

Modulkatalog für den Studiengang *Tourismuswirtschaft Online*

1. Semester	3
Sprache A	3
Business English	3
Spanisch für Anfänger A	4
Pflichtmodule	5
Grundlagen der BWL im Tourismus	5
Rechnungswesen I	6
Wirtschaftsmathematik I	7
Volkswirtschaftslehre I	8
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements	9
2. Semester	10
Sprache B	10
Tourism English	10
Spanisch für Anfänger B	11
Pflichtmodule	12
Tourismusmarketing	12
Rechnungswesen II	13
Statistik	14
Volkswirtschaftslehre II	15
Wirtschaftsrecht I	16
3. Semester	17
Personalwirtschaft	17
Investition und Finanzierung	18
Kosten- und Leistungsrechnung	19
Betriebliche Steuerlehre	20
Wirtschaftsrecht II	21
E-Commerce im Tourismus	22
4. Semester	23
Schwerpunkte	23
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements	23
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management	24
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus	25
Pflichtmodule	26
Controlling	26

Wissenschaftliches Arbeiten.....	27
Internationale Unternehmensführung	28
IT Projektseminar	29
5. Semester	30
Schwerpunkte	30
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter & Reisemittler	30
Destination Management B: Marketing und Vertrieb im Destination Management	31
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus.....	32
Wahlpflichtmodule	33
Business Travel Management.....	33
Empirische Marktforschung in Wirtschaft und Tourismuswirtschaft	34
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismusdestinationen.....	35
Grundzüge der Hotellerie	36
Internationales Personalmanagement und Führung	37
Management von Flughäfen und Fluggesellschaften.....	38
Pflichtmodule.....	39
Interkulturelle Kompetenzen.....	39
Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusentwicklung	40
6. Semester	41
TW Projektseminar	41
Praxisprojekt.....	42
Bachelor Thesis und Kolloquium	43

1. Semester

Sprache A

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Business English					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: Ü)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		AdL G. Bürling J. Römhild, MBA	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind vertraut mit grundlegende Situationen aus der englischsprachigen Geschäftswelt. Wie z.B. Vorstellen einer Firma, Verhandlungen, Marketing, Konferenzen, Logistik, Import/Export, Zahlungsbedingungen, Geschäftsreisen, Beschwerden und Werbung/Vertrieb. • beherrschen das grundlegende Fachvokabular zur Beschreibung von wirtschaftlichen Zusammenhängen (Schwerpunkt Lexik). • können sich in der Fremdsprache über Themen wie z.B. die Struktur einer Firma, eigene Arbeitserfahrungen oder das Unternehmen im Wettbewerb auf Englisch verständigen (Schwerpunkt Phraseologie, flüssiges Sprechen). • können grammatische Regeln, die im Kurs wiederholt und vertieft werden, wie z.B. die korrekte Verwendung von Aktiv- und Passivkonstruktionen, weitgehend fehlerfrei umsetzen (Schwerpunkt Grammatik). • sind Fähig aus einem relevanten Fachtexte (z.B. einem Zeitungsartikel oder einer Anzeige) die gewünschten Informationen herausfiltern (Förderung des Leseverstehens). • sind in der Lage dargebotene Hörübungen zu den Themen der Übung mit muttersprachlichen Varianten und non-native Akzenten zunehmend sicher zu bearbeiten und zu lösen (Förderung des Hörverstehens). • können erste kürzere fachrelevante Texte (z.B. ein kurzes Memo, einen kurzen Bericht) formulieren (Förderung der Schreibfertigkeit in der Fremdsprache). • sind in der Lage, nach Vorgabe Geschäftskorrespondenz (Brief, Fax, E-Mail) zu ausgewählten Geschäftsvorgängen wie Anfrage oder Angebot korrekt zu formulieren. • können unter Verwendung von gängigen „telephone phrases“ geschäftsbezogene Telefongespräche auf Englisch führen. • beherrschen die wichtigsten Redemittel zur Beschreibung von Graphen, Diagrammen und Tabellen („graph language“). • sind im Stande mit angebotenen Hilfsmitteln wie Grammatiken, Internet-Seiten, zwei- und einsprachigen Wörterbüchern und Fachwortschatz sprachliche Aufgaben zunehmend eigenständig zu bewältigen. • sind in der Lage, während der Präsenzphase gestellte Aufgaben/Projekte mit Partnern oder in kleinen Arbeitsgruppen zu lösen und die Lösungen zu präsentieren (Schwerpunkt Kooperationsfähigkeit). • verstehen kulturelle Unterschiede (z.B. unterschiedliche „dress codes“) und deren Bedeutung für ihre eigene Arbeitswelt kennen (Schwerpunkt Interkulturalität). 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Meeting a potential customer or partner, Negotiating a deal, Discussing marketing at home and abroad • Organising a conference or meeting • Dealing with deadlines, delivery and supply • Dealing with documentation, publicity and distribution • Discussing and settling questions of payment, Making and handling complaints • Travelling 					

Jade Hochschule
 Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Spanisch für Anfänger A

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: Ü)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		AdL G. Bürling	
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 					

Pflichtmodule

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Grundlagen der BWL im Tourismus					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. I. Behn-Künzel U. Moritz	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <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					
<ul style="list-style-type: none"> • System der Wissenschaften, reine v.s. angewandte Wissenschaften, • ökonomische Prinzipien, • Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL, • Markt- und Planwirtschaft, • betriebliche Produktionsfaktoren, • Stakeholder der Unternehmung, • Rechtsformen, • Standortwahl, Standortfaktoren, • Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten, • Planungsebenen, • Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess, • Begriffsdimensionen des Tourismus, • touristische Teilmärkte, • Unternehmens-kooperationen und –konzentrationen, • Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern, • die touristischen 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. 					

