

# Modulkatalog für den Studiengang Tourismuswirtschaft Online



<b>1. Semester</b> .....	<b>3</b>
<b>Sprache A</b> .....	<b>3</b>
Business English .....	3
Spanisch für Anfänger A.....	4
<b>Pflichtmodule</b> .....	<b>5</b>
Grundlagen der BWL im Tourismus .....	5
Wirtschaftsmathematik .....	6
Rechnungswesen I .....	7
Volkswirtschaftslehre I .....	8
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements.....	9
<b>2. Semester</b> .....	<b>10</b>
<b>Sprache B</b> .....	<b>10</b>
Tourism English .....	10
Spanisch für Anfänger B.....	11
<b>Pflichtmodule</b> .....	<b>12</b>
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus .....	12
Rechnungswesen II .....	13
Statistik .....	14
Volkswirtschaftslehre II .....	15
Wirtschaftsrecht I .....	16
<b>3. Semester</b> .....	<b>17</b>
Einführung in die Tourismuswissenschaft .....	17
Investition und Finanzierung.....	18
Kosten- und Leistungsrechnung.....	19
Betriebliche Steuerlehre .....	20
Wirtschaftsrecht II .....	21
E-Commerce im Tourismus.....	22
<b>4. Semester</b> .....	<b>23</b>
<b>Schwerpunkte</b> .....	<b>23</b>
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management .....	23
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus.....	24
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements .....	26
<b>Wahlpflichtmodule des 4. und 5. Semesters</b> .....	<b>28</b>

Business Travel Managements .....	28
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements .....	29
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismusdestination .....	30
Grundzüge der Hotellerie .....	31
Management von Flughäfen und Fluggesellschaften .....	32
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>33</b>
Controlling.....	33
Personalwirtschaft .....	34
Internationale Unternehmensführung .....	35
IT Projektseminar .....	36
<b>5. Semester.....</b>	<b>37</b>
<b>Schwerpunkte .....</b>	<b>37</b>
Destination Management B: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management.....	37
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus.....	38
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter & Reisemittler .....	40
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>42</b>
Interkulturelle Kompetenzen.....	42
Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusedwicklung.....	44
TW Projektseminar .....	45
<b>6. Semester.....</b>	<b>45</b>
Praxisprojekt.....	46
Bachelor Thesis und Kolloquium.....	47

# 1. Semester

## Sprache A

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Business English					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit SL: (PVL <sup>1</sup> : Übung oder Einsendeaufgabe)	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	K. Rössler	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wichtigsten Business-Situationen und können in diesen Situationen sicher und angemessen sowohl schriftlich als auch mündlich auf Englisch kommunizieren</li> <li>- können die erforderlichen Fachbegriffe und Vokabular einsetzen, um über wirtschaftliche Zusammenhänge auf Englisch zu reden.</li> <li>- können die grammatischen Regeln, die im Kurs aufgefrischt und geübt werden, weitgehend fehlerfrei einsetzen.</li> <li>- sind in der Lage relevante Fachtexte analysieren und zusammenfassen</li> <li>- können kurze, fachrelevante Texte (E-Mails, kurze Geschäftsbriefe usw.) erfassen und selbst korrekt formulieren.</li> <li>- können sich mündlich in den bearbeiteten Themenbereichen problemlos und fließend verständigen. Hierzu beherrschen sie die notwendigen Redewendungen und können sie sicher und flüssig verwenden.</li> <li>- können in Gruppen zusammenarbeiten und auch einzeln die Ergebnisse der Gruppenarbeit präsentieren.</li> <li>- Die Studierenden sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Kommunikation mit Individuen und Gruppen immer auch vor dem Hintergrund ihres jeweiligen kulturellen Hintergrunds erfolgen muss (interkulturelle Kompetenz).</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delegation Tasks</li> <li>- Scheduling Appointments</li> <li>- Greeting Visitors and Guests</li> <li>- Negotiating Deals</li> <li>- General Inquiries</li> <li>- Making Offers</li> <li>- Sending Acknowledgements</li> <li>- Dealing with Customers</li> <li>- Booking Accommodations</li> <li>- Giving Presentations</li> </ul>					
Literatur					
Das Modul basiert hauptsächlich auf dem Online-Videotraining Lingua TV					

