

Modulkatalog für den
Online-Bachelorstudiengang

Tourismusmanagement

Inhaltsverzeichnis

1. Semester	4
Sprache A.....	4
Business English	4
Spanisch für Anfänger A	6
Pflichtmodule	7
Grundlagen der BWL im Tourismus	7
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements	9
Rechnungswesen I	10
Volkswirtschaftslehre I	11
Wirtschaftsmathematik	12
2. Semester	13
Sprache B.....	13
Tourism English	13
Spanisch für Anfänger B	14
Pflichtmodule	15
Rechnungswesen II	15
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus	16
Statistik	17
Volkswirtschaftslehre II	18
Wirtschaftsrecht I	19
3. Semester	20
Pflichtmodule	20
Betriebliche Steuerlehre	20
E-Commerce im Tourismus	23
Einführung in die Tourismuswissenschaft	25
Investition und Finanzierung	27
Kosten- und Leistungsrechnung	28
Wirtschaftsrecht II	29
4. Semester	30
Schwerpunkte	30
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management	30
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus	32
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements	34
Wahlpflichtmodule des 4. und 5. Semesters	36
Español Comercial – Spanisch für den Beruf	36
Business Travel Management	37
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen	39
Grundzüge der Hotellerie	40

Management von Flughäfen und Fluggesellschaften	42
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements	43
Pflichtmodule	44
Controlling	44
Personalwirtschaft	46
IT-Projektseminar	48
5. Semester	50
Schwerpunkte	50
Destination Management B: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management	50
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus	51
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter & Reisemittler	53
Pflichtmodule	55
Interkulturelle Kompetenzen	55
Internationale Unternehmensführung	57
Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusedwicklung	59
6. Semester	61
Pflichtmodule	61
TW-Projektseminar	61
Praxisprojekt	62
Bachelor-Arbeit und Kolloquium	63

1. Semester

Sprache A

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Business English					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit (PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	K. Rössler
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - schätzen unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge adäquat ein und kommunizieren kontextbezogen sicher und angemessen in Wort und Schrift. - verstehen und beherrschen kontextbezogene Fachbegriffe und Vokabular. - beherrschen grammatikalische Regeln und wenden diese in Wort und Schrift an. - analysieren und verstehen fachbezogene Texte und können Inhalte schriftlich und mündlich zusammenfassen. - erfassen und formulieren kurze, fachrelevante Texte (E-Mails, kurze Geschäftsbriefe, usw.). - erkennen und verstehen unterschiedliche Geschäftsstrukturen und (interkulturelle) Kommunikationsstile. - verstehen und beherrschen gängige Redewendungen und kommunizieren mündlich zu gegebenen Themengebieten. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Delegation Tasks - Scheduling Appointments - Greeting Visitors and Guests - Negotiating Deals - General Inquiries - Making Offers - Sending Acknowledgements - Dealing with Customers - Booking Accommodations - Giving Presentations 					
Literatur					
Das Modul basiert hauptsächlich auf dem Online-Videotraining Lingua TV und wird komplementiert durch ausgewählte Texte, Fallbeispiele und Geschäftsfälle im Bereich Tourismuswirtschaft, Betriebs- und					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, etc.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Spanisch für Anfänger A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)

Tourismusmanagement (893) ¹	PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	G. Bürling
	(PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)		
	Voraussetzung für die Teilnahme		
	Keine		
Qualifikationsziele			
Die Studierenden			
<ul style="list-style-type: none"> - erwerben elementare Grundkenntnisse der spanischen Sprache mit beruflicher Ausrichtung. - sind in der Lage sich sowohl mündlich als auch schriftlich in einfachen Situationen zu verständigen. - schulen ihre Sprechfertigkeit, Hörverstehen, Leseverstehen und Schreibfertigkeit. - machen sich vertraut mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur. 			
Lehrinhalte			
<ul style="list-style-type: none"> - Begrüßung und Kennenlernen - Tagesablauf - Einkaufen und Kochen - Arbeiten und Wohnen - Verkehr - Familie und Personenbeschreibung - Kommunikation (Telefon, E-Mail, Handy, SMS) - Tourismusbezogene (interkulturelle) Kommunikationsszenarien - Landeskundliche Themen - ausgewählte Bereiche der spanischen Grammatik 			
Literatur			
Das Modul basiert hauptsächlich auf einem Online-Videotraining.			

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundlagen der BWL im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. J. Berlingen C. Heckeroth
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - können die BWL und Tourismuswissenschaft einordnen und verstehen. - kennen die Wirtschaftssysteme und Anspruchsgruppen der Unternehmen. - können konstitutive Entscheidungen im Unternehmen interpretieren. - können unternehmerische Entscheidungen für Unternehmenszusammenschlüsse auf dem touristischen Markt nachvollziehen. - erlangen Kenntnisse über Besonderheiten der Produktion und der Organisationsstrukturen von Dienstleistungsunternehmen. - können die besondere Bedeutung des Beschaffungsprozesses für touristische Unternehmen nachvollziehen. - können verschiedene touristische Geschäftsmodelle bewerten. - können den Einfluss verschiedener Managementarten auf ein Unternehmen nachvollziehen. 					
Lehrinhalte					
System der Wissenschaften, reine vs. angewandte Wissenschaften, ökonomische Prinzipien, Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL, Markt- und Planwirtschaft, betriebliche Produktionsfaktoren, Stakeholder der Unternehmung, Rechtsformen, Standortwahl, Standortfaktoren, Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten, Planungsebenen, Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess, Begriffsdimensionen des Tourismus, touristische Teilmärkte, Unternehmenskooperationen und –konzentrationen, Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern, die touristische Dienstleistung und deren Qualitätsmerkmale, Besonderheiten des touristischen Produktes, die touristische Wertschöpfung bzw. Wertschöpfungskette, Produktionstheorie und Dienstleistungsproduktion, Beschaffungsmanagement im Dienstleistungskontext, systematisches Beschwerdemanagement, Geschäftsmodelle im Tourismus, Kommunikations- und Organisationsstrukturen in Dienstleistungsunternehmen, Wandlung von Organisationsstrukturen, Einfluss verschiedener Managementarten auf die Unternehmensführung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13., aktualisierte Auflage 2016, De Gruyter Oldenbourg. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Vahs, Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. überarbeitete Auflage, 2015, Schäfer-Poeschl.
- Wöhe, G. & Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre; 26. Aufl.; München: Vahlen.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit oder Mündliche Prüfung SL: PVL ESA		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium, auch Unternehmensplanspiele mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-Konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	C. Heckeroth
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Basis der Informationstechnologie, die in der Digitalisierung der Informationen und ihrer binären Datencodierung liegt. - verstehen die Digitalisierung und Codierung multimedialer Daten und ihren Bezug zur tourismuswirtschaftlichen Nutzung. - können die Elemente informationstechnologischer Systeme und Netzwerke analysieren und verstehen ihr Zusammenwirken. - erkennen die Grundlagen und Aufgaben eines anwendungsorientierten, tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements auf Basis elektronischer Systeme. - kennen die datenbanktheoretischen Grundlagen sowie die anwendungsorientierten Grundlagen zum Aufbau von Datenbanken und zur datenbankbasierten Software-Entwicklung. - verstehen das Datenbank-Management als Basis tourismuswirtschaftlicher Systeme und sind in der Lage, einfache Datenbank basierte Systeme selbst zu entwickeln. - beherrschen standardisierte Office-Systeme und können sie sachgerecht für tourismuswirtschaftliche Aufgaben einsetzen. - verstehen die technologische Grundstruktur des Internets als Basis für E-Business-Prozesse. 					
Lehrinhalte					
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, Praktischer Teil auf Basis begleitender integrierter 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.					
Literatur					
Skript und optional diverse Basisliteratur.					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Rechnungswesen I					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende- aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Dr. C. Wobbe
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind sich der Aufgaben des Rechnungswesens bewusst und können dessen Teilbereiche in den betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen. - beherrschen das grundlegende Fachvokabular und die wesentlichen Vorschriften des Rechnungswesens. - können Geschäftsvorfälle unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade selbst buchen und aus diesen Geschäftsvorfällen mittels der Kontenabschlusstechnik einen Jahresabschluss erstellen. - beherrschen die Systematik der Buchungen und Grundzüge der Jahresabschlusserstellung. - sind in der Lage, in ihrem Arbeitsalltag Auswertungen des Rechnungswesens zu interpretieren bzw. solche zu erstellen, Sachverhalte oder Probleme in diesem Zusammenhang einzuschätzen und grundlegende Fragen (z. B. von Kollegen) zu beantworten. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben und Gliederung des Rechnungswesens - Vorschriften zur Buchführungspflicht - Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung - Buchführungsorganisation - Inventur, Inventar, Bilanz - Jahresabschluss und Erfolgsermittlung - Buchungssystematik und Zusammenhang der Konten - Wesentliche Aspekte der Jahresabschlusserstellung 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Bähr, G. und W. Fischer-Winkelmann: Buchführung und Jahresabschluss. Wiesbaden. - Bieg, H. (2013). Buchführung. Eine systematische Anleitung mit umfangreichen Übungen und einer ausführlichen Erläuterung der GoB., Saarbrücken. - Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Mattner, Gerhard/Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen. Stuttgart. - Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Volkswirtschaftslehre I					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹ Betriebswirtschaftslehre (860) ² Bank- und Versicherungswirtschaft dual		PL: Klausur 2h		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. G. Hilligweg
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Komplexität der Wirtschaftsbeziehungen weckt bei vielen Menschen Ängste und sorgt für vielerlei Missverständnisse. Ein solides volkswirtschaftliches Basiswissen ist daher (nicht nur) für Ökonomen unerlässlich, um mit der erforderlichen Selbstsicherheit Entscheidungsverantwortung zu übernehmen und in wirtschaftspolitischen Diskussionen eine fundierte eigenständige Position vertreten zu können.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können allgemeine ökonomische Prinzipien erkennen und erläutern. - Kosten-Nutzen-Kalküle auf unterschiedlichste Problemstellungen anwenden. - Möglichkeiten und Grenzen rationaler Entscheidungen sowie ökonomische Interdependenzen und Zielkonflikte einschätzen. - erkennen, wie wirtschaftliche Anreize das menschliche Verhalten beeinflussen. - können die Funktionsweise von Märkten beschreiben und eine kritische Position zur Funktionsfähigkeit von Märkten und zu staatlichen Marktinterventionen einnehmen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Erste ökonomische Grundgedanken - Haushaltstheorie - Unternehmenstheorie - Elastizität von Nachfrage und Angebot - Die Funktionsweise von Märkten - Markt und Staat 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Mankiw, G. N. / Taylor. M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - Pindyck, R. S. / Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson Studium Verlag. - Sloman, J. / Wride, A.: Economics, Seventh Edition. Essex: Financial Times Prentice Hall. - Varian, H. R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München Wien: Oldenbourg Verlag. <p style="text-align: center;"><i>Jeweils neueste Auflage</i></p>					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