Rechnungswesen I

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl. Kfm. R. Seiffert	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgaben des Rechnungswesen, seine Teilbereiche & wesentliche Vorschriften des Rechnungswesens • beherrschen die Systematik der Buchungen und Grundzüge der Jahresabschlusserstellung und können diese Inhalte beschreiben und erläutern • können unkomplizierte Geschäftsvorfälle selbst buchen und aus diesen Geschäftsvorfällen einen Jahresabschluss erstellen. • beherrschen das grundlegende Fachvokabular des Rechnungswesens • sind in der Lage, in ihrem Arbeitsalltag Auswertungen des Rechnungswesen zu interpretieren bzw. solche zu erstellen und 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 ordnungsmäßiger Buchführung • Buchführungsorganisation • Inventur, Inventar und Bilanz • Jahresabschluss und Erfolgsermittlung • Buchungssystematik und Zusammenhang der Konten • Wesentliche Aspekte der Jahresabschlusserstellung • Übung: Buchen einzelner Geschäftsvorfälle • Übung: Vorgegebenes Beispiel zu Buchführung und Jahresabschluss • Übung: Selbst erstelltes Beispiel zu Buchführung und Jahresabschluss 					

Jade Hochschule
 Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Wirtschaftsmathematik I

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 Min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. M. Kirspel	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundkenntnisse der höheren Mathematik • 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"> • Grundlagen der Mathematik, Analysis, Lineare Algebra 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Volkswirtschaftslehre I

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. G. Hilligweg Dr. S. Behrends	

Qualifikationsziele

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.

Die Studierenden

- sind mit der Denkweise von Ökonomen vertraut,
- können allgemeine ökonomische Prinzipien erkennen,
- sind in der Lage, Kosten-Nutzen-Kalküle auf unterschiedlichste Problemstellungen anzuwenden,
- erkennen Möglichkeiten und Grenzen rationaler Entscheidungen,
- erkennen, wie wirtschaftliche Anreize das menschliche Verhalten beeinflussen,
- lernen ökonomische Interdependenzen und Zielkonflikte zu berücksichtigen
- verstehen die Funktionsweise von Märkten und entwickeln eine kritische Position zur Funktionsfähigkeit von Märkten und zu staatlichen Marktinterventionen

Lehrinhalte

- Erste ökonomische Grundgedanken
- Haushaltstheorie
- Unternehmenstheorie
- Elastizität von Nachfrage und Angebot
- Die Funktionsweise von Märkten
- Markt und Staat

Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: EA)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. U. Weithöner G. Postels	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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,
- kennen die Elemente informationstechnologischer Systeme und Netzwerke 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 als Basis für E-Business-Prozesse

2. Semester Sprache B

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Tourism English					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: Ü)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		AdL G. Bürling J. Römhild, MBA J. Varban, B.A.	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die Grundlagen der englischen Fachsprache Tourismus (unter der Berücksichtigung der fachlichen Umgangssprache Tourismus) • sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut • verbessern ihre Kenntnisse der englischen Aussprache 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • 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 					

Jade Hochschule
 Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Spanisch für Anfänger B

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: Ü)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		AdL G. Bürling	
Qualifikationsziele					
<p>Aufbauend auf das Modul Spanisch für Anfänger A sind Die Studierenden</p> <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 					

Pflichtmodule

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Tourismusmarketing					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		J. Römhild, MBA	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang, • realisieren Forschungsansätze, • erkennen die Bedeutung der Reisemotivation, • können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren, • begreifen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien, • können Marktforschungsergebnisse interpretieren, • erkennen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen, • erkennen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Grundfragen des Tourismus, • Daten zur Nachfrage nach touristischen Leistungen, • Reisemotivation, • Geschäftsreisen, • private Reisen, • übergreifende und spezielle Motivationsansätze, • Defizittheorie, • Authentizitätsthese, • psychologische Ansätze, • die Reiseentscheidung, • Reiseverhalten, • Incoming, • Outgoing, • Marketingziele, • Marketingstrategien, • Instrumente des Marketing-Mix, • Marketingforschung, • Marketingplanung, • Marketingkontrolle, die Verankerung des Marketings in der Unternehmung. 					

Rechnungswesen II

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl.-Kfm. R. Seiffert	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- können Gesetzestexte auf Sachverhalte des externen Rechnungswesens anwenden.
- kennen die zentralen Vorschriften für einen Einzelabschluss.
- können Bilanzierungsgebote, -wahlrechte und -verbote unterscheiden und Spielräume gemäß Zielrichtung des Bilanzierenden umsetzen.
- kennen die verschiedenen Bewertungsmaßstäbe.
- können die zentralen Aktiv- und Passivposten bilanzieren und bewerten.
- können einen Jahresabschluss erstellen und die Ergebnisse interpretieren.
- können wirtschaftliche Sachverhalte den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zuordnen.
- kennen Inhalte und Zielrichtung des Anhangs und des Lageberichts.
- können die Auswirkungen von Bilanzierungsvorgaben und -spielräumen für den Jahresabschluss beurteilen.

