäts- und Zufriedenheitsmessung, Methoden zur Sicherstellung der Qualität, Analyse und Beurteilung von Qualitätsmanagementansätzen im Gesundheitstourismus auf der Basis von EFQM, Qualitätsauszeichnungen, Zertifizierungen und Gütesiegel.					



## Studienschwerpunkt „Management im Gesundheitstourismus“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Vertiefende Aspekte des Gesundheitstourismus-Management</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-05MG</b>	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahlschwerpunkt MGT	5	150h davon 54h Präsenzstudium 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. Ines Behn-Künzel
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben spezifische Kenntnisse durch Vertiefung exemplarischer Themen und Fragestellungen im theoretischen und praxisbezogenen Kontext,</li> <li>- lernen insbesondere bei Durchführung des seminaristischen Stils der Lehrveranstaltung, Themen analytisch-wissenschaftlich aufzubereiten, diese vor einer Gruppe zu präsentieren und darüber zu diskutieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Vertiefung von tourismusbetriebswirtschaftlichen, gesundheitswirtschaftlichen und gesundheitsbezogenen Themen und Fragestellungen, u.a. zu Betrieblichen Gesundheitsmanagement, Informations- und Kommunikationstechnologien im Gesundheitstourismus, Medizintourismus, Therapieformen und Gesundheitstourismus spezifischer Anbietersegmente (z.B. im Kreuzfahrt- und Beherbergungssektor).					

## Studienschwerpunkt „Destination Management“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Destination-Development</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-04DM</b>	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt DM	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5 oder (Klausur 1h + Hausarbeit)  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>Voraussetzung zur Teilnahme</b>			
		Bei (Klausur 1h und Hausarbeit) ist die Hausarbeit Prüfungsvorleistung, um an der Klausur teilnehmen zu können.			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- entwerfen Entwicklungsstrategien und Gestaltungsoptionen von Destinationen.</li> <li>- wenden Planungssysteme und Führungstools innerhalb einer Destination-Management-Organisation an.</li> <li>- können verschiedene Organisations- und Rechtsformen von Destination-Management-Organisationen einander gegenüberstellen und vergleichen.</li> <li>- planen Netzwerk- und Kooperationsformen innerhalb einer Destination.</li> <li>- konzipieren eine touristische Destination unter den Gesichtspunkten nachhaltiger Entwicklung.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Entwicklungsstrategien von Destinationen, Angebotsinszenierung und touristische Inwertsetzung von Räumen und Sehenswürdigkeiten, Planungssysteme und Führungstools einer Destination-Management-Organisation (insbesondere Erstellung von Leitbildern und Masterplänen), Grundzüge des Projektmanagements, Organisations- und Rechtsformen im Destination-Management, touristische Interessenvertretung in einer Destination, Netzwerke und Kooperationen einer Destination-Management-Organisation, nachhaltige Destinationsentwicklung, praktische Anwendung / Fallstudien					

## Studienschwerpunkt „Destination Management“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Vermarktung und Vertrieb im Destination Management</b>				<b>Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-05DM</b>	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt DM	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. E. Schmoll
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen normative, strategische und operative Abläufe im Destination-Marketing.</li> <li>- wenden verschiedene Methoden der Marktforschung im Destination-Management an.</li> <li>- analysieren verschiedene Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen.</li> <li>- übertragen die Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen.</li> <li>- berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Marketing.</li> <li>- beurteilen verschiedene destinationsspezifische IT-Systeme.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Beherbergungsstatistik und Marktforschung innerhalb einer Destination, Markenbildung einer Destination, Innen- und Binnenmarketing, Ausgewählte Angebotssegmente (insbesondere Kur-/Wellness, MICE, Kultur, Natur, Städte), Events und Veranstaltungswesen sowie Messewesen, Einsatz der Marketing-Instrumente im Destination-Marketing, Produktentwicklung, Kommunikation in Vertrieb und Beratung, rechtliche Aspekte im Vertrieb der Destination-Management-Organisation, destinationsspezifische IT-Systeme					