<sup>1</sup> Prüfungsvorleistung

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Spanisch für Anfänger A</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung/ Kursarbeit SL: (PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)	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
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben elementare Grundkenntnisse der spanischen Sprache mit beruflicher Ausrichtung</li> <li>- sind in der Lage sich sowohl mündlich als auch schriftlich in einfachen Situationen zu verständigen</li> <li>- schulen ihre Sprechfertigkeit, Hörverstehen, Leseverstehen und Schreibfertigkeit</li> <li>- machen sich vertraut mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begrüßung und Kennenlernen</li> <li>- Tagesablauf</li> <li>- Einkaufen und Kochen</li> <li>- Arbeiten und Wohnen</li> <li>- Verkehr</li> <li>- Familie und Personenbeschreibung</li> <li>- Kommunikation (Telefon, E-Mail, Handy, SMS)</li> <li>- Tourismusbezogene (interkulturelle) Kommunikationsszenarien</li> <li>- Landeskundliche Themen</li> <li>- ausgewählte Bereiche der spanischen Grammatik</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Das Modul basiert hauptsächlich auf einem Online-Videotraining					

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Grundlagen der BWL im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallellaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. I. Behn-Künzel C. Heckeroth	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die BWL und Tourismuswissenschaft einordnen und verstehen,</li> <li>- kennen die Wirtschaftssysteme und Anspruchsgruppen der Unternehmen,</li> <li>- können konstitutive Entscheidungen im Unternehmen interpretieren,</li> <li>- können unternehmerische Entscheidungen für Unternehmenszusammenschlüsse auf dem touristischen Markt nachvollziehen.</li> <li>- erlangen Kenntnisse über Besonderheiten der Produktion und der Organisationsstrukturen von Dienstleistungsunternehmen,</li> <li>- können die besondere Bedeutung des Beschaffungsprozesses für touristische Unternehmen nachvollziehen,</li> <li>- können verschiedene touristische Geschäftsmodelle bewerten,</li> <li>- können den Einfluss verschiedener Managementarten auf ein Unternehmen nachvollziehen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- System der Wissenschaften, reine vs. angewandte Wissenschaften,</li> <li>- ökonomische Prinzipien,</li> <li>- Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL,</li> <li>- Markt- und Planwirtschaft,</li> <li>- betriebliche Produktionsfaktoren,</li> <li>- Stakeholder der Unternehmung,</li> <li>- Rechtsformen,</li> <li>- Standortwahl, Standortfaktoren,</li> <li>- Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten,</li> <li>- Planungsebenen,</li> <li>- Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess,</li> <li>- Begriffsdimensionen des Tourismus,</li> <li>- touristische Teilmärkte,</li> <li>- Unternehmenskooperationen und -konzentrationen,</li> <li>- Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern,</li> <li>- die touristische Dienstleistung und deren Qualitätsmerkmale,</li> <li>- Besonderheiten des touristischen Produktes,</li> <li>- die touristische Wertschöpfung bzw. Wertschöpfungskette,</li> <li>- Produktionstheorie und Dienstleistungsproduktion,</li> <li>- Beschaffungsmanagement im Dienstleistungskontext,</li> <li>- systematisches Beschwerdemanagement,</li> <li>- Geschäftsmodelle im Tourismus,</li> <li>- Kommunikations- und Organisationsstrukturen in Dienstleistungsunternehmen,</li> <li>- Wandlung von Organisationsstrukturen, Einfluss verschiedener Managementarten auf die Unternehmensführung.</li> </ul>					
Literatur					
<p>Jung, H.; Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13., aktualisierte Auflage 2016, De Gruyter Oldenbourg  Vahs, Schäfer-Kunz, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. überarbeitete Auflage, 2015, Schäfer-Poeschl  Wöhe, Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26., überarbeitete und aktualisierte Auflage 2016, Vahlen</p>					