Lehrinhalte

- Aufgaben der Handels- und Steuerbilanz sowie eines IFRS-Abschlusses,
- nationale und internationale Rechtsnormen und Komponenten des Einzelabschlusses
- Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung,
- Grundlagen der Bilanzierung,
- Bewertung und des Ausweises gemäß nationalem und internationalem Bilanzrecht,
- Rechtsformbesonderheiten,
- Verbindung und Abgrenzung zum Bilanzsteuerrecht,
- Ansatz, Bewertung und Ausweis des Anlagevermögens und des Umlaufvermögens,
- planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen,
- Wertaufholungen,
- Bewertungsvereinfachungen,
- Bilanzierung des Eigenkapitals,
- Bilanzierung und Bewertung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten,
- latente Steuern,
- Rechnungsabgrenzungsposten,
- Inhalte der Gewinn- und Verlustrechnung,
- Anhang,
- Lagebericht,
- Jahresabschlusspolitik,
- Abgrenzung und Bedeutung Einzel- und Konzernabschluss

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Statistik

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. M. Kirspel	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen die Grundkenntnisse der beschreibenden und schließenden Statistik
- erkennen anhand der statistischen Konzepte wie das Vorgehen durch mathematische Formalisierung unmissverständlich und klar strukturiert wird.
- kennen die Grundlagen und Grundbegriffe der Statistik
- kennen Lage- und Streuungsmaße für univariate Daten ,
- verstehen die Zusammenhänge bei multivariaten Daten
- kennen den Unterschied zwischen beschreibender und schließender Statistik
- haben Grundkenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließenden Statistik, um betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Abschätzung von Fehlerrisiken durchführen zu können.
- sind in der Lage, Fragestellungen der Statistik selbstständig zu erfassen und zu lösen.
- Können sich in anspruchsvollere Anwendungen statistischer Methoden einarbeiten

Lehrinhalte

- Gegenstand und Ablauf statistischer Untersuchungen
- Eindimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Lageparameter
- Streuungsparameter
- Maßzahlen und ihre Entwicklung im Zeitablauf
- Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Einfache lineare Regression
- Komponenten einer Zeitreihe
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Grundlagen und Prinzipien der schließenden Statistik

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Volkswirtschaftslehre II

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. G. Hilligweg Dr. S. Behrends	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- verstehen, 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'.
- 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 verstehen, makroökonomische Rahmenbedingungen in betriebswirtschaftliche Entscheidungen einzubeziehen, zu aktuellen wirtschaftspolitischen Kontroversen begründete Positionen zu entwickeln und eigenständig zu vertreten.

Lehrinhalte

- Einführung in die Makroökonomie
- Messkonzepte für makroökonomische Daten
- Das Wachstum der Wirtschaft auf die längere Sicht
- Beschäftigung und Arbeitslosigkeit
- Geldmenge und Inflation
- Der Staatshaushalt
- Die Makroökonomik der offenen Volkswirtschaft – der Einfluss des Auslands
- Kurzfristige Schwankungen in der wirtschaftlichen Aktivität – die Konjunktur
- Konjunkturprognosen – ein praktisches Beispiel zur Anwendung der Messkonzepte und Theorien

Jade Hochschule
 Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Wirtschaftsrecht I

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		G. Groß, Volljuristin	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erhalten eine Einführung in das Wirtschaftsrecht • können sich in der juristischen Welt bewegen und mit Juristen kommunizieren • sind befähigt die Aussicht von Rechtsstreitigkeiten unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten einzuschätzen • verfügen über Kenntnisse der juristischen Methoden und können mit Gesetzestexten umgehen • können das juristische Denken besser verstehen und gewinnen dadurch Selbstvertrauen in der Begegnung mit Juristen 					
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 					

3. Semester

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Personalwirtschaft					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. K. Helms	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Konzepte und Theorien zur Sicherung der Personalausstattung von Unternehmen, Grundkonzepte für die Steuerung menschlichen Verhaltens in Organisationen (Menschenführung) sowie den arbeitsrechtlichen Rahmen personalwirtschaftlicher Entscheidungen • begreifen die erforderlichen interdisziplinären Konzepte basierend auf betriebswirtschaftliche, soziologische, psychologische und juristische Erkenntnisse. Im Mittelpunkt stehen die Prozesse bzw. Teilfunktionen des typischen „Kreislaufs“ betrieblicher Personalarbeit (HR-Cycle). • können diese Konzepte situationsadäquat auf Fragestellungen des Personalmanagements anwenden, verstanden als wissenschaftliche Reflexion zum Erwerb von Problemlösefähigkeit gemäß der Kompetenzstufung „Reproduktion – Reorganisation – Transfer – Problemlösefähigkeit“ des Deutschen Bildungsrats. • erarbeiten in Fallstudien zur Entwicklung der Methodenkompetenz eine Anwendung, die auch das vernetzte und vernetzende Denken schult und ermöglicht zugleich den kontrollierten Erwerb vertiefter Sozialkompetenz, insbesondere im Rahmen gemeinsamer Lösungen von Fallstudien oder wenn eigene bzw. rollengerecht zugeordnete Ansichten zu vertreten wären; jedenfalls können die Studierenden in Pro-Contra-Diskussionen Empathie für konträre Standpunkte entwickeln. • stärken ihre Persönlichkeitskompetenz, wenn etwa in personalwirtschaftlichen Entscheidungssituationen die Grenzen rein ökonomischer Kalküle erkannt und überschritten werden müssen. So werden verschiedene Komplexitätsdimensionen relevant, Ambiguitätstoleranz wird gefördert. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen des Personalmanagements: Organisation und Arbeitsrecht • Personalplanung • Personalbeschaffung und -auswahl • Personalbeurteilung • Entgeltgestaltung • Personalentwicklung • Wirtschaftliche Aspekte des Personalmanagements 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Investition und Finanzierung

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. A. Schmidt	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- verfügen über Kenntnisse der Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte
- kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und –formen
- sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen
- können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen
- verfügen über Kenntnisse von Finanzplanungstechniken.