## Studienschwerpunkt „Management der Reiseveranstalter und Reisemittler“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-04RV	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt RV/RM	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder (Klausur 1h und Hausarbeit)  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Bei (Klausur 1h und Hausarbeit) ist die Hausarbeit Prüfungsvorleistung, um an der Klausur teilnehmen zu können.			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen.</li> <li>- erlangen vertiefte Kenntnisse in folgenden juristischen Bereichen: reiserechtliche Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze; rechtliche Stellung des Reiseveranstalters und des Reisemittlers; Urteile zum Reiserecht in Deutschland; Gestaltung der AGB beim Reiseveranstalter; aktuelle Probleme des Wettbewerbsrechts.</li> <li>- erlangen die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Lösung von Rechtsfällen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
historische Entwicklung und heutige Bedeutung des Veranstalter- und Reisemittlermarktes (weltweit, europaweit, in Deutschland); dienstleistungsspezifische und daraus resultierende betriebswirtschaftliche und rechtliche Besonderheiten der Veranstalter- und Reisemittlerleistungen; ausgewählte quantitative und qualitative Aspekte der Tourismuskonsumnachfrage, insbesondere Tourismustrends inkl. ökologischer Aspekte; Arbeitsmarkt Reiseveranstalter/-mittler inkl. Tarif- und Arbeitsverträge und deren rechtlicher Rahmen; Prozess der Wertschöpfung, Wertschöpfungskette und Grundlagen des Wertschöpfungsmanagements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; Reisevertragsrecht (insbes. rechtliche Relevanz der Reisekataloge und sonstiger Trägermedien; § 651 BGB; BGB-Informationsverordnung; Recht der Allgemeinen Reisebedingungen); Grundzüge internationaler rechtlicher Rahmenbedingungen (insbes. Montrealer Abkommen); wettbewerbsrechtliche Aspekte des Touristikmarketing (insbes. UWG, PAngVO); Insolvenzabsicherung; Beispiele früherer höchstrichterlicher und aktueller Rechtsprechung; Reklamations-/Qualitätsmanagement in der Veranstalterpraxis; Fallstudien und Rechtsfälle.					

## Studienschwerpunkt „Management der Reiseveranstalter und Reisemittler“

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern &amp; Reisemittlern</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-05RV	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul im Wahl-Schwerpunkt RV/RM	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen aufeinander abgestimmte Strategien und Maßnahmen zum erfolgreichen Lenken und Leiten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen.</li> <li>- vertiefen spezielle Management- und Marketingstrategien sowie operative Handlungsansätze zur Optimierung der Wertschöpfungsaktivitäten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern.</li> <li>- lernen spezifische organisatorische und personalwirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen und lösen.</li> <li>- erlernen und nutzen hierzu spezielle Managementtechniken und IT-Tools (z.B. Clusteranalysen im Rahmen der Marktsegmentierung; DTP-Software im Rahmen der Reisekatalogerstellung; Gesprächstechniken im Rahmen der Mitarbeitermotivation etc.)</li> <li>- werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche.</li> <li>- perfektionieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation.</li> <li>- werden so zur Wahrnehmung von Aufgaben des mittleren bis höheren Managements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern befähigt.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Marktsegmentierung bei Reiseveranstaltern (Varianten, Zielgruppendefinition, Anwendung multivariater Verfahren (insbes. Clusteranalyse)), spezifisches Marketing, insbes. Reisekataloggestaltung (Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Design, Layout- und Drucktechnik) und Grundzüge des Internet-Marketing; strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen); Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM); Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik; Yield Management für Reiseveranstalter; Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR); Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen; aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation.					