² Studiengangskennung 860 = Online-Bachelorstudiengang **Betriebswirtschaftslehre**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsmathematik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende- aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. M. Kirspel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundkenntnisse der höheren Mathematik. - können finanzmathematische Probleme beschreiben und lösen. - lernen Funktionen und deren Eigenschaften und legen einen weiteren Schwerpunkt auf das Gebiet der Linearen Algebra. - sind in der Lage mathematische Beschreibungen und Lösungen ökonomischer Probleme nachzuvollziehen. - können mathematische Aufgabenstellungen eigenständig analysieren und lösen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Analysis - Finanzmathematik - Lineare Algebra - Quantitative und modellgestützte BWL 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Dörsam, Peter (2014): Mathematik, anschaulich dargestellt für Studenten der Wirtschaftswissenschaften. 16. Aufl. Heidenau: PdVerlag. - Ehrenfried, Salomon; Poguntke, Werner (2001). Wirtschaftsmathematik. 2. Aufl. Köln: Fortis. Hass, O. und N. Fickel (2007): Aufgaben zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. München: Verlag Oldenbourg. - Kobelt, Helmut; Schulte, Peter (2006): Finanzmathematik: Methoden, betriebswirtschaftliche Anwendungen und Aufgaben mit Lösungen. 8. Aufl. Herne/Berlin: NWB-Verlag. - Senger, J. (2009): Mathematik. München: Verlag Oldenbourg. - Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter (2014): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Basiswissen mit Praxisbezug. 4. Aufl. München: Pearson Studium. - Tietze, Jürgen (2014): Einführung in die Finanzmathematik. 12. Aufl. Wiesbaden: Vieweg+Teubner. - Tietze, Jürgen (2013): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. 17. Aufl. Wiesbaden: Vieweg+Teubner. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

2. Semester

Sprache B

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Tourism English					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit SL: (PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	K. Rössler
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - beherrschen die Grundlagen der englischen Fachsprache Tourismus (unter der Berücksichtigung der fachlichen Umgangssprache Tourismus). - vermitteln komplexe fachbezogene Sachverhalte in der englischen Sprache in Wort und Schrift. - haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Geschäftskorrespondenz. - setzen sich kritisch mit fachbezogenen Themen auseinander und präsentieren Ergebnisse. - analysieren und bewerten fachrelevante Texte und verfassen längere themenbezogene Schriftstücke (essays, reports, proposals, research papers). - erkennen und verstehen unterschiedliche fachbezogene Kommunikationsstile. - sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut und wenden praxisbezogen interkulturelle und fachbezogene Kommunikation an. - erweitern ihre fremdsprachliche Kompetenz. 					
Lehrinhalte					
Englische Fachterminologie Tourismus: Verkehrsträger, Reiseveranstalter und -mittler sowie Gastgewerbe, Destinationen, Messen und Kongresse sowie Events, Tourismusbezogene (interkulturelle), Kommunikationsszenarien, Landeskundliche Themen, ausgewählte Bereiche der englischen Grammatik					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Oxford English for Careers: Tourism 3 Student's Book <p>Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Soziologie, Umweltaspekten, Digitalisierung – mit Bezug auf Tourismus, sowie Fallbeispielen und Geschäftsfällen, Artikeln aus Medien und Fachzeitschriften.</p>					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Spanisch für Anfänger B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder KA		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende- aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	G. Bürling
		(PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)			
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - in der Lage sich sowohl mündlich als auch schriftlich in routinemäßigen alltagspraktischen Situationen sowie im touristischen Kontext zu verständigen. - erwerben Grundlagen der spanischen Sprache sowie ausgewählte Begriffe der Fachsprache Tourismus. - üben ihre Sprechfertigkeit, Hörverstehen, Leseverstehen und Schreibfertigkeit unter Berücksichtigung der spanischen touristischen Fachterminologien. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Interview - Lebenslauf, Vorstellungsgespräch - Stadtbesichtigung - Bar, Restaurant - Berufe, Firmenbeschreibung - Reisen: Reisebüro, Bahnhof, Hotel - Tourismusbezogene Fachbegriffe - ausgewählte Bereiche der spanischen Grammatik 					
Literatur					
Das Modul basiert hauptsächlich auf einem Online-Videotraining.					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Rechnungswesen II					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflichtmodul	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Dr. C. Wobbe
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind sich der unterschiedlichen Zielsetzung der Rechnungslegung nach nationalen und internationalen Rechtsnormen sowie des Einzel- und des Konzernabschlusses bewusst. - können die Funktionen eines Jahresabschlusses im handels- und steuerrechtlichen Kontext erläutern. - beherrschen die Grundkonzeption handelsrechtlicher Bilanzierungsentscheidungen. - können die Ansatz- und die Bewertungsvorschriften der zentralen Bilanzposten im handelsrechtlichen Einzelabschluss anwenden und diesbezügliche Fragestellungen problemorientiert analysieren. - können eine Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren selbstständig erstellen und die damit verbundenen Zuordnungsproblematiken zu einzelnen GuV-Posten lösen. - Die Studierenden können ihre Lösungsansätze zu Anwendungsfragen der nationalen Rechnungslegung gegenüber Fachvertretern argumentativ darlegen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Rechnungslegung - Grundsystematik der einzelnen Bilanzierungsentscheidung und der allgemeingültigen Ansatz-Bewertungsvorschriften - Ansatz, Bewertung und Ausweis des Anlagevermögens - Ansatz, Bewertung und Ausweis des Umlaufvermögens - Ansatz, Bewertung und Ausweis von aktiven und passiven Rechnungsabgrenzungsposten - Ansatz, Bewertung und Ausweis des Eigenkapitals - Ansatz, Bewertung und Ausweis des Fremdkapitals - Latente Steuern - Haftungsverhältnisse und außerbilanzielle Geschäfte - Gewinn- und Verlustrechnung 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf. - Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München. - Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart. - Heno, R.: Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS), Berlin. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. E. Schmoll	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang. - können Forschungsansätze realisieren. - verstehen die Bedeutung der Reisemotivation. - können den touristischen Angebots- und Nachfragemarkt sowie dessen Bestandteile, einordnen. - können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren. - verstehen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien. - können Marktforschungsergebnisse interpretieren. - verstehen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen. - verstehen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung. 					
Lehrinhalte					
<p>Spezielle Tourismusbetriebswirtschaft: Grundfragen und Erfassungsmethoden des Tourismus; Daten zur Nachfrage nach touristischen Leistungen anhand des Angebotsmarktes im Tourismus; Einordnung der Geschäfts- und Privatreisen; Herleitung der Reisemotivation mit übergreifenden und speziellen Motivationsansätzen sowie psychologischen Ansätzen; Darstellung des Reiseverhaltens; theoretische Grundlagen zur Kaufverhaltensforschung im Tourismus mit Darstellung spezifischer Aspekte des Reiseentscheidungsprozesses; soziokulturelle, ökologische und ökonomische Bedeutung und Effekte des Tourismus; Grundlagen der Tourismuspolitik</p> <p>Marketing im Tourismus: Grundlagen des Tourismusmarketings; Verankerung des Marketings in der Unternehmung; Marktforschung als Grundlage des Marketing-Management-Prozesses; Methoden der strategischen Situationsanalyse; Ansätze zum Zielplanungsprozess; Darstellung strategischer Ansätze; Übersicht über die Instrumente des Marketing-Mix; Grundlagen der Mediaplanung; Marketingkontrolle</p>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Freyer, W.: Tourismus-Marketing, 7. überarb. und erg. Auflage, 2011, Oldenbourg. - Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, 2. überarb. Auflage, 2018, UVK Lucius. - Kotler, P.; Bowen, J.T.; Makens, J.C.: Marketing of Hospitality and Tourism, 6th Edition, Prentice Hall. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Statistik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit oder Berufspraktische Übung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. M. Kirspel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können					
<ul style="list-style-type: none"> - statistische Fragestellungen deskriptiv / induktiv einordnen. - mit Daten und Interpretationen richtig und sensibel umgehen. - statistische Methoden für unterschiedliche Fragestellungen richtig zuordnen. - statistische Methoden für unterschiedliche Fragestellungen anwenden. - selbständig Lernen, mit anderen effektiv online kommunizieren und weitergehende Fragestellungen einordnen und selbständig erarbeiten. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Statistik – warum und wie - Grundbegriffe der Statistik und Datengewinnung - Eindimensionale Häufigkeitsverteilung - Lageparameter - Streuungsparameter - Konzentrationsmaße - Verhältniszahlen und Indexzahlen - Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen und Maßzahlen - Regressionsanalyse - Zeitreihenanalyse - Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung - Spezielle Verteilungen - Grundlagen der schließenden Statistik 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Bourier, G. (2014): Beschreibende Statistik. 12.überarb. u. aktualisierte Auflage. Berlin: Springer Gabler Verlag. - Bourier, G. (2009): Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik. 6. Auflage. Berlin: Springer Gabler Verlag. - Dürr, W. und H. Mayer (2013). Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik. 7. aktualisierte Auflage. München: Hanser Verlag. - Mayer, H. (2005): Beschreibende Statistik. 4. überarbeitete Auflage. München: Hanser Verlag. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Volkswirtschaftslehre II					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismusmanagement (893) ¹ Betriebswirtschaftslehre (860) ² Bank- und Versicherungswirtschaft dual		PL: Klausur 2h		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Den Studierenden wird die Erkenntnis vermittelt, dass Volkswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftslehre als eine Einheit zu begreifen sind. Beide Wissenschaftsdisziplinen haben ein und dasselbe Erfahrungsobjekt, nämlich die Wirtschaft einer Volksgemeinschaft. Während die Betriebswirtschaftslehre ihr Hauptaugenmerk auf Einzelwirtschaften richtet, die Wirtschaft gleichsam aus der 'Froschperspektive' betrachtet, fasst die Volkswirtschaftslehre – je nach Fragestellung – Einzelwirtschaften zusammen und analysiert die wechselseitigen Beziehungen zwischen diesen Aggregaten. Sie betrachtet die (Gesamt-)Wirtschaft gewissermaßen aus der 'Adlerperspektive'.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - werden erkennen, dass einzel- und gesamtwirtschaftliche Analysen nicht immer zu gleichen Ergebnissen führen müssen, wie zahlreiche 'Paradoxa' zeigen. Diese Erkenntnis macht die Volkswirtschaftslehre so interessant und für ein pragmatisches wirtschaftspolitisches Agieren unentbehrlich. - sind in der Lage, komplexe gesamtwirtschaftliche Interdependenzen zu durchschauen. - können makroökonomische Rahmenbedingungen in betriebswirtschaftliche Entscheidungen einzubeziehen. - können zu aktuellen wirtschaftspolitischen Kontroversen begründete Positionen entwickeln und eigenständig vertreten. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Makroökonomie - Messkonzept für makroökonomische Daten - Das Wachstum der Wirtschaft auf längere Sicht - Beschäftigung und Arbeitslosigkeit - Das Finanzsystem: Sparen und Investieren - Geld und Inflation - Die offene Volkswirtschaft - Konjunkturelle Schwankungen - Geld- und Fiskalpolitik - Inflation und Arbeitslosigkeit 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson Studium Verlag. - Mankiw, N. G. / Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - Moritz, K.-H. / Stradtman, G.: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, München: Vahlen Verlag. <p style="text-align: center;"><i>Jeweils neueste Auflage</i></p>					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