Lehrinhalte

- Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns,
- Investitionsbegriff,
- Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung,
- Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung,
- Methoden der Kapitalbedarfsplanung,
- Finanzierungsbegriff,
- Funktionen, Struktur und Akteure der Finanzmärkte,
- Finanzierungsarten und –formen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung),
- Finanzierung bei besonderen Anlässen,
- Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen,
- Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt),
- Grundzüge der Finanzplanung.

Kosten- und Leistungsrechnung

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. rer. pol. A. Schmidt Prof. Dr. rer. pol. C. Drees-Behrens	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- besitzen anwendungsorientierte Kenntnisse über die Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung.
- können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung beschreiben.
- können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten.
- beherrschen die Erfassung und Berechnung der Kostenarten.
- beherrschen die Verrechnung der Gemeinkosten im BAB.
- beherrschen die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung.
- beherrschen die Grundformen der Betriebsergebnisrechnung.
- können die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen darstellen.

Lehrinhalte

- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens;
- Kostentheoretische Grundlagen;
- Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung;
- System der Kostenrechnung im Überblick;
- Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse;
- Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über-/Unterdeckungen;
- Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation;
- Betriebsergebnisrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren;
- Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen.

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Betriebliche Steuerlehre

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.		Prof. M. Bartsch	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigsten, für einen Betriebswirt einschlägigen, Bereiche der Steuerlehre • erlangen die Fähigkeit, Probleme des Steuerrechts betriebswirtschaftlich einzuordnen, einfachere Fälle der beruflichen Praxis selbständig zu lösen und dialogfähig mit juristischen und steuerlichen Beratern zu werden. • können die steuerrechtliche Methode anwenden • sind befähigt finanzwirtschaftliche Methoden in das steuerliche Umfeld einzusetzen und eine Verknüpfung zum Rechnungswesen herzustellen • können steuerwirksame Sachverhalte analysieren und kommunizieren und festigen somit ihre Persönlichkeits- und Sozialkompetenz • sind befähigt steuerliche Zusammenhänge zu verstehen und erlangen somit größere Sicherheit zur Abschätzung betriebswirtschaftlicher Risiken. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Allgemeines Steuerrecht • Einkommensteuer • Körperschaftsteuer • Gewerbesteuer • Umsatzsteuer • Sonstige Steuerarten 					

Wirtschaftsrecht II

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		G. Groß, Volljuristin Prof. M. Herrmann	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> • erlangen vertiefte Kenntnisse in folgenden juristischen Bereichen: reiserechtliche Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze • kennen die rechtliche Stellung des Reiseveranstalters und des Reisemittlers • sind in der Lage die Probleme von AGB zu erkennen und diese auszugestalten • kennen Grundbegriffe des Handelsrechts • sind mit den aktuellen Problemen im Wettbewerbsrecht und Urheberrecht vertraut • berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Management • kennen Urteile zum Reiserecht in Deutschland • können exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsgebiete übertragen 					
Lehrinhalte					
Teil I					
<ul style="list-style-type: none"> • Reiserecht: Reisevertrag (insbesondere Vertragsschluss, Allgemeine Geschäftsbedingungen, internationale Regelungen, wesentliche Rechte und Pflichten, Insolvenzabsicherung), Reiseversicherungen, Beförderungsverträge, Gastaufnahmeverträge • Handelsrecht: Grundlagen, Hilfspersonen des Kaufmanns, Handelsvertreterrecht • Grundzüge des Wettbewerbsrechts • Grundzüge des Urheberrechts • Arbeitsrecht: Grundlagen und branchenspezifische Bereiche • Ausgewählte Aspekte des Sozialrechts • Ausgewählte Aspekte des Veranstaltungsrechts 					
Teil II					
<ul style="list-style-type: none"> • Fallbearbeitung im Gutachtenstil • Analyse grundlegender und aktueller Rechtsprechung 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

E-Commerce im Tourismus

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. U. Weithöner M. Stelter, B.A.	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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-Technologie

Lehrinhalte

- Globale Distributionssysteme (GDS): Aufbau, Dienstleistungen, standardisierte Verfahren, Nutzungs- und Einsatzbedingungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse, Kosten- und Investitionskriterien, relevante tourismuswirtschaftliche Entwicklungen mit GDS-Bezug
- Business Travel Management-Systeme: Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse
- Technologie des Internets 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
- Virtuelle Reisemittler und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und 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, Web2.0-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

4. Semester Schwerpunkte

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. T. Kirstges	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> • lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen. • erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controlling und der Reisepreiskalkulation. • vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin. • erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien. 					
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; • Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware; • Fallstudien zu o.g. Inhalten 					

Destination Management A: Grundlagen des Destination Management

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl.-Kfm. O. Ehbrecht N.N. (gemäß Berufung auf Stelle W60) kommissarisch: Prof. Dr. T. Kirstges	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung in kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen.
- beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor.
- können verschiedene Aufbauorganisationsformen 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.