## Wahlpflichtbereich B

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06a	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Hausarbeit oder Referat  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. J. Berlingen
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Grundlagen der Unternehmensbewertung von Hotelbetrieben und anderen Tourismusbetrieben.</li> <li>- kennen Grundlagen der Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken mit touristischer Nutzung.</li> <li>- kennen Verfahren der Unternehmensbewertung, insbesondere Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren.</li> <li>- kennen Verfahren der Grundstückswertermittlung, insbesondere Vergleichswert, Sachwert, Ertragswert.</li> <li>- kennen Methodik der Herleitung von bewertungsrelevanten Parametern bei Hotels.</li> <li>- kennen Methoden zur Bestimmung von Liegenschaftszinssatz und Kalkulationszinsfuß.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Bewertung von Hotels und Hotelunternehmen ohne Immobilienbesitz; Grundlegende Methoden der Unternehmensbewertung, insbesondere Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren, andere Verfahren; Grundlegende Methoden der Grundstücksbewertung bei Hotelliegenschaften und anderen Managementimmobilien, insbesondere WertV, Beleihungswerte, Verfahren zur Bestimmung von Verkehrswerten, Grundlage der Grundstücksbewertung, Grundlagen der Sachwertermittlung, Grundlagen der Ertragswertermittlung, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmensbewertung und Grundstücksbewertung, Fallstudien					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06b	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. E. Schmoll Prof. Dr. T. Kirstges
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen die durch den Tourismus und Tourismusunternehmen/-organisationen in der natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt verursachten Probleme kennen.</li> <li>- vertiefen die Konzepte Öko-Tourismus, Sanfter Tourismus, Nachhaltiger Tourismus sowie CSR und lernen diese voneinander abzugrenzen.</li> <li>- erkennen die Umsetzungsprobleme dieser Konzepte.</li> <li>- werden in die Lage versetzt, entsprechende Konzepte für ein Tourismusunternehmen zu erarbeiten und mittels spezifischer Instrumente umzusetzen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Grundzüge der Tourismuskritik; historische Entwicklung sowie ökonomische, ökologische, branchenspezifische, rechtliche und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen eines nachhaltigen Tourismus; Probleme und Chancen einer branchenweiten CSR-Strategie; Umweltorientierte Gütesiegel im Tourismus; Wertewandel und Wertewandelsforschung; Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem und in der Unternehmensphilosophie; Strategische Optionen im Umweltmanagement; unternehmensspezifische organisatorische Verankerung des sanften Tourismus; umweltorientierte Leistungsgestaltung; Möglichkeiten der Beeinflussung des Reisendenverhaltens; finanzielle Maßnahmen zur Erhaltung oder Wiederherstellung der Umwelt; Ansatzpunkte und Probleme von Öko-Bilanzen; Fallbeispiele (z.B. zu Umweltbelastungen, Kindersextourismus etc.)</p>					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>IT-Projektseminar</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06c	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Pflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Projektseminar	Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen Projekt orientiertes Arbeiten auf Basis eines IT-basierten tourismuswirtschaftlichen Projekts</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Funktionalität von Software- und Datenbanksystemen, die standardisiert für die Tourismusbranche oder für Segmente der Branche in den jeweiligen Tourismusunternehmen eingesetzt werden.</li> <li>- verstehen die technischen und organisatorischen Einsatzbedingungen, Schnittstellen und Vernetzungen</li> <li>- verstehen und vollziehen die Prozesse zum anwendungsbezogenen Aufbau der Systeme</li> <li>- verstehen, das Tourismusunternehmen mit seinen Daten, betrieblichen Abläufen und Kommunikationsprozessen, mit seinem Geschäftsmodell in einem geeigneten Standardsystem abzubilden und das Unternehmen elektronisch arbeitsfähig zu machen</li> <li>- sind befähigt zu einer interdisziplinären Schnittstellenfunktion zwischen Informationstechnologie und tourismusbetrieblicher Anwendung, sie können automatisierte E-Commerce-Prozesse gestalten und die IT-Systeme einbinden und einrichten</li> <li>- können entsprechende Systemen im Sinne von Investitions- und Zukunftsentscheidungen beurteilen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Vorbemerkung:</u> Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand.</p> <p>Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Virtuelle Reisemittler, Virtuelle Reiseveranstalter und Internet Booking Engines (IBE)</li> <li>- Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services)</li> <li>- IT-Systeme, z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>o der Reisemittler und Reiseveranstalter</li> <li>o im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)</li> </ul> </li> </ul>					



- in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS)
- Aktuelle Fallstudien, z.B.
  - zu den Global Distribution Systems (GDS)
  - zu Business Travel Management Systemen (BTM)