² Studiengangskennung 860 = Online-Bachelorstudiengang **Betriebswirtschaftslehre**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsrecht I					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche	
Tourismusmanagement (893) ¹ Betriebswirtschaftslehre (860) ²		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben, u.a. sowie Präsenzphase).	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen und verstehen Bedeutung und Funktion des Rechts für das Wirtschaftsleben. - kennen und verstehen die rechtlichen Grundbegriffe. - können Gesetzestexte verstehen und auslegen. - können juristische Arbeits- und Denkmethoden anwenden. - besitzen anschlussfähige Grundkenntnisse des Vertragsrechts, des Rechts der Leistungsstörungen und des Deliktsrechts. - erkennen rechtliche Probleme und Zusammenhänge im System des Wirtschaftsprivatrechts. - sind in der Lage einfache rechtliche Sachverhalte des Wirtschaftsprivatrechts zu analysieren sowie einer Entscheidung im rechtlich zulässigen Rahmen zu zuführen. - können dabei wirtschaftlich und rechtlich sachgerechte Lösungen eigenständig entwickeln und argumentativ vertreten. - sind in der Lage, exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsbereiche zu übertragen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Das Recht - Die Person - Der Gegenstand - Das Rechtsgeschäft - Das Vertragliche Schuldverhältnis - Das Gesetzliche Schuldverhältnis - Anspruchskonkurrenz - Der gewerbliche Rechtsschutz und das Wettbewerbsrecht - Anspruchsmethode im Wirtschaftsprivatrecht und Fallbearbeitung im Gutachtenstil 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Kallwass, Wolfgang; Abels, Peter: Privatrecht, 23. Auflage, München 2018. - Kindl, Johann; Feuerborn, Andreas: Bürgerliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Auflage, Berlin, 2018. - Mehrings, Jos; Hesse, Katrin; Herzog, Rainer; Kurtz, Thorsten: Bürgerliches Recht für Studium und Praxis, 4. Auflage, München 2019. - Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, Heidelberg, 2019. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

² Studiengangskennung 860 = Online-Bachelorstudiengang **Betriebswirtschaftslehre**

3. Semester

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Betriebliche Steuerlehre					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Hausarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen Ein-sendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. M. Bartsch Prof. Dr. M. Meuthen
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - verstehen die Bedeutung und übergeordnete Stellung des Steuerverfahrensrechts (Abgabenordnung) und können das Einspruchsverfahren skizzieren und die Relevanz der Änderungsmöglichkeiten von Steuerbescheiden und deren Verjährung aufzeigen. - können sich im Gefüge der geltenden Steuerrechtsordnung orientieren, kennen die Bedeutung der Fachbegriffe im Bereich der Einkommen-, Körper-, und Gewerbesteuer und können die gängigen Rechtsquellen und Verwaltungsvorschriften korrekt einordnen und entsprechend der juristischen Methodik anwenden. - kennen die entscheidenden Vorschriften des Einkommen-, aber auch des Körperschaft- und Gewerbesteuergesetzes und können Unterschiede bei der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften erkennen, bewerten, aktiv kommunizieren und veranschaulichen. - können bei der Einkommensbesteuerung natürlicher Personen Einkunftsquellen steuersystematisch ausreichend differenzieren, die Einkünfte methodisch richtig ermitteln, kennen Abzugsbeschränkungen, Besteuerungsprivilegien und steuerliche Wahlrechte. - können eine rechtsformunabhängige Ertragsbesteuerung von Unternehmen skizzieren, kennen unterschiedliche Gewinnermittlungsmethoden und erkennen grundlegende Probleme der Unternehmensbesteuerung. - sind in der Lage, sich im Gefüge der geltenden nationalen und europäischen Umsatzsteuerrechtsordnung zu orientieren, kennen die Bedeutung der Fachbegriffe und können die gängigen Rechtsquellen und Verwaltungsvorschriften korrekt einzuordnen und entsprechend der juristischen Methodik anwenden. - können Eingangs- und Ausgangsleistungen eines Unternehmens umsatzsteuerlich systematisch prüfen, haben detaillierte Kenntnisse über die Voraussetzungen der Steuerbarkeit von Umsätzen, kennen wichtige Steuerbefreiungen und können Bemessungsgrundlage, Steuersatz und -schuldner angeben. - kennen Voraussetzungen und Ausschlussgründe für den Vorsteuerabzug und verstehen seine Bedeutung für die Neutralität der Umsatzsteuer aus unternehmerischer Sicht. 					
Lehrinhalte					
Abgabenordnung					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Systematischer Überblick, steuerliche Grundbegriffe, Grundzüge des Besteuerungsverfahrens, Begriff der Bestandskraft, Zuverlässigkeitsvoraussetzungen für einen Einspruch u. a. auch mit der Fristberechnung, Überblick über die (Festsetzungs-)Verjährung und die Änderungs- und Berichtigungsvorschriften.

Einkommensteuer

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

Im Einzelnen u. a. die sieben Einkunftsarten, Einnahmen, Werbungskosten, nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung, Einnahme-Überschuss-Rechnung, Zufluss-Abfluss-Prinzip, Gewinnermittlungsarten, Arten der Wirtschaftsjahre, Betriebsausgaben, nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, Steuerbefreiungen, Abgrenzungsprobleme der gewerblichen Einkünfte, Grundzüge der Betriebsveräußerung und dem Verkauf von Anteilen an Kapitalgesellschaften, auch bei Freiberuflern, Verlustbehandlung, private Veräußerungsgeschäfte, Kapitaleinkünfte, Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen, Kinder, haushaltsnahe Beschäftigungsverhältnisse / Dienstleistungen und Anrechnungsmöglichkeiten, auch der Gewerbesteuer. Ermittlung der Summe, des Gesamtbetrages der Einkünfte bis zum zu versteuernden Einkommen.

Körperschaftsteuer

Systematischer Überblick, allgemeine Grundlagen, unbeschränkte und beschränkte persönliche Steuerpflicht, Steuerbefreiungen, Tarif, Berechnung des zu versteuernden Einkommens mit allen notwendigen Vorschriften, so z. B. auch verdeckte Einlage und (verdeckte) Gewinnausschüttung auf betrieblicher Ebene und Ebene des Gesellschafters, ausländische Einkünfte, steuerliches Einlagekonto, Spenden, Verlustbehandlung, die Folgen der Beteiligung an anderen Körperschaften (§ 8b KStG), abziehbare und nicht abziehbare Aufwendungen.

Gewerbesteuer

Systematischer Überblick, Beginn und Ende der Steuerpflicht, Steuerberechtigte und Steuerschuldner, Steuerbefreiungen, Gewerbeertrag, Hinzurechnungen und Kürzungen, Verlustberücksichtigung, Freibeträge, Ermittlung der GewSt, Festsetzung und Erhebung der GewSt, Ertragsteuerliche Behandlung der Gewerbesteuer.

Umsatzsteuer

Einführung in das System der Umsatzbesteuerung, Steuerbarkeit (u. a. mit der Unternehmereigenschaft, der Beschreibung des Rahmens des Unternehmens, den Leistungsarten, der Einheitlichkeit der Leistung, den unentgeltlichen Leistungen und der Ortsbestimmung von Lieferungen u. Leistungen, § 1 Abs. 1 UStG), die Steuerbefreiungen, Steuersätze, Bemessungsgrundlage, Steuerschuldner, Entstehung der Steuer, dem Reverse-Charge-Verfahren, Rechnungsvoraussetzungen, dem Vorsteuerabzug, Einschränkungen des Vorsteuerabzuges, Besteuerungsverfahren, Besteuerung nach vereinnahmten u. vereinbarten Entgelten, Innergemeinschaftlicher Erwerb, Einfuhr von Gegenständen, Behandlung der USt bei den Ertragsteuern.

Sonstige betrieblich relevante Steuerarten

Erbschaft- und Schenkungsteuer, Grunderwerbsteuer und weitere Steuerarten im Überblick.

Literatur

- Bornhofen, Steuerlehre 1, Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen, Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1, mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen, Steuerlehre 2, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Bornhofen, Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2, mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag.
- Heil, Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, Grundkurs des Steuerrechts Band 8, Schäffer-Poeschel Verlag, aktuelle Ausgabe.
- Helmschrott/Schaeberle/Scheel, Abgabenordnung, Grundkurs des Steuerrechts Band 1, Schäffer-Poeschel Verlag, aktuelle Ausgabe.
- Hottmann/Beckers/ Schustek, Einkommensteuer, Grundkurs des Steuerrechts Band 2, Schäffer-Poeschel Verlag, aktuelle Ausgabe.
- Meissner/Neeser, Umsatzsteuer, Grundkurs des Steuerrechts Band 4, Schäffer-Poeschel Verlag, aktuelle Ausgabe.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Zenthöfer/Alber, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, Grundkurs des Steuerrechts Band 11, Schäffer-Poeschel Verlag, aktuelle Ausgabe. |
|--|

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
E-Commerce im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verstehen den Aufbau, die Dienstleistungen und die standardisierten Einsatz- und Nutzungsbedingungen Globaler Distributionssysteme (GDS) und ihrer Front-, Mid- und Backoffice-Dienste. - sind befähigt, diese zentralen IT-Service-Systeme im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse, Märkte und Geschäftsmodelle zu beurteilen und zu integrieren. - 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. - 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. - erkennen die Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen. - kennen und verstehen die besonderen innovativen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologien. Entwicklungen im Luftverkehr analysieren und Lösungen entwickeln. 					
Lehrinhalte					
<p><u>Globale Distributionssysteme (GDS):</u> Aufbau, Dienstleistungen, standardisierte Verfahren, Nutzungs- und Einsatzbedingungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse, Kosten- und Investitionskriterien, relevante tourismuswirtschaftliche Entwicklungen mit GDS-Bezug</p> <p><u>Business Travel Management-Systeme:</u> Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse</p> <p><u>Technologie des Internets</u> und Voraussetzungen zum Electronic Commerce in der Tourismuswirtschaft, besondere Anforderungen an die Entwicklung web-basierter E-Commerce-Systeme, insbesondere: Aktualität und dynamische Web-Seiten, Transaktionssicherheit, Zahlungsverkehr und Datenschutz, Schnittstellen zu den Tourismus-Datenbanken und Reservierungssystemen</p> <p><u>Virtuelle Reisemittler</u> und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und</p>					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

automatisierte Geschäftsprozesse

Besonderen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web 2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management

Mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste/Location Based Services

Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen.

Literatur

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

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Einführung in die Tourismuswissenschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 150h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.).	C. Heckeroth
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Handelns, insbesondere wissenschaftstheoretische Grundrichtungen, Unterschiede und Zusammenhänge zwischen Hypothesen, Modellen, Theorien und Heuristiken. - kennen Methoden des Zeitmanagements und erreichen ihre Projektziele in vorgegebener Zeit. - können eine Fragestellung aus einem vorgegebenen Fachgebiet zielgerichtet und systematisch eigenständig entwickeln, bearbeiten und in angemessener schriftlicher Form darlegen. - verfügen über Methodenkompetenzen zur Beschaffung, Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen. - können wissenschaftliche Texte formal korrekt strukturieren und verfassen. - kennen das Arbeiten mit einer Literaturverwaltungssoftware und wenden diese bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit an. - kennen grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren der empirischen Marktforschung/Sozialforschung. - verfügen über vertiefende Kenntnisse wesentlicher Erhebungs- & Auswertungsmethoden der Marktforschung sowie über das Entscheidungsverhalten der Konsumenten. - beherrschen elementare Verfahren und Methoden der Marktforschung und ihre praktische Umsetzung. - können geeignete Methoden der Konsumentenforschung anwenden. - kennen analytische Methoden und können diese anwenden. - kennen die statistischen Grundlagen der Datenanalyse. - sind in der Lage, Daten aus Datenbanken situationsgerecht in entsprechende Werkzeuge (SPSS; Excel) zu importieren. - verfügen über Präsentationserfahrung und können die Ergebnisse vor der Gruppe in geeigneter Weise präsentieren. 					
Lehrinhalte					
Wissenschaftlichkeit, Wissenschaftstheorie, Themenfindung, Themenformulierung, Themeneingrenzung, Themenabgrenzung, wissenschaftlicher Arbeitsprozess, Informationsquellen, Informationsbeschaffung, Informationsauswahl, Informationsbearbeitung, Literatur- und Informationsverwaltung, Lese- und Dokumentationsmethoden, wissenschaftliches Lesen, Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit, Arten wissenschaftlicher Arbeiten, Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit, Inhalte einer wissenschaftlichen Arbeit, Formalien und Aufbau, Zitiertechniken und -stile, Gestaltung von Verzeichnissen und Abbildungen, Besonderheiten wissenschaftlicher Formulierungen, Aussagenkategorien, Präsentationsgestaltung und -techniken, ethische Grundlagen wissenschaftlichen					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Handelns, Zeitplanung und -management, Grundlagen der Marktforschung, Methoden der Informationsgewinnung, explorative Forschung, deskriptive Forschung, experimentelle Forschung, empirische Sozialforschung, Konsumentenforschung, qualitative und quantitative Methoden, Analyse und Dokumentation von Ergebnissen.