Lehrinhalte

- Aufgaben des Destination-Managements
- die Destinationen als strategische Geschäftseinheit
- Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor
- aktuelle Trends & Entwicklungen
- Formen der Aufbauorganisation im Destination-Management
- Rechnungswesen und Doppik bei Tourismusorganisationen
- Finanzierungsmodelle und Förderungsmöglichkeiten
- Aufstellung eines Wirtschaftsplans
- Controlling und Kennzahlen im Destination-Management
- Planungssysteme und Führungstools einer Destination-Management-Organisation (insbesondere Erstellung von Leitbildern und Masterplänen)
- Organisations- und Rechtsformen im Destination-Management
- Netzwerke und Kooperationen einer Destination-Management-Organisation

Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: EA)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. I. Behn-Künzel	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können zwischen dem Ersten und Zweiten Gesundheitsmarkt differenzieren und diese charakterisieren, • kennen Unterschiede der nationalen Gesundheitssysteme, • erwerben Kenntnisse über Struktur und Ausgestaltung des deutschen Gesundheitssystems sowie seiner Leistungs- und Kostenträger, • kennen die Struktur und Ausgestaltung der Anbieter- und Nachfrageseite im deutschen Gesundheitstourismus, • erwerben grundlegende Kenntnisse über medizinisch-gesundheitsbezogene Begrifflichkeiten und Konzepte, • sind in der Lage, beide Gesundheitsmärkte und deren Zusammenspiel zu erkennen und zu beurteilen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Struktur des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes; • Grundmodelle internationaler Gesundheitssysteme; • Gesundheitssystem in Deutschland: Grundmerkmale und -prinzipien, • Grundlagen zur Sozialversicherung – v.a. der Kranken-, Renten- und Unfallversicherung, • Grundzüge ambulanter und stationärer Versorgung, • Grundzüge der Sozialgesetzgebung, • Marktdaten und Kennzahlen, • Gesundheitsstrukturreformen und ihre Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft, Rolle von Patientenorganisationen; • Grundlagen des Gesundheitstourismus: Terminologie und Systematisierungsansätze, historische Entwicklung, Rahmenbedingungen, Marktdaten und Marktvolumina, Differenzierung der Angebotsseite, Kurortprädikatisierung, Märkte im Umfeld gesundheitstouristischer Angebotsträger, Bedürfnistheorien und Segmentierungsansätze zur Nachfrageseite; gesundheitsbezogene • Grundlagen: Gesundheit/Krankheit, Konzept der Saluto-/Pathogenese und evidenzbasierten Medizin, Grundzüge der Epidemiologie, Prävention und Gesundheitsförderung, Prinzip der Kurortbehandlung, medizinische Indikationen und Therapieformen im Gesundheitstourismus. 					

Pflichtmodule

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Controlling					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. C. Drees-Behrens Prof. Dr. A. Schmidt	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des Unternehmenscontrollings aus funktionaler, institutioneller und instrumentaler Sicht • verfügen über vertiefte Kenntnisse der Deckungsbeitragsrechnung und von Plankostenrechnungssystemen sowie ihre Anwendung in der Praxis • kennen die Prozesskostenrechnung • besitzen einen Überblick zu Ansätzen des Kostenmanagements 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Unternehmenscontrollings (Controlling in funktionaler, institutioneller und instrumentaler Sicht); • Deckungsbeitragsrechnung als entscheidungsorientierte Rechnung (operative Programmplanung, Preisuntergrenzen, Zusatzaufträge, Verbundeffekte, Make or Buy-Entscheidungen, alternative Produktionsprozesse); • Plankostenrechnung (Formen und Ablauf der Plankostenrechnung, Kalkulation und Ergebnisrechnung in der Plankostenrechnung); • Controlling mithilfe der Prozesskostenrechnung (Ziele, Aufgaben und Methodik der Prozesskostenrechnung, Activity Based Costing, Prozess- und Grenzplankostenrechnung im Vergleich); • Überblick zu Ansätzen des Kostenmanagements 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Wissenschaftliches Arbeiten

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 148 h Selbststudium 2 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl.-Bibl. W. Fehners M. Stelter, B.A.	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen die Grundlagen und Theorien wissenschaftlichen Arbeitens und Handelns.
- verfügen über Methodenkompetenzen zur Beschaffung, Bewertung, Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen.
- erkennen und formulieren ihren Informationsbedarf und bestimmen Art und Umfang der benötigten Informationen
- können wissenschaftliche Arbeits- und Präsentationstechniken anwenden.
- können eine Fragestellung aus einem vorgegebenen Fachgebiet zielgerichtet und systematisch bearbeiten und in angemessener schriftlicher Form darlegen.
- wenden die vorgegebenen Techniken in der Gruppe an.
- können die Ergebnisse vor der Gruppe in geeigneter Weise präsentieren.
- Sind in der Lage mit Literaturverwaltungssystemen zu arbeiten

Lehrinhalte

- Ethische Grundlagen wissenschaftlichen Handelns,
- Zeitplanung, Themenfindung, Themenformulierung, Themenabgrenzung, Informationsbeschaffung, Informationsauswahl, Informationsbearbeitung, Informationsbewertung, Lese- und Dokumentationsmethoden, Zitiertechniken,
- Besonderheiten wissenschaftlicher Formulierungen,
- Inhalte einer wissenschaftlichen Arbeit,
- Formalien und Aufbau,
- Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit mit MS Office 2010,
- Präsentationsgestaltung,
- wissenschaftliches Lesen
- Recherche in den Online-Katalogen der Jade Hochschule und im Katalog des Gemeinsamen Bibliothekverbundes sowie in den Portalen für elektronische Ressourcen
- Recherche in Fachdatenbanken
- Literaturverwaltung am Beispiel von Citavi