<b>Jade Hochschule</b> Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06d	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit  Anteil der Endnote: 5/192		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. T. Kirstges Prof. J. Berlingen Prof. Dr. U. Weithöner Prof. Dr. E. Schmoll
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden erwerben grundlegende bis vertiefende Kenntnisse zu spezifischen Themen und Fragestellungen im tourismusbezogenen Kontext, die in den allgemeinen tourismuswirtschaftlichen Fächern sowie in den Studienschwerpunkten nicht ausreichend bearbeitet werden können und diese somit ergänzen.					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Psychologie des Tourismus, Kulturtourismus, Sporttourismus, Seniorentourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Stadt- und Regionalmarketing</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06e	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung	Prof. Dr. E. Schmoll Prof. Dr. T. Kirstges
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlernen Grundlagen und Ziele des Stadt- und Regionalmarketings.</li> <li>- Erlernen Grundlagen der Stadt- und Regionalkommunikation</li> <li>- kennen Möglichkeiten der Umsetzung gemeinsamer Ziele in der Zukunftsplanung.</li> <li>- können Botschaften erarbeiten und als Kommunikationsbasis einsetzen.</li> <li>- erlernen strategische Prozessabläufe und können diese eigenständig modifizieren.</li> <li>- können Unterschiedliche Prozessmodelle erarbeiten und bewerten.</li> <li>- erlernen Assoziations- und Moderationstechniken und können diese anwenden, um Prozesse selbst zu leiten.</li> <li>- beherrschen Kommunikationstechniken und können diese anwenden.</li> <li>- können Kommunikationsschritte strategisch planen und realisieren.</li> <li>- können kritische Aspekte in strategischen Kommunikationsverfahren erkennen und Instrumente als Gegenmaßnahmen einsetzen.</li> <li>- lernen spezielle Arten der Kommunikationsvermittlung</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Grundlagen Stadt- und Regionalmarketing, Analyseverfahren, Analysefelder, Philosophische Aspekte, Image, Imagefaktoren, Botschaft, -ebenen, -inhalte, Stadt- und Regionalkommunikation, Kommunikationstechniken, Kommunikationsinstrumente, Vertiefung Pressearbeit: Aufbau Pressemitteilung, Stil und Sprache, Erwartungen der Medien; Kommunikationsstrategien, Krisenabläufe in der Kommunikation von Prozessen, Kommunikative Prozessabläufe, Moderation, Kreativität, Assoziationstechniken, Motivationsaspekte, Öffentlichkeit, Publikum, Teilöffentlichkeiten, Zielgruppen, Prozessabläufe unterschiedlichster Modelle, gruppenspezifische Aspekte, strategischer Kernprozess, Handlungsfelder, operative Aspekte, Realisationskomponenten, Finanzierung, Gesellschaftsformen</p>					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Tourismuspolitik</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06f	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. G. Hilligweg, Prof. Dr. M. Kirspel, Dr. S. Behrends
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Strukturen und Entscheidungsträger im Deutschlandtourismus.</li> <li>- sind in der Lage tourismuspolitische Sachverhalte zu analysieren, zu bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die zukünftige Tourismusedwicklung zu ziehen.</li> <li>- können Entwicklungsprozesse anhand relevanter Kennzahlen ökonomisch bewerten.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Strukturen des Tourismus auf lokaler, regionaler, Länder- und Bundesebene; staatliche, halbstaatliche und private Träger der Tourismuspolitik, ihre Organisationsstruktur und Aufgaben; wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Volkswirtschaft; Wertschöpfung, Beschäftigungseffekte, ökologische Auswirkungen, außenwirtschaftliche Bedeutung; Tourismuspolitik auf europäischer und internationaler Ebene; soziokulturelle und ökologische Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern; aktuelle Problemfelder					

<b>Jade Hochschule</b>					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
<b>Wirtschaftsfranzösisch D</b>				<b>Modul - Nr.:</b> TWdf-WHV-6-06g	
<b>Semester</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	<b>5</b>	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform / Prüfungsdauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL. H. Paetz
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Üben und vertiefen Ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen des „français soutenu“ (z.B. passé simple, passé antérieur)</li> <li>- Vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder</li> <li>- Vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer und anspruchsvollerer Texte) und produktiven (registeradäquate, zielgruppenorientierte Textproduktion) Sprachgebrauch</li> <li>- Erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen)</li> <li>- Erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der niveaustufe C1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Originaltexten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie, sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz und der Erörterung von Managementproblemen anhand konkreter Problemstellungen.</p>					