Literatur

- Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation, 2. Auflage, Berlin / Dortmund, Springer Campus, 2017.
- Gansser, O. A.; Krol, B. (Hrsg.): Moderne Methoden der Marktforschung: Kunden besser verstehen, Wiesbaden: Springer Gabler, 2017.
- Helfrich, H.: Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler, 2016, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Koch, J.; Gebhardt, P.; Riedmüller, F.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg, 2016.
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation, Bd. 3154, 7., aktualisierte und ergänzte Auflage, Bern: Haupt Verlag, 2016.
- Magerhans, A.: Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2016.
- Schüle, J.A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, 4. Auflage, 2016, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Investition und Finanzierung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. A. Schmidt
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte. - kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und Finanzierungsformen. - können anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch beurteilen. - sind in der Lage, für unterschiedliche Finanzierungsanlässe aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen. - können Techniken zur Erstellung von Finanzplänen einsetzen. - können die Auswirkungen von Maßnahmen der Investition und Finanzierung in Kennzahlen sichtbar machen. 					
Lehrinhalte					
Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns, Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte; Investition: Begriff, Planungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung, Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung; Methoden der Kapitalbedarfsermittlung; Finanzierung: Begriff, Funktionen, Arten und Formen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung), Finanzierung bei besonderen Anlässen, Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen; Finanzierungsregeln und Leverage-Effekt als Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement; Grundzüge der Finanzplanung: Liquiditätsplanung und Kapitalflussrechnung; Kennzahlen im Finanzbereich.					
Literatur (jeweils neueste Auflage verwenden)					
<ul style="list-style-type: none"> - Bösch, M.: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. München (Vahlen). - Däumler, K./Grabe, J.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne (NWB). - Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, mit Fallbeispielen und Übungen, Berlin (de Gruyter Oldenbourg). - Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München (Vahlen). - Wöltje, J.: Investition und Finanzierung, Grundlagen, Verfahren, Übungsaufgaben und Lösungen, Freiburg (Haufe Lexware). - Zantow, R./Dinauer, J.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, München (Pearson). 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Kosten- und Leistungsrechnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. A. Schmidt
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen die Teilgebiete und Aufgaben des Rechnungswesens. - können die Begriffe des Rechnungswesens voneinander abgrenzen. - sind in der Lage, die Systeme und Prinzipien der traditionellen Kostenrechnung zu beschreiben. - können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung darstellen. - können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten. - sind in der Lage, Einzel- und Gemeinkosten zu berechnen, zu erfassen und zu verrechnen. - können die Kostenstellenrechnung im Betriebsabrechnungsbogen abbilden. - können die Selbstkosten und Preise von Produkten und Dienstleistungen kalkulieren. - können das Betriebsergebnis nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren berechnen. - können die kostenrechnerische Methodik auf Anwendungsfälle der Tourismuswirtschaft umsetzen. 					
Lehrinhalte					
Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; Systeme der Kostenrechnung im Überblick; Prinzipien der Kostenrechnung; Systemzusammenhang; Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse; Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über- bzw. Unterdeckungen; Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation, Preiskalkulation, Handelskalkulation; Betriebsergebnisrechnung nach Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Integration von internem und externem Rechnungswesen; abschnittsweise tourismuswirtschaftliche Anwendungsfälle.					
Literatur (jeweils neueste Auflage verwenden)					
<ul style="list-style-type: none"> - Benz, C.: Touristikkostenrechnung, Management Accounting für Touristik-Unternehmen, Wiesbaden (Gabler). - Däumler, K./Grabe, J.: Kostenrechnung 1, Grundlagen, Herne (NWB). - Deimel, K./Erdmann, G./Isemann, R./Müller, S.: Kostenrechnung, Hallbergmoos 2017 (Pearson). - Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung, München (Vahlen). - Heinhold, M.: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, Stuttgart (UTB). - Schmidt, A.: Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, Stuttgart (Kohlhammer). 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Wirtschaftsrecht II					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben, u.a. sowie Präsenzphase).	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen und verstehen die reiserechtlichen Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze. - können Problemlösungen zu rechtlichen Fragestellungen im Reiserecht systematisch erarbeiten. - sind in der Lage, Entscheidungen im rechtlich zulässigen Rahmen zu treffen und argumentativ zu vertreten. - können Problemlösungen zu einfachen handels-, arbeits- und sozialrechtlichen Fragestellungen erarbeiten. - sind in der Lage, die Probleme von AGB zu erkennen und diese auszugestalten. - können Urteile zum Reiserecht in der unternehmerischen Praxis berücksichtigen und anwenden. - entwickeln das Problembewusstsein für wettbewerbs- und urheberrechtliche Fragestellungen. - sind in der Lage, rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Management zu berücksichtigen. - sind in der Lage, mit den relevanten Gesetzestexten eigenständig umzugehen, Gesetze nach juristischen Denk- und Arbeitsmethoden auszulegen und anzuwenden. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Reiserecht: Reisevertrag (insbesondere Vertragsabschluss, Allgemeine Geschäftsbedingungen, internationale Regelungen, wesentliche Rechte und Pflichten, Insolvenzabsicherung), Reiseversicherungen, Reisevermittlung, Beförderungsverträge, Gastaufnahmeverträge - Handelsrecht: Grundlagen, Hilfspersonen des Kaufmanns, Handelsvertreterrecht - Grundzüge des Wettbewerbsrechts und des Urheberrechts - Arbeitsrecht: Grundlagen und branchenspezifische Bereiche - Ausgewählte Aspekte des Sozialrechts - Ausgewählte Aspekte des Veranstaltungsrechts - Fallbearbeitung im Gutachtenstil - Analyse grundlegender und aktueller Rechtsprechung 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Bergmann, Stefanie: Das neue Reiserecht, München 2018. - Führich, Ernst: Basiswissen Reiserecht, 4. überarbeitete Auflage, München 2018. - Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, 18. Auflage, München 2019. - Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, Heidelberg 2019. - Wörlen, Rainer; Kokemoor, Axel: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, 13. Auflage, München 2018. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

4. Semester

Schwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung im kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen. - beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit sowie virtuellem Unternehmen und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor. - bestimmen die verschiedenen Angebots- wie Nachfragefaktoren einer touristischen Destination. - können die Destinations-Entwicklung sowie Change- und Innovationsprozesse in Destinationen koordinieren. - wenden grundlegende Aspekte der Netzwerktheorie sowie des Verhandlungsmanagements an. - können Maßnahmen zur touristischen Nachhaltigkeit beurteilen. - wenden Qualitätsmanagementprozesse auf eine Destination-Management-Organisation an. - können verschiedene Aufbauorganisationsformen und spezifische Aspekte der Personalführung in einer Destination- Management-Organisation unterscheiden und entwerfen. - beurteilen Modelle der Finanzierung von öffentlichen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen. - erlangen grundlegende Kenntnisse in allen für eine Destination-Management-Organisation relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, der Kostenrechnung, der wirtschaftlichen Planung und des Controllings. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Lehrinhalte
<ul style="list-style-type: none">- Aufgaben von Destination-Management-Organisationen- touristische Destinationen als virtuelles Unternehmen- Aspekte der Führung von virtuellen Unternehmen- Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor- Touristische Nachfragefaktoren und Angebotsfaktoren aus Sicht der Destination- Grundzüge des Strategischen Developments sowie Initiierung von Change- und Innovationsprozessen in touristischen Destinationen- Netzwerkmanagement und Verhandlungsmanagement im Kontext des virtuellen Unternehmens- Touristische Nachhaltigkeit- Qualitätsmanagement im Destination Management- Organisationsstrukturen und Rechtsformen im Destination-Management- Grundzüge des Public Management- Finanzierung, Rechnungslegung und Controlling von kommunalen Tourismusorganisationen
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg.- Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media.- Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphasen. Begleitende praktische Arbeiten in Kleingruppen.	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - können die existierenden Gesundheitsmärkte charakterisieren, differenzieren sowie Verflechtungen zwischen diesen identifizieren und bewerten. - verstehen die Grundmodelle von Gesundheitssystemen und sind in der Lage, diese auf nationale Gesundheitssysteme zu transferieren. - verstehen ökonomische, rechtliche und gesundheitspolitische Zusammenhänge im deutschen Gesundheitssystem und können diese im Kontext der Systemakteure darstellen und beurteilen. - können relevante gesundheitswissenschaftliche Paradigmen und Konzepte identifizieren und abgrenzen. - sind in der Lage, den Gesundheitstourismus in seiner Struktur und Ausgestaltung zu systematisieren und zu erklären sowie mit den gesellschaftlichen, gesundheitspolitischen, gesundheitswissenschaftlichen und historischen Kenntnissen zu verknüpfen. 					
Lehrinhalte					
<p><u>Grundlagen des Gesundheitstourismus:</u> Terminologie und Systematisierungsansätze, gesellschaftliche und historische Einflussfaktoren, Markttreiber des neuen Gesundheitstourismus, Marktdaten und Marktvolumina, Struktur und Charakteristika von Angebot und Nachfrage;</p> <p><u>Grundzüge des deutschen Gesundheitssystems:</u> Einordnung Deutschlands in Grundmodelle internationaler Gesundheitssysteme, Grundmerkmale und -prinzipien sozialer Sicherung im Krankheitsfall, Struktur und Handlungsfelder der Sozialversicherungsträger sowie ihre Bedeutung für den Gesundheitstourismus, Struktur und Handlungsfelder der ambulanten und stationären Versorgung, Gesundheitspolitik und Sozialgesetzgebung mit ihren Auswirkungen auf die (Gesundheits-)Tourismuswirtschaft, aktuelle Marktdaten und Kennzahlen zum deutschen Gesundheitssystem und deren Akteure, Merkmale und Zusammenspiel der Gesundheitsmärkte;</p> <p><u>Gesundheitswissenschaftliche Grundlagen:</u> Verständnis von Gesundheit und Krankheit im Kontext verschiedener Wissenschaftsdisziplinen, Prävention und Gesundheitsförderung im Kontext von Salutogenese, Pathogenese und evidenzbasierter Medizin, Basisdaten zum Gesundheitsverhalten der Bevölkerung, Struktur und Ausgestaltung von Vorsorge- und Rehabilitationsmaßnahmen im Gesundheitstourismus.</p>					
Literatur					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Berg, W. (2008): Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus, München: Oldenbourg.
- Blümel, S. / Franzkowiak, P. (2011): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden, hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Cassens, M. (2013): Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung, München: Oldenbourg.
- Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.
- Knoll, Gabriele M. (2018): Handbuch Wellness-tourismus, München: UVK.
- Heise, P. / Axt-Gadernann, M. (2018): Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die „Generation plus“ den Markt verändert, Wiesbaden: Springer, Gabler.
- Iling, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.
- Nagel, E. (Hrsg., 2013): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Struktur, Leistungen, Weiterentwicklung, 5. Aufl., Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.
- Naidoo, J. / Wills, J. (2010): Lehrbuch der Gesundheitsförderung, 2. Aufl., hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Preusker, U. K. (2015): Das deutsche Gesundheitssystem verstehen. Strukturen und Funktionen im Wandel, 2. Aufl., Heidelberg: medhochzwei.
- Rulle, M. (2004/2008): Der Gesundheitstourismus in Europa. Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, Bd. 4 der Eichstätter Tourismuswissenschaftlichen Beiträge, München: Profil.
- Smith, M./Puczko, L. (2014): Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical Travel, 2nd ed., New York: Routledge.
- Simon, M. (2017): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise, 6. Aufl., Bern: Hogrefe.
- Specke, H. K. (2005): Der Gesundheitsmarkt in Deutschland. Daten – Fakten – Akteure, 3. Aufl., Bern et al.: Verlag Hans Huber.
- Vogt, C. / Pforr, Ch. (2014): Wellness Tourism. A Destination Perspective, London: Routledge.
- Diverse Veröffentlichungen von Behörden (u.a. Gesundheitsberichterstattung des Bundes, BZgA, Ministerien), Fachverbänden und weiteren Institutionen sowie Bundesgesetze.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder (Klausur 1h und Kursarbeit)		Vorlesung: multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase; mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen.	Prof. Dr. T. Kirstges
		SL/PVL: Einsendeaufgabe			
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen. - erkennen die Besonderheiten und spezifischen Rahmenbedingen mittelständischer Unternehmen der Branche. - erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controllings und der Reisepreiskalkulation. - vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin. - wenden ihre Kenntnisse bei jeweils themenbezogenen Aufgabenstellungen an. - planen, konzipieren, kalkulieren und gestalten selbständig ausgewählte Aspekte und Instrumente des Touristikmarketings. - arbeiten dabei i. d. R. in kleinen Teams von zwei bis vier Studierenden zusammen. - erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien. - gestalten selbständig Präsentationen und wenden verschiedene Präsentationstechniken an. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Lehrinhalte
<ul style="list-style-type: none">- 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 Tourismusnachfrage, insbesondere Tourismustrends inkl. ökologischer Aspekte- Arbeitsmarkt Reiseveranstalter/-mittler inkl. Tarif- und Arbeitsverträge und deren rechtlicher Rahmen- 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 im Abrechnungs- und Entlohnungsverhältnis zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern- Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware- Fallstudien zu o. g. Inhalten
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- de la Motte, Günter: All inclusive Fachwissen Tourismus – Band 3 - Rechnungswesen für Touristiker, neueste Auflage.- DRV (Hrsg.): Der deutsche Reisemarkt, Zahlen und Fakten, neueste Auflage.- Falk, Bernd (Hrsg.): Dienstleistungsmarketing, Landsberg am Lech, neueste Auflage Fischer, Regina, Dienstleistungs-Controlling, neueste Auflage.- FUR (Hrsg.): Kurzfassung der Reiseanalyse, neueste Auflage.- Hässel, Günter: Die Besteuerung und Buchführung des Reisebüros, Verlag Beck, München, neueste Auflage.- Henkel, H.J.: Die Umsatzsteuer der Reisebüros und Reiseveranstalter, aktuelle Auflage Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, aktuelle Auflage, Wilhelmshaven.- Kirstges, Torsten: Management von Tourismusunternehmen, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kirstges, Torsten: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements - Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kirstges, Torsten: Strukturanalyse des deutschen Reiseveranstaltermarktes, neueste Auflage.- Kotler, Philip/Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Stuttgart, neueste Auflage.- Künzel, Beatrix / Thieß, Rainer: Rechnungswesen für Reiseverkehrskaufleute, aktuelle Auflage.- Mundt, Jörn: Reiseveranstaltung, Oldenbourg-Verlag, München, neueste Auflage.- Preißner, Andreas: Praxiswissen Controlling, neueste Auflage.- Pompl, Wilhelm: Touristikmanagement, Bände 1 + 2, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg, neueste Auflage Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, Verlag Vahlen, München, neueste Auflage.- Wolf, Cyrilla: Umsatzsteuer in der Touristik, aktuelle Auflage.- Zantow, Roger: Finanzierung, neueste Auflage.