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Internationale Unternehmensführung

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. C. Hans Dipl. Betriebswirt G. Weitershagen	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <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 der Internationalisierung unternehmerischer Tätigkeiten • besitzen Kenntnisse über theoretische Ansätze zur Erklärung internationaler Wirtschaftstätigkeit • besitzen Kenntnisse über Produktions- und Organisationsformen internationaler Wirtschaftstätigkeit • vertiefen anhand von Fallstudien ihre Kenntnisse über besondere Bedingungen internationaler Wirtschaftstätigkeit (wirtschaftlicher Entwicklungsstand verschiedener Länder und Regionen, sozio-ökonomische, politische, rechtliche und kulturelle Aspekte) 					
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, • politische, rechtliche und sozio-ökonomische Besonderheiten im globalen Kontext, • Kulturbegriff und kulturelle Differenzierung, • regionale Netzwerke und ökonomische Bündnisse 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

IT Projektseminar

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Kursarbeit: Referat (PVL: VG)		Projektseminar		Prof. Dr. U. Weithöner Dipl. Kffr. (FH) C. Raab M. Stelter (B.A)	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

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

Lehrinhalte

Vorbemerkung:

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

- Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken
- Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke
- Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle
- Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen, z.B.:
 - Virtuelle Reisemittler, Virtuelle Reiseveranstalter und Internet Booking Engines (IBE)
 - Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services)
 - IT-Systeme, z.B.
 - der Reisemittler und Reiseveranstalter
 - im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)
 - in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS)
 - Aktuelle Fallstudien, z.B.
 - zu den Global Distribution Systems (GDS)
 - zu Business Travel Management Systemen (BTM)

5. Semester Schwerpunkte

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter & Reisemittler					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: EA)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. T. Kirstges	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> • 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.) • werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche. • 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. 					
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 Internet-Marketing; • strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen); • Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM); • Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik; • Yield Management für Reiseveranstalter; • Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR); • Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; • spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen; • aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation 					

Destination Management B: Marketing und Vertrieb im Destination Management

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung (PVL: EA)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl. Kfm. (FH) O. Ehbrecht N.N. (gemäß Berufung auf Stelle W60) kommissarisch: Prof. Dr. T. Kirstges	
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 verschiedenen Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen • übertragen die Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Beherbergungsstatistik und Marktforschung innerhalb einer Destination • Markenbildung einer Destination • Innen- und Binnenmarketing • Ausgewählte Angebotssegmente (insbesondere Kur-/Wellness, MICE, Kultur, Natur, Städte) • Events und Veranstaltungswesen sowie Messewesen • Einsatz der Marketing-Instrumente im Destination-Marketing • Attraktionsfaktoren und Infrastruktur einer Destination sowie Angebotsinszenierung • Produktentwicklung • Kommunikation in Vertrieb und Beratung • Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung 					

Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. I. Behn-Künzel	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen Produktkonzepte im Gesundheitstourismus, • lernen, bestehende gesundheitstouristische Angebote zu bewerten, • sind in der Lage, Anbieter des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes zu vernetzen und basierend darauf innovative Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu erstellen, • kennen betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen, v.a. Organisation, Kennzahlen und Qualitätsmanagement • optimieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Terminologie und inhaltliche Ausgestaltung der Produktkonzepte Wellness, Medical Wellness, Kur/Rehabilitationen, • Theorie der gesundheitstouristischen Angebotsgestaltung im Kontext verschiedener Angebotssparten, • rechtliche und inhaltliche Aspekte der GKV-geförderten gesundheitstouristischen Primärprävention, • Analyse und Beurteilung gesundheitstouristischer Angebote am Markt differenziert nach Angebotssparten und Anbietersegmenten (u.a. der Reiseveranstalter, Beherbergungsanbieter, Kurorte/Destinationen, Krankenkassen, Kliniken/Gesundheitszentren), • betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer Einrichtungen: Organisation, Kennzahlen, Personalpolitik; • Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus: Notwendigkeit, Ansätze zur Definition und Dimensionierung der Dienstleistungsqualität, Zusammenhang von Qualität und Kundenzufriedenheit, Qualitätskriterien touristischer und medizinischer Leistungen, Modelle zur Beurteilung der Qualität, Methoden zur Prozessvisualisierung, merkmals- und ereignisorientierte Qualitäts- und Zufriedenheitsmessung, Methoden zur Sicherstellung der Qualität, Analyse und Beurteilung von Qualitätsmanagementansätzen im Gesundheitstourismus auf der Basis von EFQM, Qualitätsauszeichnungen, Zertifizierungen und Gütesiegel. 					