Jade Hochschule					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
Wirtschaftsspanisch A				Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-06h	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h oder Referat		Seminar	AdL G. Bürling
		Anteil der Endnote: 5/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems.</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken.</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen).</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B 1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> <li>- N.B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs – und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					

Jade Hochschule					
Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
Wirtschaftsenglisch A				Modul - Nr.: TWdf-WHV-6-06i	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6.	semesterweise	1	Wahlpflichtmodul	5	150h davon 54h Präsenzstudium, 96h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Klausur 1,5h		Seminar	AdL G. Bürling; AdL H. Paetz; P. Remde (BA); J. Varban (BA)
		Anteil der Endnote: 5/192			
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine Voraussetzung			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden erwerben</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegende Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems.</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken.</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen).</li> <li>- erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz).</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 / B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs – und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					

## 7. Semester

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch					
Praxisphase Tourismuswirtschaft				Modul - Nr.: TWdf-WHV-7-01	
Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
7.	semesterweise	1	Pflichtmodul	18	540h davon 40h Präsenzstudium, 500h Selbststudium  12 Wochen Praktikum
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		SL: Praxissemesterbericht + Referat  Anteil der Endnote: 0/192		Seminar + Praktikum	begleitende Lehrveranstaltung: Prof. Dr. Torsten Kirstges Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Zum Praxissemester wird zu- gelassen, wer mindestens 150 CP nachweisen kann.			
Qualifikationsziele					
<p>Das Praxissemester soll es den Studierenden ermöglichen, die bis dahin im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der tourismuswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung auszubauen. Die im Praxissemester gewonnenen Erkenntnisse sollen ihrerseits wieder im darauf folgenden Studium reflektiert und in den Lehrveranstaltungen eingebracht werden. Die begleitende Lehrveranstaltung soll die Studierenden auf dieses Praxissemester vorbereiten. Sie hat insbesondere folgende Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Austausch von Informationen zwischen den Studierenden: Die Praktikanten berichten über ihre Erfahrungen mit der Praxissemesterstelle, zeigen typische Arbeitsweisen in den Unternehmen der Tourismusbranche auf etc.</li> <li>- Marktüberblick Tourismus: Die Studierenden gewinnen einen Einblick in Unternehmen aus den unterschiedlichen touristischen Branchen (Reisemittler, Reiseveranstalter, Hotelbetriebe, Airlines, Busunternehmen, Zielgebietsorganisationen etc.); sie lernen zahlreiche Tourismusunternehmen als potentielle Arbeitgeber kennen.</li> <li>- Vermittlung der formalen und inhaltlichen Richtlinien zur Vorbereitung und Gestaltung des Praxissemesters bzw. des Praxissemesterberichts.</li> <li>- Vorbereitung der Studierenden auf eine Bewerbung auf eine Praktikumsstelle bzw. eine spätere Arbeitsstelle (Bewerbertraining).</li> <li>- Schulung der sozialen und kommunikativen Kompetenz durch Präsentationen, Diskussionen, Rollenspiele etc.</li> <li>- Schulung von typischen Praktikanten- bzw. Assistententätigkeiten (z.B. Erstellung von Sitzungsprotokollen, Vorbereitung von Präsentationen etc.).</li> <li>- Einblicke in die spätere Berufstätigkeit durch Gastvorträge, insbesondere von ehemaligen Studierenden.</li> </ul>					



## Lehrinhalte

Das Praxissemester umfasst ein Praktikum von mindestens 12 Wochen Dauer, abzuleisten wahlweise im In- oder Ausland in einem Unternehmen aus der Tourismusbranche sowie je ein vor- bzw. nachbereitendes Praktikantenseminar. Es wird empfohlen, das Praktikum in einem frankophon orientierten Unternehmen abzuleisten.