Wahlpflichtmodule des 4. und 5. Semesters

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Español Comercial – Spanisch für den Beruf					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 146 h Selbststudium 4 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹ Betriebswirtschaftslehre (860) ²		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende- aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - können elementare Grundkenntnisse der spanischen Sprache mit beruflicher Ausrichtung anwenden. - sind in der Lage sich sowohl mündlich als auch schriftlich in einfachen Situationen zu verständigen. - schulen ihre Sprechfertigkeit, Hörverstehen, Leseverstehen und Schreibfertigkeit. - sind in der Lage während der Präsenzphasen gestellte Aufgaben mit Partnern zu lösen. - machen sich vertraut mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur. - besitzen das Sprachniveau A1 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Begrüßung und Kennenlernen - Small Talk - Personenbeschreibung - Arbeiten und Wohnen - Verkehr - Kommunikation (Telefon, E-Mail, Handy, SMS) - Tourismusbezogene (interkulturelle) Kommunikationsszenarien - Landeskundliche Themen - ausgewählte Bereiche der spanischen Grammatik 					
Literatur					
Das Modul basiert hauptsächlich auf einem Online-Videotraining.					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

² Studiengangskennung 860 = Online-Bachelorstudiengang **Betriebswirtschaftslehre**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Business Travel Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video- konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	C. Heckeroth M. Tetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen die wesentlichen Aufgaben, die im Business Travel Management bei den Unternehmen, den Leistungsträgern sowie den unterstützenden Institutionen anfallen. - kennen die Ziele eines Business Travel Managements und können die Einbindung eines BTM in ein Unternehmen bewerten. - können Lösungsvorschläge für ausgewählte Problemstellungen im Business Travel Management erarbeiten. - sind in der Lage, den Markt der Geschäftsreisen abzugrenzen und haben einen Überblick über die Marktteilnehmer. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung, Entwicklung und Abgrenzung der Geschäftsreiseindustrie - Marktstrukturen und Marktteilnehmer im Business Travel Management - Business Travel Management als Managementfunktion im Unternehmen - Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für die Etablierung eines Business Travel Managements in einem Unternehmen - Einführung eines Business Travel Managements in einem Unternehmen als Projekt, Rahmenbedingungen des Projektmanagements - Bedeutung des Prozessmanagements im Business Travel Managements - Prozessorientierte Sicht des Business Travel Managements - IT-Unterstützung und Optimierung des Geschäftsreiseprozesses - Aufgaben des Business Travel Management - Beschaffungsfelder im Business Travel Management - Anbieter im Geschäftsreisemarkt - Analyse des Marktes für Geschäftsreisen aus Anbietersicht - Neue Entwicklungen und aktuelle Trends auf dem Business Travel Markt - Analyse von Best Practice-Beispielen - Nachhaltigkeit im Business Travel Management - Travel Risk Management 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Espich, Gerhard, Business-Travel-Management: Kostenoptimierte und effektive Planung. Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, Bd. 14, Renningen: ex-pert-Verl, 2001. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Freyer, Walter/Naumann, Michaela/Schröder, Alexander (Hrsg.), Geschäftsreise-Tourismus: Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, 2., überarb. Aufl., Dresden: FIT-Forschungsinst. für Tourismus, 2006.
- Mahnicke, R., Business Travel Management: Praxis-Know-how für den Einkäufer, Wiesbaden, s.l.: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013.
- Schulz, Axel u. a. (Hrsg.): ETourismus: Prozesse und Systeme: Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., Berlin: Oldenbourg de Gruyter, 2015.
- Verband Deutsches Reisemanagement e.V.: VDR-Geschäftsreiseanalyse, jährliche Analyse auf www.vdr-service.de abrufbar.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	C. Heckerroth M. Tetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über topografische Kenntnisse und regionale und globale Raumvorstellungen. - können die zur Untersuchung und Beurteilung von Tourismusgebieten notwendigen Informationen beschaffen, auswerten und darstellen. - 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. - können umfassende Informationen zur Reiseplanung und Reisedurchführung für die wichtigsten Tourismusgebiete Deutschlands, Europas und einiger wichtiger Destinationen weltweit geben. - erkennen die Eignung touristischer Destinationen für Themenreisen. - erlernen die Planung von Rundreisen unter Einbeziehung verschiedener Sehenswürdigkeiten. - kennen wichtige touristische Zugverbindungen. - erkennen die Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „UNESCO Welterbe“. - sind sich der negativen Auswirkungen des Massentourismus bewusst. - erhalten einen Überblick gängiger Formen des Tourismus. - setzen sich mit aktuellen Trends und Entwicklungen sowie amtlichen und nichtamtlichen Statistiken zum Tourismus auseinander. 					
Lehrinhalte					
Allgemeine Informationen: Naturräumliche Gliederung der Erde, Naturphänomen- und Katastrophentourismus, Klima- und Zeitzonen der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“, Visa-, Impf- und Ausweispflicht, Reisewarnungen, Touristisch vermarktete Fernstraßen und Bahnverbindungen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten. Länder- und regionsspezifische Inhalte: Deutschland, Österreich und Schweiz, Nord- und Westeuropa, ausgewählte Länder in Osteuropa, Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum, Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Becker; Hopfinger; Steinecke: Geographie der Freizeit und des Tourismus, 3. Auflage, 2007, Oldenbourg. - Kagermaier: Tourismusgeographie; 2015; Utb Verlag. - Neumair; Rehklaus; Schlesinger: Angewandte Tourismusgeographie; 2019; De Gruyter. - Schmude; Namberger: Tourismusgeographie; 2014; WBG Verlag Vahlen. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Grundzüge der Hotellerie					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. J. Berlingen
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen den organisatorischen Aufbau und die Funktionsweise von Hotels. - sind in der Lage, Abgrenzungskriterien zu definieren und anhand dieser Kriterien Arten und Typen von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben zu unterscheiden. - kennen die Nachfragestrukturen und die Markt- und Wettbewerbsverhältnisse in verschiedenen Teilmärkten. - können den Begriff „Funktionale Entkopplung“ definieren und die wesentlichen Inhalte von verschiedenen Vertragsverhältnissen, u.a. Pachtverträgen, Managementverträgen und Franchiseverträgen beschreiben sowie die Chancen und Risiken der verschiedenen Verträge erläutern. - können Wettbewerbsvorteile der Markenhotellerie / Hotelketten und der Systemgastronomie gegenüber der Individualhotellerie und Individualgastronomie beschreiben. - können verschiedene Marketingstrategien der Hotellerie erläutern und ausgewählte Aspekte der Preis- und Vertriebspolitik beschreiben. - sind befähigt, Kennzahlensysteme in der Hotellerie und Gastronomie anzuwenden. - sind in der Lage, Markt- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Angebotsstrukturen, Definitionen, Beherbergungsangebot - Abgrenzungskriterien Betriebsarten und Betriebstypen der Hotellerie - Hotelketten und Kooperationen, Hotelmarken - Wettbewerb - Strukturen der Nachfrage nach Beherbergungsleistungen - Abgrenzung von Teilmärkten und Zielgruppen - Vertragsverhältnisse in der Hotellerie, Pacht-, Franchise, Managementverträge, funktionale Entkopplung, Franchise-Systeme und Hotel-Kooperationen - Überblick Organisation von Hotelbetrieben - Grundlagen des Marketings in der Hotellerie - Marketingstrategien und Analyse von Erfolgsfaktoren - Grundzüge der Produkt- und der Preispolitik - ausgewählte Aspekte des Vertriebs der Dienstleistungen - Kennzahlen in der Hotellerie, u. a. OCC, ARR, RevPar, Wareneinsatzquoten, ausgewählte Kostenstrukturen 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Überblick Markt- und Wettbewerbsanalysen
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- Gardini, Marco A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements, Berlin,/ Bosteon 3. Auf., 2020.- Gardini, Marco A.: Marketing-Management in der Hotellerie, Berlin / München / Boston, 3. Auflage 2015.- Gewalt, Stefan: Hotel-Controlling, München / Wien, 2. Auflage 2001- Hänssler, Karl H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Berlin / Boston, 10. Aufl. 2020.- Heesen, Bernd / Meusburger, Christoph W.: Basiswissen Bilanzanalyse in der Hotellerie, Wiesbaden 2019.- Hotelverband Deutschland (IHA) e.V. (Hrsg.): Hotelmarkt Deutschland, Berlin, 2020 (erscheint jährlich).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management von Flughäfen und Fluggesellschaften					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	C. Heckeroth
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten. - verstehen die Grundlagen der Luftverkehrspolitik, kennen die wichtigsten nationalen und internationalen Luftverkehrsorganisationen. - erkennen die Rahmenbedingungen, die das Luftverkehrsrecht für Managemententscheidungen setzt. - erkennen die Grundlagen und Rahmenbedingungen des unternehmensbezogenen Managements von Flughäfen und Fluggesellschaften. - können die Instrumente des Marketing-Mix anwenden. - kennen die Grundlagen der nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen. - kennen der Geschäftsmodelle und Finanzierungsalternativen der Flug- und Flughafengesellschaften. - können mögliche Entwicklungen im Luftverkehr analysieren und Lösungen entwickeln. 					
Lehrinhalte					
Einführung in die Luftverkehrspolitik, Erscheinungsformen des Luftverkehrs, Angebot und Nachfrage im Luftverkehrsmarkt, Slot- und Hubmanagement, Organisationen des internationalen Luftverkehrs, Träger und Segmente des internationalen Luftverkehrs, Standardisierungen und Regelwerke des internationalen Luftverkehrs, Einführung in das Management von Fluggesellschaften und seine Spezifika, Aufgaben und Prozesse des Airline- Managements, Aufgaben und Prozesse des Flughafen-Managements, Geschäftsmodelle und Finanzierung der Flug und Flughafen-Gesellschaften, Marketing- und Yield-Management, Preisbildung, Vertriebswege, Business Travel Management, Netzwerk-Management, Kommunikationsmanagement, Flugsicherungswesen, Luftverkehrsgesellschaften im Rahmen internationaler Transport- und Tourismuskonzerne, Flugsicherungswesen, Logistik und Luftfracht-Management im Zusammenwirken mit anderen Verkehrsträgern, Verkehrsträger-Integration und Verkehrswegeoptimierung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Conrady, R.: Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch: De Gruyter, 2019. - Groß, Sven: Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, München: Oldenbourg, 2011. - Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015. - Pompl, Wilhelm: Luftverkehr, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007. - Schulz, Axel: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erwerben grundlegende bis vertiefende Kenntnisse zu spezifischen Themen und Fragen im tourismusbezogenen Kontext, die in den allgemeinen tourismuswirtschaftlichen Fächern sowie in den Studienschwerpunkten nicht ausreichend bearbeitet werden können und diese somit ergänzen.					