Wahlpflichtmodule

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Business Travel Management					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung oder Hausarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. A. Willbers	
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 • können Lösungsvorschläge für ausgewählte Problemstellungen erarbeiten 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Marktstrukturen und Marktteilnehmer im BTM • Business Travel Management als Managementfunktion im Unternehmen • Prozessorientierte Sicht des Business Travel Managements • Aufgaben des Business Travel Management • BTM und Strategisches Management • Internationales BTM aus Nachfragersicht • Case Study: Beschaffung im BTM • Beschaffungsprozessmodell • Handlungsalternativen im Beschaffungsprozessmodell • Strategische Beschaffung • Internationale Beschaffung • Anbieter im Geschäftsreisemarkt • Analyse des Marktes für Geschäftsreisen aus Anbietersicht • Branchenstrukturanalyse nach Porter • Detailanalyse der Anbieter • Distributionspolitische Entscheidungsoptionen der Leistungsträger • Internationales BTM aus Anbietersicht 					

Empirische Marktforschung in Wirtschaft und Tourismuswirtschaft

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung oder Hausarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. Uwe Weithöner Dipl. Kffr. (FH) C. Raab	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- beherrschen elementare Verfahren und Methoden der Marktforschung und ihre praktische Umsetzung
- kennen grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren der empirischen Marktforschung/Sozialforschung
- realisieren eine eigene empirische Studie und sind mit der Durchführung und Planung, sowie der Auswertung dieser Studie vertraut.
- können analytische Methoden
- verfügen über Teamorientierung, erfolgreiche Kommunikation und Interaktion in Gruppenarbeiten
- verfügen über Präsentationserfahrung und erreichen ihre Projektziele in vorgegebener Zeit
- kennen die statischen Grundlagen der Datenanalyse
- sind in der Lage Daten aus Datenbanken situationsgerecht in entsprechende Werkzeuge (SPSS; Excel) zu importieren
- verfügen über vertiefende Kenntnisse wesentlicher Erhebungs- & Auswertungsmethoden der Marktforschung sowie über das Entscheidungsverhalten der Konsumenten
- können geeignete Methoden der Konsumentenforschung anwenden
-

Lehrinhalte

- Aufgaben und Ziele der Marktforschung;
- Führende Marktforschungsinstitute für den Bereich Wirtschaft und Tourismus und ihre Publikationen;
- Probleme der Datengewinnung (sekundäre und primäre Daten; Vollerhebung und Teilerhebung); die optimale Projekt- und Versuchsplanung;
- Fragebogengestaltung (Auswahl der Fragen, Aufbau der Fragen, Kontrollfragen, Fragenbogenlayout);
- Methoden der direkten Befragung (Auswahl, Schulung und Kontrolle der Befragter);
- Experiment und Beobachtung;
- Datengewinnung mit Hilfe neuer Medien (z.B. Internet);
- das Problem der Verweigerer;
- EDV-technische Möglichkeiten der Aufbereitung und Auswertung der Daten (z.B. durch Excel und SPSS);
- Problemadäquate Darstellung der Daten und Ergebnisse.

**Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender
 Tourismusdestinationen**

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		U. Moritz	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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.

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 regionspezifische Inhalte:

- Deutschland, Österreich und Schweiz
- Nord- und Westeuropa
- Ausgewählte Länder in Osteuropa
- Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum
- Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen

Jade Hochschule
 Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Grundzüge der Hotellerie

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. J. Berlingen	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen den Aufbau und die Funktionsweise eines Hotels
- sind in der Lage die Arten und Typen von Beherbergungsbetrieben einschließlich Abgrenzungskriterien zu unterscheiden
- kennen die Nachfragestrukturen, Markt- und Wettbewerbsverhältnisse in verschiedenen Teilmärkten
- kennen Vertragsverhältnisse, funktionale Entkopplung, Franchise-Systeme und Hotelkooperationen
- können Marketingstrategien und ausgewählte Aspekte der Preis- und Vertriebspolitik anwenden
- sind befähigt Kennzahlensysteme in der Hotellerie anzuwenden
- sind in der Lage Markt- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen

Lehrinhalte

- 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 Kooperationen,
- Überblick Organisation von Hotelbetrieben,
- Grundlagen des Marketings in der Hotellerie,
- Marketingstrategien und Erfolgsfaktoren,
- Grundzüge der Produkt- und der Preispolitik,
- ausgewählte Aspekte des Vertriebs der Dienstleistungen
- Kennzahlen in der Hotellerie, u.a. ARR, RevPar, Wareneinsatzquoten, ausgewählte Kostenstrukturen,
- Überblick Markt- und Wettbewerbsanalysen

Internationales Personalmanagement und Führung

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Prof. Dr. K. Helms	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen zentrale Funktionsbereiche des Internationalen Personalmanagements und können dieses in den Kontext einer Unternehmensstrategie einordnen.
- reflektieren spezielle Anforderungen einer Personalarbeit wie beispielsweise Internationale Stellenbesetzung, Personalentwicklung und Entgeltfindung praxisnah
- sind in der Lage eine gedankliche Vorwegnahme des internationalen Personalgeschehens der Gesamtbelegschaft durchzuführen, um den Nutzen einer Personalauswahl für die Unternehmenspraxis einzuordnen
- kennen die absolute Notwendigkeit der Konkretisierung der Maßnahmen zur Ermittlung eines derzeitigen und zukünftigen quantitativen sowie qualitativen Bedarfs an Führungskräften bzw. Mitarbeitern aller Länder.
- sind befähigt einzuschätzen, dass die operative und strategische Versorgung der Unternehmen mit Personal sowie Plandaten für eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft unabdingbar ist
- Sind in der Lage „aktuelle Personalentwicklung durchzuführen und Mitarbeiter aller hierarchischer Stufen und Nationen für die Bewältigung der gegenwärtigen und künftigen Anforderungen zu qualifizieren
- Kennen Systeme und Programme, die sich mit Fördermaßnahmen sowie Methoden der Aus-, Fort- und Weiterbildung beschäftigen.
- Kennen Personalinformationssysteme als Rekrutierungsquellen
- Sind in der Lage einzuschätzen das eine Entgeltfindung auf internationaler Ebene die gleichen Ziele wie Vergütungssysteme auf nationaler Ebene verfolgen.
- Kennen Internationale Vergütungsfragen, die extrem spezifiziert und komplettiert werden müssen
- 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.
- Verfügen über führungstechnisches Grundlagenwissen um anschließend einen praktischen Ausbau zu betreiben