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

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

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

**Jade Hochschule**

Studiengang Tourismuswirtschaft deutsch-französisch

**Bachelorarbeit und Kolloquium**

Modul - Nr.: TWdf-WHV-7-02

Semester	Häufigkeit	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
7.	semesterweise	1	Pflichtmodul	12	360h davon 40h Präsenzstudium, 320h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
- Wirtschaft - Tourismuswirtschaft - Tourismuswirtschaft deutsch-französisch		PL: Bachelorarbeit und Kolloquium		Schriftliche Abschlussarbeit	alle Lehrenden
		Anteil der Endnote: 12/192			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Zur Bachelor-Arbeit wird zugelassen, wer die geforderten Module der Bachelor-Prüfung im Umfang von mindestens 170 CP bestanden hat.			

**Qualifikationsziele**

Ziel der Bachelorarbeit ist es entsprechend den Zielen des Studiums, in Anwendung des erlernten Instrumentariums, selbstständig und verantwortungsvoll Vorschläge für praktische Probleme zu erarbeiten.

## Die Studierenden

- sollen die berufsfeldbezogenen aktuellen und zukunftssträchtigen Fakten, Strukturen und Instrumente, die auf eine i.d.R. von einem Betrieb angetragene praktische Problemstellung angewandt werden sollen, kennen und beherrschen, um auf dieser Basis eine Problemlösung zu entwickeln.
- erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen auf den konkretisierten Einzelfall und Problemlösungsweg anzuwenden ("Methodenwissen": Führungswissen, Projektsteuerung, Problemlösungsmethoden, "vernetztes Denken", Denken in verschiedenen Kategorien etc.).
- wenden Techniken und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens an.
- sollen die Fähigkeit entwickeln, mit Mitgliedern des Betriebs, der die Aufgabenstellung angetragen hat, und dem Betreuer effektiv, effizient und human in verschiedenen Rollen zusammenzuarbeiten. Ein weiterer Aspekt ist der Einsatz der im Studium aufbereiteten professionalisierten Sensibilität und Flexibilität für den Umgang mit Menschen auf der Basis von Empathie, Konflikt- und Konsensfähigkeit, Beharrungsvermögen, soziale Offenheit und Abgrenzung, Kommunikationsfähigkeit und Präsentationsfähigkeit.

Im Bereich der Persönlichkeit sollen folgenden Kompetenzen (= konzeptionelle Kompetenz und Entscheidungskompetenz) erworben werden:

- Fähigkeit, mit unklaren und widersprüchlichen Situationen bzw. mit der offenen Problemstellung einer wissenschaftlich gestützten praktischen Lösung umzugehen. Die Studierenden müssen akzeptieren können, dass kaum alle Facetten des Problems durchdrungen werden können ("Komplexität") und dass sich die betrachteten Einflussfaktoren auf eine Entscheidung doch in nichtvorhergesagter Weise entwickeln können ("Unsicherheit").
- Fähigkeit, Entscheidungen i.S.v. Vorschlägen mit unvollständigen Informationen zu treffen ("offene Probleme").
- Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von (Fach-) Wissen und zum Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen im sozialen Kontext der Erstellung der Thesis.

- Fähigkeit, Neuerungen zu entwickeln und um- und durchzusetzen.
- Umstellungsfähigkeit, um sich in neuen Situationen zurechtzufinden, auch wenn diese unbekannte oder ungewohnte Handlungsmuster erfordern.
- Fähigkeit und Bereitschaft, sich und die eigene Arbeit selbst zu organisieren.

#### **Lehrinhalte**

Die Bachelorarbeit kann in Kooperation mit einem Unternehmen aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Es wird empfohlen, unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit fremdsprachlich geeigneter Prüfer, die Bachelorarbeit in der Sprache des jeweiligen Partnerlandes zu verfassen.

Durch die mündliche studienabschließende Prüfung (Kolloquium) soll festgestellt werden, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus und bedarf einer produktiven Auseinandersetzung mit dem Zielpublikum. Das Kolloquium kann nach Vorgabe der Prüfer in deutscher oder französischer Sprache abgehalten werden.