Lehrinhalte					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Tourismuspsychologie, Kulturtourismus, Sporttourismus, Senientourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					
Literatur					
Die Literatur ist abhängig vom Themenbereich der Veranstaltung.					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Controlling					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. Dr. A. Schmidt
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Ziele und Aufgaben des (Unternehmens-) Controllings. - können funktionale, institutionelle und instrumentale Sichtweisen unterscheiden. - sind in der Lage, das Unternehmenscontrolling von verwandten Bereichen abzugrenzen. - kennen die Grundlagen des Informations- und Berichtswesens. - können die Deckungsbeitragsrechnung zur Optimierung des kurzfristigen Leistungsumfangs, zur Bestimmung von Preisgrenzen, zur Beurteilung von (Zusatz-) Aufträgen sowie für Make or buy-Entscheidungen einsetzen. - sind in der Lage, die unterschiedlichen Formen der Plankostenrechnung zur Kontrolle der Wirtschaftlichkeit einzusetzen (Preis-, Beschäftigungs-, Verbrauchs- und Gesamtabweichung). - können die traditionelle Kostenrechnung zur Prozesskostenrechnung erweitern. - können die aus der Prozesskostenrechnung resultierenden Effekte deutlich machen. - kennen weitere Ansätze des Kostenmanagements. - können wichtige Kennzahlen für Betriebe der Tourismuswirtschaft berechnen und kennen Kennzahlensysteme. 					
Lehrinhalte					
Grundlagen des Unternehmenscontrollings: Ziele und Aufgaben, funktionale, institutionelle und instrumentale Sicht, Abgrenzung zu verwandten Bereichen, Entwicklung und aktuelle Herausforderungen; Berichtsarten und Berichtssysteme, Berichtspräsentation; Deckungsbeitragsrechnung: Ziele und Aufgaben, Entscheidungsfundierung: Programmplanung, Preisunter- und Preisobergrenzen, Zusatzaufträge, Eigenfertigung oder Fremdbezug; Plankostenrechnung: Ziele und Aufgaben, Planung und Kontrolle der Kosten bei starrer sowie flexibler Plankostenrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis; Controlling mithilfe der Prozesskostenrechnung: Ziele und Aufgaben, Methodik, Abgrenzung zum Activity Based Costing; Überblick zu weiteren Ansätzen des Kostenmanagements; Bilanz-, Finanz- und Erfolgskennzahlen, Kennzahlensysteme, Balanced Scorecard.					
Literatur (jeweils neueste Auflage verwenden)					
<ul style="list-style-type: none"> - Britzelmaier, B.: Controlling, Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Hallbergmoos (Pearson). - Deimel, K./Erdmann, G./Isemann, R./Müller, S.: Kostenrechnung, Hallbergmoos (Pearson). - Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung, München (Vahlen). - Jung, H.: Controlling, München (Oldenbourg). 					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Schmidt, A.: Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, Stuttgart (Kohlhammer).
- Sensen, B.: Revenue Management im Hotel, Von Kennzahlen bis MICE am Beispiel erklärt, Berlin (de Gruyter).
- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart (Schäffer-Poeschel).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Personalwirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. Dr. D. Appelt Prof. Dr. S. Reinmann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - sind der Lage aktuelle Theorien und Konzepte zum strategischen und operativen HRM zur Personalverwaltung und zur Personalführung in wissenschaftlicher und praktischer Hinsicht zu beurteilen. - können die Konzepte zu den generischen Funktionen der Personalarbeit situationsadäquat anwenden, um dazu beizutragen, die qualitative und quantitative Personalausstattung einer Organisation zu ermöglichen und zu gewährleisten und Menschen zu führen. - sind in der Lage vorgegebene Konzepte für immer wieder andere Anwendungsfälle begründend zu einer situationsadäquaten neuen Lösung zusammenzuführen. - können offen auf andere Menschen – in Ihrem Team und in anderen Abteilungen, Gruppen und Teams ihrer Organisation sowie in anderen Zusammenhängen bzw. Rollen – zugehen und mit diesen effektiv, effizient und human zusammenarbeiten. - sind in der Lage in mediengestützten Präsentationen und in Diskussionen Ihre Arbeitsergebnisse vor Fachleuten und vor Laien vorzustellen sowie diese zu begründen und distanzierend zu reflektieren. - können selbstständig offene Aufgabenstellungen bearbeiten, indem Sie aus der Grundhaltung der wissenschaftlichen Erschließung der Personalarbeit neues Wissen suchen, sich aneignen und auch bewerten. - können aus der Reflexion ihres Lernprozesses Schlussfolgerungen für ihre Lernaktivitäten und alltäglichen Handlungsweisen ziehen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Studienmodul Personalwirtschaft - Personalwirtschaftliche Aufgabenfelder - Teilfunktionen des Personalmanagements im HRC - Personalführung - Arbeitsbeziehungen 					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Literatur

- Bartscher, T. & Nissen, R. (2017): Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. Hallbergmoos: Pearson.
- Bröckermann, R. (2016): Personalwirtschaft, Stuttgart Schäffer Poeschel.
- Nicolai, C. (2019): Personalmanagement. Konstanz/München: UVK/Lucius.
- Schafmeister, S. (2019): Personalmanagement im Gesundheitswesen. utb.
- Scholz, C. & Scholz, T. (2018): Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen.
- Schreyögg, G. und J. Koch (2015). Grundlagen des Managements. Wiesbaden: Gabler.
- Stock-Homburg, R./Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Gabler.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
IT-Projektseminar					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 146 h Selbststudium 4 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Kursarbeit SL: (PVL: Einsendeaufgabe)	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	J. Freimann	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 bzw. 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					
<p><u>Vorbemerkung:</u> Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand. Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reiseveranstalter und dynamische 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. <ul style="list-style-type: none"> o der Reiseveranstalter 					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

<ul style="list-style-type: none">○ im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)○ in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS)- Aktuelle Fallstudien, z. B. zu Business Travel Management Systemen (BTM) oder Social Media
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.); eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015.

5. Semester

Schwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Destination Management B: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit SL: (PVL: Einsendeaufgabe)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - kennen normative, strategische und operative Abläufe im Destination-Marketing. - wenden verschiedene Methoden der Marktforschung im Destination-Management an. - analysieren verschiedene Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen. - übertragen Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen. - berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Marketing. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Besondere Aspekte des Marketings in virtuellen Unternehmen - Touristische Marktforschung und Nutzung von Beherbergungsstatistiken - Markenbildung einer Destination - Innen- und Binnenmarketing - Produktentwicklung und Erlebnissetting - Events sowie Veranstaltungs- und Messewesen für touristische Destinationen - Mediaplanung sowie spezielle Instrumente der Kommunikationspolitik im Einsatz touristischer Destinationen - Die Destination Management Organisation als Reisemittler und Reiseveranstalter - CaseStudies zu Problemfeldern im Bereich des Destinationsmarketings 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Freyer: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, De Gruyter Oldenbourg. - Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen). 					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit SL: (PVL: Einsendeaufgabe oder Referat)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphasen. Begleitende praktische Arbeiten in Kleingruppen.	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verstehen spezifische Theorien und Konzepte im Kontext von Bedürfnissen, Lebensqualität, Glück und Marktsegmentierung und können diese auf die Nachfrage im Gesundheitstourismus übertragen und ihre Bedeutung für diese einschätzen. - können die verschiedenen Produktkonzepte und Angebotssparten im Gesundheitstourismus differenzieren. - sind in der Lage, innovative gesundheitstouristische Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu entwickeln und vorhandene Marktangebote zu beurteilen. - können betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen strukturieren und vergleichen sowie diese mit Kenntnissen aus der Anwendung einer Spa-Software verknüpfen. - können relevante Konzepte und Methoden des Qualitätsmanagements identifizieren und diese auf Einrichtungen im Gesundheitstourismus übertragen. - sind befähigt, theoretische Zusammenhänge fachlich aufzubereiten, auf praxisorientierte Fallbeispiele anzuwenden und eigene Lösungsansätze argumentativ zu verteidigen. 					
Lehrinhalte					
Vertiefende Aspekte zur Nachfrage im Gesundheitstourismus, insbesondere Theorien zur Bedürfnisbefriedigung, Lebensqualität und Glücksforschung, Ansätze zur Segmentierung der Nachfrage; inhaltliche Ausgestaltung und Verknüpfung der Produktkonzepte Wellness und Medical Wellness, Grundlagen des Medizintourismus; <u>Gesundheitstouristische Angebotsgestaltung</u> im Kontext verschiedener Angebotssparten, v. a. rechtliche und inhaltliche Aspekte der GKV-geförderten Primärprävention im Rahmen des Gesundheitstourismus, Ansätze zur Vermarktung gesundheitstouristischer Angebote, Analyse und Beurteilung diversifizierter gesundheitstouristischer Angebote am Markt; <u>Betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer Einrichtungen</u> , insbesondere Struktur von Investitions-, Betriebskosten und Erlösen, Kennzahlen im Spa-Management; <u>Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus</u> , insbesondere Notwendigkeit/Bedeutung, Methoden zur					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Konzeptionierung, Messung und Sicherstellung von Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit im Kontext von Tourismus und Gesundheit, Analyse und Beurteilung spezifischer Qualitätsmanagementansätze im Gesundheitstourismus.