Lehrinhalte

- Institutionelle Rahmenbedingungen im kulturellen und organisationalen Kontext
- Internationale Stellenbesetzung, Rekrutierung und Auswahl
- Internationale Entgeltfindung
- Internationale Entwicklungstendenzen und Führung

Management von Flughäfen und Fluggesellschaften

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Wahlpflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		U. Moritz	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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 zuordnen und voneinander abgrenzen,
- kennen die Grundlagen der nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen,
- kennen der Geschäftsmodelle und Finanzierungsalternativen der Flug- und Flughafengesellschaften,
- sind sich der besonderen ökologischen Verantwortung der Luftfahrtindustrie bewusst.

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,
- Logistik und Luftfracht-Management im Zusammenwirken mit anderen Verkehrsträgern,
- Verkehrsträger-Integration und Verkehrswegeoptimierung

Pflichtmodule

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
Interkulturelle Kompetenzen					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 142 h Selbststudium 8 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit (PVL: Ü)		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Andrea Menn (M.A.)	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen was die Definition Kultur beinhaltet • sind in der Lage ihre eigenen Kulturellen Prägungen wahrzunehmen und erkennen somit die Mechanismen zur Entstehung von Vorurteilen und Stereotypen und nehmen diese bewusster wahr • verstehen die verschiedenen Kulturdimensionen und sind in der Lage sich selbst innerhalb der Kulturdimensionen zu platzieren sowie auf verschiedene „critical incidents“ im Privat- und Berufsleben angemessen zu reagieren • sind sich der Möglichkeit eines Kulturschocks bewusst und können Lösungsmöglichkeiten eines Kulturschocks benennen • können unterschiedliche kulturelle Spielregeln sowohl im Privat als auch im Berufsleben benennen und erkennen verbale und nonverbale Kommunikationsmuster • verbessern ihre Englischkenntnisse 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Definition von Interkultureller Kommunikation, • zentrale Konzepte der Interkulturellen Kommunikation (Kulturbegriff, Einstellungen, Wahrnehmung, Stereotypen), • kulturelle Unterschiede im Bereich der verbalen und nonverbalen Kommunikation, • unterschiedliche kulturelle Konzepte von Zeit, Raum, Macht, Individuum vs. Gruppe, (Un)Sicherheit, Männlich vs. Weiblich, Natur, • Geschäftskommunikation mit Fokus auf Präsentationen und Bewerbungen, • Wirtschaftsgeographie, Länderanalysen mit Schwerpunkt Großbritannien, Spanien, Frankreich, China 					

Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusentwicklung

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Klausur (120 min) oder ggf. mündliche Prüfung oder Hausarbeit oder Referat		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsende-aufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)		Dipl. Betriebswirt G. Weitershagen Dr. E. Schmoll	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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

- 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
- Kulturdimensionen und deren Einfluss auf wirtschaftliches Handeln
- Formen von nachhaltiger Tourismusentwicklung 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

6. Semester

Jade Hochschule Studiengang Tourismuswirtschaft Online					
TW Projektseminar					
Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6	1	jährlich	Pflichtmodul	5	150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Kursarbeit: Referat (PVL: VG)		Projektseminar		Prof. Dr. U. Weithöner Dipl. Kffr. (FH) C. Raab M. Stelter (B.A.) J. Römhild; MBA	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <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 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"> Überblick über aktuelle Themen und Entwicklungen aus der Tourismuswirtschaft, auch durch ausgewählte Unternehmensvorträge und Referate ausgewiesener und qualifizierter externer Wissensmultiplikatoren, zielorientierte Vertiefung von touristischem Wissen in branchenbezogenen Projekten, Schulung von Softskills in Gruppenarbeit, Projektmanagement, in Form eines Planspiels 					

Jade Hochschule
Studiengang Tourismuswirtschaft Online

Praxisprojekt

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6	1	regelmäßig	Pflichtmodul	13	390 h davon 330 h Praxisphase 60 h Praxisbericht
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Praxisbericht		Praktische Tätigkeiten in einem Betrieb mit fachlicher Betreuung durch Lehrkraft		alle Lehrenden	

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- 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 thematischer Ausrichtung.

Bachelor Thesis und Kolloquium

Semester	Dauer in Semestern	Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6	1	regelmäßig	Pflichtmodul	12	360 h davon 359 h Selbststudium 1 h Präsenzstudium
Prüfungsart		Veranstaltungsart		Modulverantwortliche(r)	
Bachelorarbeit				alle Lehrenden	

Qualifikationsziele

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

Die Studierenden

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

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

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

Lehrinhalte

Die Bachelorarbeit kann in Kooperation mit einem Unternehmen aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer mindestens 170 Leistungspunkte und das Bestehen eines der Arbeit vorausgehenden Projektberichts nachweisen kann.
 Durch die mündliche studienabschließende Prüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus und bedarf einer produktiven Auseinandersetzung mit dem Zielpublikum.