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

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Rechnungswesen I</b>					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	Dr. C. Wobbe	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen die Aufgaben des Rechnungswesens, seine Teilbereiche, wesentliche Vorschriften des Rechnungswesens, die Systematik der Buchungen und Grundzüge der Jahresabschlusserstellung kennen.</li> <li>- können diese Inhalte beschreiben und erläutern.</li> <li>- können unkomplizierte Geschäftsvorfälle selbst buchen und aus diesen Geschäftsvorfällen einen Jahresabschluss erstellen.</li> <li>- beherrschen das grundlegende Fachvokabular des Rechnungswesens.</li> <li>- 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</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben und Gliederung des Rechnungswesens</li> <li>- Vorschriften zur Buchführungspflicht</li> <li>- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung</li> <li>- Buchführungsorganisation</li> <li>- Inventur, Inventar, Bilanz</li> <li>- Jahresabschluss und Erfolgsermittlung</li> <li>- Buchungssystematik und Zusammenhang der Konten</li> <li>- Wesentliche Aspekte der Jahresabschlusserstellung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Bähr, G. und W. Fischer-Winkelmann (2006). Buchführung und Jahresabschluss, 8. Auflage. München: Gabler.</p> <p>Bieg, H. (2013). Buchführung. Eine systematische Anleitung mit umfangreichen Übungen und einer ausführlichen Erläuterung der GoB., 7. vollständig überarbeitete Auflage. Saarbrücken: NWB Verlag.</p> <p>Coenenberg, Adolf G.; Haller, Axel; Schultze, Wolfgang (2012). Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 22. Aufl. Schäffer/ Poeschel.</p> <p>Fröhlich, G. (2012). Schnelleinstieg in die Buchführung, 7. Auflage. München: Planegg: Haufe Verlag.</p> <p>Weber, M. (2014). Kaufmännische Buchführung von A – Z, 10. Auflage. München: Planegg: Haufe Verlag.</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Volkswirtschaftslehre I</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Video-konferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.		Prof. Dr. G. Hilligweg
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<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"> <li>- können allgemeine ökonomische Prinzipien erkennen und erläutern,</li> <li>- Kosten-Nutzen-Kalküle auf unterschiedlichste Problemstellungen anwenden,</li> <li>- Möglichkeiten und Grenzen rationaler Entscheidungen sowie ökonomische Interdependenzen und Zielkonflikte einschätzen,</li> <li>- erkennen, wie wirtschaftliche Anreize das menschliche Verhalten beeinflussen,</li> <li>- können die Funktionsweise von Märkten beschreiben und eine kritische Position zur Funktionsfähigkeit von Märkten und zu staatlichen Marktinterventionen einnehmen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erste ökonomische Grundgedanken</li> <li>- Haushaltstheorie</li> <li>- Unternehmenstheorie</li> <li>- Elastizität von Nachfrage und Angebot</li> <li>- Die Funktionsweise von Märkten</li> <li>- Markt und Staat</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Mankiw, G. N. und M.P. Taylor (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.</p> <p>Pindyck, R. S. und D.L. Rubinfeld (2009). Mikroökonomie, 7. Auflage. München: Pearson Studium Verlag.</p> <p>Sloman, J. und A. Wride (2009). Economics, Seventh Edition. Essex: Financial Times Prentice Hall.</p> <p>Varian, H. R. (2011). Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage. München Wien: Oldenbourg Verlag.</p>					



<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
1	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>		<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung SL: (PVL: Einsendeaufgabe	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)		Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Basis der Informationstechnologie, die in der Digitalisierung der Informationen und ihrer binären Datencodierung liegt.</li> <li>- verstehen die Digitalisierung und Codierung multimedialer Daten und ihren Bezug zur tourismuswirtschaftlichen Nutzung.</li> <li>- kennen die Elemente informationstechnologischer Systeme und Netzwerke und verstehen ihr Zusammenwirken.</li> <li>- erkennen die Grundlagen und Aufgaben eines anwendungsorientierten, tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements auf Basis elektronischer Systeme.</li> <li>- kennen die datenbanktheoretischen Grundlagen sowie die anwendungsorientierten Grundlagen zum Aufbau von Datenbanken und zur datenbankbasierten Software-Entwicklung,</li> <li>- verstehen das Datenbank-Management als Basis tourismuswirtschaftlicher Systeme und sind in der Lage, einfache Datenbank basierte Systeme selbst zu entwickeln.</li> <li>- beherrschen standardisierte Office-Systeme und können sie sachgerecht für tourismuswirtschaftliche Aufgaben einsetzen.</li> <li>- verstehen die technologische Grundstruktur des Internets als Basis für E-Business-Prozesse.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Aufgaben und Gegenstand des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements, Daten-Digitalisierung und binäre Codierung von alphanumerischen und multimedialen Informationen, Datenverwaltung und Datenbanken, Grundlagen zu Hardware und Aufbau eines Computers, Systemsoftware und Grundlagen der Software-Entwicklung, Grundlagen zu Netzwerken, Grundlagen der Datenbank-Modellierung, Bedeutung eines Datenbank-Konzeptes bzgl. tourismusbetrieblicher Funktionalität und Nutzung, Technologische Grundstruktur des Internets, 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</p>					
<b>Literatur</b>					
Skript und optional diverse Basisliteratur					