Literatur

- Benkenstein, M. (1993): Dienstleistungsqualität. Ansätze zur Messung und Implikationen für die Steuerung, in: ZfB, Jg. 63, H. 11, S. 1095-1116.
- Bruhn, M. (ab 2011): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin und Heidelberg: Springer Verlag.
- Bruhn, M./Stauss, B. (aktuellste Aufl.): Dienstleistungsqualität. Konzepte, Methoden, Erfahrungen, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Cassens, M. (2013): Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung, München: Oldenbourg.
- Dettmer, H. (Hrsg., 2004): Wellness in der Hotellerie, Stuttgart: Holland+Josenhans.
- Edvardsson, B./Roos, I. (2001): Critical incident technique. Towards a framework for analysing the criticality of critical incidents, in: International Journal of Service Industry Management, Vol. 12 (3), S. 251-268.
- Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.
- Haller, S. (1993): Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität. Überblick zum State of the Art, in: zfbf 45 (1/1993), S. 19-40.
- Heise, P. / Axt-Gadermann, M. (2018): Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die „Generation plus“ den Markt verändert, Wiesbaden: Springer, Gabler.
- Knoll, G. M. (2018): Handbuch Wellnesstourismus, München: UVK.
- Iling, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.
- Klein, A. (2014): Lifestyles of Health and Sustainability: Gestaltung touristischer Angebote unter Berücksichtigung der LOHAS, Diss., Bd. 2 der Schriftenreihe Touristik. Interdisziplinäre Beiträge zur Tourismuswissenschaft, Hamburg: Dr. Kovac.
- Krczal, A./Weiermair, K. (Hrsg., 2011): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen. Erfolg durch Kundenorientierung und hohe Standards, Berlin: ESV.
- Lanz Kaufmann, E. (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investition und Qualitätsverbesserungen, Bd. 38 der Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, hrsg. v. FIF, Bern: FIF.
- Müller, H. (2000): Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Berlin, Stuttgart und Wien: Haupt Verlag.
- Nahrstedt, W. (2008): Wellnessbildung. Gesundheitssteigerung in der Wohlfühlgesellschaft, Berlin: ESV.
- Olandt, H. (1998): Dienstleistungsqualität in Krankenhäusern. Operationalisierung und Messung der Patientenwahrnehmung, Diss., Gabler Edition Wissenschaft, Marketing und Innovationsmanagement, hrsg. v. M. Benkenstein, Wiesbaden.
- Parasuraman, A./Zeithaml, V.A./Berry, L.L. (1985): A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, in: Journal of Marketing, Vol. 49, Fall, S. 41-50.
- Pechlaner, H./Fischer, E. (Hrsg., 2006): Qualitätsmanagement im Tourismus. Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit, Bd. 15 der Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur der EURAC, Wien: Linde.
- Richter, B./Pütz-Willems, M. (Hrsg., 2002): Wellness + Wirtschaft. Professionell und Profitabel. Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten, Augsburg: Willems.
- Smith, M./Puczkó, L. (2014): Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical Travel, 2nd ed., New York: Routledge.
- Sonnenschein, M. (2009): Medical Wellness & Co. Der Gesundheitsvorsorge-tourismus in Deutschland. Angebot und Nachfrage im Wandel, Diss., Berlin.
- Wiesner, K.A. (2007): Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin: ESV.

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

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter & Reisemittler					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder (Klausur 1h und Kursarbeit)		Vorlesung: multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase; mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen.	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - erinnern die im Grundlagenstudium allgemein (teilbranchenübergreifend) dargestellten Aspekte des Marketings und fokussieren diese auf den Anwendungsbereich des Managements der Reiseveranstalter und Reisemittler. - werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche. - analysieren das Potential unterschiedlicher Marketingstrategien zur Expansion von Touristikunternehmen. - lernen aufeinander abgestimmte Strategien und Maßnahmen zum erfolgreichen Lenken und Leiten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen. - vertiefen spezielle Management- und Marketingstrategien sowie operative Handlungsansätze zur Optimierung der Wertschöpfungsaktivitäten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern. - lernen spezifische organisatorische und personalwirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen und lösen. - 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.). - begreifen die Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Tourismusbranche und erfahren unterschiedliche Strategien und Maßnahmen eines nachhaltigen Tourismus. - perfektionieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation. - werden so zur Wahrnehmung von Aufgaben des mittleren bis höheren Managements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern befähigt. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Lehrinhalte
<ul style="list-style-type: none">- Marktsegmentierung bei Reiseveranstaltern (Varianten, Zielgruppendefinition, Anwendung multivariater Verfahren (insbes. Clusteranalyse))- Spezifisches Marketing, insbes. Reisekataloggestaltung (Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Design, Layout- und Drucktechnik) und Grundzüge des digitalen/Internet-Marketings- Strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen)- Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM)- Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik- Yield Management für Reiseveranstalter- Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR), Möglichkeiten zu deren operativer Umsetzung und Probleme der nachhaltigen Gestaltung von touristischen Leistungen- Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern (touristische Arbeitsteilung, touristische Prozesse und Prozessmanagement, Aufbau von Organisationen etc.)- Spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen- Aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- Bastian, Harald / Born, Karl: Der integrierte Touristikkonzern, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kirstges, Torsten: Expansionsstrategien im Tourismus, aktuelle Auflage, Wilhelmshaven.- Kirstges, Torsten: Sanfter Tourismus, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kirstges, Torsten: Management von Tourismusunternehmen, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kirstges, Torsten: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements - Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, aktuelle Auflage, Oldenbourg-Verlag, München.- Kotler, Philip/Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Stuttgart, neueste Auflage.- Mundt, Jörn: Reiseveranstaltung, Oldenbourg-Verlag, München, neueste Auflage.- Pompl, Wilhelm: Touristikmanagement, Bände 1 + 2, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg, neueste Auflage.- Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, Verlag Vahlen, München, neueste Auflage.- von Dörnberg, Adrian / Freyer, Walter / Sülberg, Werner: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management: Funktionen – Strukturen – Prozesse, de Gruyter, neueste Auflage <p>sowie aktuelle touristische Fachzeitschriften.</p>

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Interkulturelle Kompetenzen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Kursarbeit (Prüfungssprache Englisch)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit Online- sowie Präsenz- Betreuung.	A. Menn J. Fischer
		PVL: Übung			
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Empfehlung: Selbstständige Sprachverwendung von Englischkenntnissen (Modulinhalte und Prüfung in englischer Sprache)			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> - Fachbegriffe wiedergeben, in unterschiedlichen Modellen und Analogien anordnen und veranschaulichen sowie Beispiele dafür geben. - didaktische Mittel zur Sensibilisierung von Unterschieden wiedergeben. - kulturell bedingte Betrachtungsweisen unterscheiden. - kulturelle Unterschiede gegenüberstellen. - Kommunikationsabläufe mit kulturell bedingten Missverständnisse bearbeiten. - schriftliche und filmische Darstellungen kritischer Interaktionssituationen beschreiben, interpretieren, bewerten und zergliedern. - den Einfluss von Kultur auf Sprache darstellen. - eigene Fremdsprachenkenntnisse anwenden. - Merkmale und Hilfsmittel eines Kulturschocks benennen, einen modellhaften Verlauf eines Kulturschocks beschreiben bzw. den Umgang mit einem Kulturschock diskutieren. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Komponenten, Eigenschaften und Fähigkeiten Interkultureller Kompetenz - kulturübergreifendes und kulturspezifisches Wissen - Kulturbegriffe (z. B. statische und dynamische), Kulturmodelle (z. B. Eisberg), -elemente - Kommunikationsstile und deren Komponenten (verbal, nonverbal, paraverbal, extraverbal) - interkulturelle Kommunikation und Hilfsmittel zum Umgang mit Irritationen - Metakommunikation - Wahrnehmung und Zuschreibungen (Generalisierung, Stereotypisierung) - Simulation und Rollenspiel 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Barmeyer, Christoph I. (2012): Taschenlexikon Interkulturalität. 1. Aufl. Stuttgart, Göttingen: UTB GmbH; Vandenhoeck & Ruprecht (utb-studi-e-book, 3739). - Bolten, Jürgen (2018): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB Wirtschaftswissenschaften, Interkulturelle Kommunikation, 2922). - Chang, Celine; Droux, Susanne; Gruner, Axel (2015): Internationale Gäste. Gewinnen und begeistern; erfolgreich durch interkulturelle Kompetenz. Stuttgart: Matthaes. 					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Dreyer, W. (Ed.) (2011): Perspektiven interkultureller Kompetenz. Symposium zu Ehren des 70. Geburtstags von Prof. Dr. Alexander Thomas. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hall, Edward T.; Hall, Mildred Reed (1990): Understanding cultural differences. Yarmouth, Me.: Intercultural Press. Hofstede, Geert H.; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael (2010): Cultures and organizations. Software of the mind ; intercultural cooperation and its importance for survival. Rev. and expanded 3. ed. New York, NY: McGraw-Hill.
- Hartmann, Rainer; Herle, Felix (Eds.) (2014): Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus. Kommunikation – Kooperation – Kompetenz. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Heine, Steven J. (2012): Cultural psychology. 2. ed. New York: Norton.
- Hiller, Gundula Gwenn (Ed.) (2010): Schlüsselqualifikation interkulturelle Kompetenz an Hochschulen : Grundlagen, Konzepte, Methoden. Wiesbaden: Verl. für Sozialwiss.
- Heringer, Hans Jürgen (2017): Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte. 5. Durchgesehene Auflage. Tübingen, Bern, Tübingen: A. Francke Verlag (UTB, 2550).
- Hofstede, Geert H.; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael (2010): Cultures and organizations. Software of the mind; intercultural cooperation and its importance for survival. Rev. and expanded 3. ed. New York, NY: McGraw-Hill. IN search of intercultural understanding (Schmidt)
- Lázár, I.; Čaňková, M. (Eds.) (2007): Developing and assessing inter-cultural communicative competence. A guide for language teachers and teacher educators. Strasbourg: Council of Europe Publ (Languages for social cohesion). Mikk, B.; Cohen, A.; Paige, R.; Chi, J. (2008): Maximizing study abroad. An instructional guide to strategies for language and culture learning and use. Rev. May 2008. [Minneapolis, Minn.]: Center for Advanced Research on Language Acquisition, University of Minnesota ([CARLA working paper series]).
- Losche, Helga (1995): Interkulturelle Kommunikation. Sammlung praktischer Spiele und Übungen. 1. Aufl. Alling: Sandmann (Themenhefte Praktische Erlebnispädagogik).
- Robert Gibson (2007): Talking without words. Body language. In Business Spotlight (4), pp. 37–41.
- Roth, Juliana (Ed.) (2009): Culture communication skills. Interkulturelle Kompetenz: [Handbook for adult education]. Stuttgart: EduMedia (Xpert Culture Communication Skills).
- Roth, Juliana; Köck, Christoph (Eds.) (2011): Interkulturelle Kompetenz. Handbuch für die Erwachsenenbildung = [Xpert] culture communication skills. 2., vollständig überarb. Aufl. Stuttgart, München: EduMedia; Bayerischer Volkshochschulverband e.V
- Samovar, Larry A.; Porter, Richard E.; McDaniel, Edwin R. (c 2012): Intercultural communication. A reader. 13. ed. Boston, Mass: Wadsworth Cengage Learning.
- Schmidt, Patrick L. (2007): In Search of intercultural understanding. A practical guidebook for living and working across cultures. Montreal: Meridian World Press.
- Schroll-Machl, Sylvia (2013): Doing business with Germans. Their perception, our perception. 5. ed. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Thomas, Alexander; Kinast, Eva-Ulrike; Schroll-Machl, Sylvia (Eds.) (2010): Handbook of intercultural communication and cooperation. Volume 1: Basics and areas of application. ebrary, Inc. 2nd rev. ed. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles (2009): Riding the waves of culture. Understanding cultural diversity in business. 2. ed., reprint. with corr. London: Brealey.
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles (2012): Riding the waves of culture. Understanding diversity in global business. Rev. and updated 3. ed. London: Brealey.
- Utley, Derek (2008): Intercultural resource pack. Intercultural communication resources for language teachers. [Nachdr.]. Cambridge: Cambridge Univ. Pr (Cambridge professional series).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Internationale Unternehmensführung					
Semester	Angebots-Frequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online- Betreuung (E-Mail, Video-Konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	G. Reeb
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Kenntnisse zu Anforderungen und Inhalten unternehmerischer Planung, Organisation und Führung im Zusammenhang international tätiger Unternehmen. - besitzen Kenntnisse über verschiedene Arten von Internationalisierungs-Strategien. - besitzen Kenntnisse über theoretische Ansätze zur Erklärung internationaler Wirtschaftstätigkeit. - besitzen Kenntnisse über Produktions- und Organisationsformen internationaler Wirtschaftstätigkeit. - kennen zentrale Funktionsbereiche des Internationalen Personalmanagements und können dieses in den Kontext einer Unternehmensstrategie einordnen. - reflektieren spezielle Anforderungen von Personalarbeit wie beispielsweise Internationale Stellenbesetzung, Personalentwicklung und Entgeltfindung in der Praxis und kennen spezifizierte Internationale Vergütungsfragen. - sind in der Lage eine gedankliche Vorwegnahme des internationalen Personalgeschehens der Gesamtbelegschaft durchzuführen, um den Nutzen einer Personalauswahl für die Unternehmenspraxis einzuordnen. - sind in der Lage einzuschätzen, dass eine Entgeltfindung auf internationaler Ebene die gleichen Ziele wie Vergütungssysteme auf nationaler Ebene verfolgen. - sind befähigt, die Motivation zur Leistungserbringung und auch die internationale Mobilität zu fördern, um den Bedarf der Unternehmung an qualifizierten, international ausgerichteten Mitarbeitern in allen In- und Auslandsniederlassungen kostengünstig für das Unternehmen zu decken. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Lehrinhalte
<ul style="list-style-type: none">- Internationalisierung/Globalisierung- Organisation und Führung multinationaler Unternehmungen- globale Handels- und Investitionsbedingungen- Theorien internationalen Handels und Wirtschaftens- Strategien der Internationalisierung- Typologie multinationaler Unternehmungen,- Instrumente der internationalen Personalgewinnung- Systeme der internationalen Personalauswahl- Modelle internationaler Entgeltfindung- Kulturbegriff und kulturelle Differenzierung- regionale Netzwerke und ökonomische Bündnisse- Institutionelle Rahmenbedingungen im kulturellen und organisationalen Kontext.
Literatur
<ul style="list-style-type: none">- Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, 11. Auflage, München, 2019.- Kutschker, Michael & Schmid, Stefan: Internationales Management, 7. Auflage, München, 2012.- Macharzina, Klaus & Wolf, Joachim: Unternehmensführung, Das internationale Managementwissen, 10. Auflage, Wiesbaden, 2018.- Steinmann, Horst, Schreyögg, Georg & Koch, Jochen: Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 7. vollständig überarbeitete Auflage, 2013.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusentwicklung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 144h Selbststudium 6h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Klausur 2h oder Hausarbeit oder Mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium, auch Unternehmensplanspiel mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-Konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlage für ein nachhaltiges wirtschaftliches Handeln. - kennen die Bedeutung und die Grundlagen wirtschaftsethischer Zusammenhänge. - kennen die Bedeutung von Corporate Social Responsibility. - kennen die unterschiedlichen Begriffe, die im Kontext Nachhaltigkeit verwendet werden. - können die Komponenten des Dreiecks der Nachhaltigkeit inhaltlich darstellen und das darin verborgene Konfliktpotenzial darlegen. - können Zusammenhänge im Dreieck der Nachhaltigkeit erläutern. - können Grundsätze des nachhaltigen wirtschaftlichen Handelns den Grundsätzen eines kurzfristigen, gewinnorientierten wirtschaftlichen Handelns gegenüberstellen und Zusammenhänge erläutern. - kennen die Konzepte und Ideen, die mit Formen des Nachhaltigen Reisens (Sanftes Reisen) verbunden sind. - können verschiedenen Konzepte auf die Branchensegmente der Tourismuswirtschaft (vor allem Beherbergung, Freizeitdienstleister, Reiseveranstaltung, Transportunternehmen, Zielgebiete) übertragen und anwenden. - können die unterschiedlichen Konzepte erläutern und in einem theoretischen Rahmen auf unterschiedliche politische Systeme anwenden (bspw. im europäischen Kontext, Entwicklungsland). 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Notwendigkeit eines nachhaltigen Handelns in Wirtschaftssystemen - Grundlagen der Wirtschaftsethik - Inhalte und Bedeutung des Ansatzes der Social Corporate Responsibility und die Umsetzung in der unternehmerischen Praxis - Das Modell des Dreiecks der Nachhaltigkeit und die Wirkungszusammenhänge in dem Modell sowie die Anwendung in den Branchensegmenten der Tourismuswirtschaft - Das Konzept des Klimafußabdrucks und dessen Übertragung auf die verschiedenen Branchensegmente - Abgrenzung des Begriffs Entwicklungsland und der relevanten Wirtschaftssysteme 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Kulturdimensionen und deren Einfluss auf wirtschaftliches Handeln
- Formen von nachhaltiger Tourismusedwicklung in Entwicklungsländern und deren Diskussion
- Übertragbarkeit von Nachhaltigkeitskonzepten aus dem europäischen Kontext (= entwickelte Länder) auf Entwicklungs- und Schwellenländer
- Praktischer Teil auf Basis selbständiger Gruppenarbeiten: Diskussion von Kriterien zur Bewertung eines nachhaltigen Handelns in unterschiedlichen Branchensegmenten der Tourismuswirtschaft.
- Analyse und Bewertung von Nachhaltigkeitskonzepten einzelner Betriebe und Organisationen

Literatur

- Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft – Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, 2012, Oldenbourg.
- Schönenberger, A. (Hrsg.); Müller, H. (Autor): Tourismuspolitik: Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung (Kompaktwissen); 2011; Ruedigger Verlag.

6. Semester

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
TW-Projektseminar					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					150h davon 146h Selbststudium 4h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Kursarbeit		Projektseminar Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium, auch Unternehmensplanspiele mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen).	Prof. Dr. E. Schmoll C. Heckeroth M. Tetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - durchdringen aktuelle Entwicklungsfelder in der Tourismusbranche. - verifizieren und diskutieren ihr Theorieverständnis im Wechselspiel mit Praktikern. - lernen durch ausgewählte Praktiker-Vorträge und Exkursionen Tätigkeitsbereiche und -abläufe aus dem späteren Arbeitsumfeld, z. B. durch Unternehmensplanspiele kennen. - vertiefen ihre theoretischen Kenntnisse durch eigenständige Anwendung und Umsetzung von erlerntem Wissen und Methoden in aktuellen Problemstellungen aus der und für die Unternehmenspraxis. - können aktuelle Themen der Tourismusbranche projektorientiert erarbeiten. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Prozessorientierte und integrierte Unternehmensprozesse der Tourismuswirtschaft durch ausgewählte Systeme des Blended Learnings, z. B. übergreifende Unternehmensplanspiele - zielorientierte Vertiefung von touristischem Wissen in branchenbezogenen Projekten, - Schulung von Softskills in Gruppenarbeit, Projektmanagement, in Form eines Planspiels 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Olfert: Projektmanagement, 9. Auflage, kiehler Verlag - Herne, 2014. - Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.): eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015 <p>sowie diverse touristische Fachliteratur je nach Ausrichtung des Moduls.</p>					

¹Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Praxisprojekt					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	13	4
					Studentische Arbeitsbelastung
					390h davon 330h Selbststudium 60h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		SL: Praxisbericht		Praktische Tätigkeiten in einem Betrieb mit fachlicher Betreuung durch Lehrkraft	alle Lehrenden
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - erlangen durch das Praxisprojekt die Möglichkeit, die bis dahin im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der tourismuswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung auszubauen. Ziel ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen. - erwerben anwendungsbezogene Kenntnisse und praktische Erfahrungen in der Bearbeitung konkreter Probleme im beruflichen Tätigkeitsfeld unter Anleitung. - entwickeln die Fähigkeit, mit anderen Personen umzugehen und mit ihnen effektiv, effizient und human in verschiedenen Rollen zusammenzuarbeiten. Dabei geht es nicht um bloße standardisierte Sozialtechniken, sondern um eine professionalisierte Sensibilität und Flexibilität für den Umgang mit Menschen. - reflektieren die im Praxisprojekt gewonnenen Erkenntnisse bei der Erstellung der Bachelorarbeit. 					
Lehrinhalte					
Abhängig von der thematischen Ausrichtung.					
Literatur					
Abhängig von der thematischen Ausrichtung.					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismusmanagement					
Bachelor-Arbeit und Kolloquium					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	12	Studentische Arbeitsbelastung 360h davon 359h Selbststudium 1h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismusmanagement (893) ¹		PL: Bachelorarbeit und Kolloquium			alle Lehrenden
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Mindestens 153 Leistungspunkte und Abschluss des Praxisprojektes			
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 <ul style="list-style-type: none"> - 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: <ul style="list-style-type: none"> - 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 unbekannt oder ungewohnten Handlungsmuster erfordern. 					

¹ Studiengangskennung 893 = Online-Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Lehrinhalte
<p>Die Bachelorarbeit kann in Kooperation mit einem Unternehmen aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer mindestens 153 Leistungspunkte (einschließlich des Praxisprojektes) nachweisen kann.</p> <p>Durch die mündliche, studienabschließende Prüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat bzw. die Kandidatin 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.</p>
Literatur
Abhängig von der thematischen Ausrichtung der Bachelorarbeit.