## 2. Semester

### Sprache B

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Tourism English					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 140 h Selbststudium 10 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit SL: (PVL: Übung oder Einsendeaufgabe)	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	J. Römhild-Raviart	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- beherrschen die Grundlagen der englischen Fachsprache Tourismus (unter der Berücksichtigung der fachlichen Umgangssprache Tourismus)</li> <li>- sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut</li> <li>- verbessern ihre Kenntnisse der englischen Aussprache</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Englische Fachterminologie Tourismus: Verkehrsträger, Reiseveranstalter- und –mittler sowie Gastgewerbe, Destinationen, Messen und Kongresse sowie Events</li> <li>- Tourismusbezogene (interkulturelle) Kommunikationsszenarien</li> <li>- Landeskundliche Themen</li> <li>- ausgewählte Bereiche der englischen Grammatik</li> </ul>					
Literatur					
Oxford English for Careers: Tourism 3 Student's Book					

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

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	J. Römhild-Raviart	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang.</li> <li>- können Forschungsansätze realisieren.</li> <li>- verstehen die Bedeutung der Reisemotivation.</li> <li>- können den touristischen Angebots- und Nachfragemarkt sowie dessen Bestandteile, einordnen</li> <li>- können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren.</li> <li>- verstehen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien.</li> <li>- können Marktforschungsergebnisse interpretieren.</li> <li>- verstehen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen.</li> <li>- verstehen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<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					
Hartmann, R.; Marketing in Tourismus und Freizeit, 2. überarb. Auflage, 2018, UVK Lucius Freyer, W.; Tourismus-Marketing, 7. überarb. und erg. Auflage, 2011, Oldenbourg Kotler, P.; Bowen, J.T.; Makens, J.C.; Marketing of Hospitality and Tourism, 6th Edition, Prentice Hall					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Rechnungswesen II</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
2	Jährlich	1 Sem.	Pflichtmodul	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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.	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Jahresabschlüsse zu benennen,</li> <li>- kennen die unterschiedliche Zielsetzung der Rechnungslegung nach nationalen und internationalen Rechtsnormen sowie des Einzel- und des Konzernabschlusses,</li> <li>- können die Funktionen eines Jahresabschlusses im handels- und steuerrechtlichen Kontext erläutern,</li> <li>- kennen die Grundkonzeption handelsrechtlicher Bilanzierungsentscheidungen,</li> <li>- kennen die Ansatz- und die Bewertungsvorschriften der zentralen Bilanzposten im handelsrechtlichen Einzelabschluss,</li> <li>- können die Struktur einer Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren wiedergeben,</li> <li>- kennen die Unterschiede zwischen den beiden Verfahren und können wirtschaftliche Sachverhalte den einzelnen Posten der jeweiligen Gewinn- und Verlustrechnung zuordnen.</li> <li>- kennen Inhalte und Zielrichtung des Anhangs und des Lageberichts.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Rechnungslegung</li> <li>- Grundsystematik der einzelnen Bilanzierungsentscheidung und der allgemeingültigen Ansatz-Bewertungsvorschriften</li> <li>- Ansatz, Bewertung und Ausweis des Anlagevermögens</li> <li>- Ansatz, Bewertung und Ausweis des Umlaufvermögens</li> <li>- Ansatz, Bewertung und Ausweis von aktiven und passiven Rechnungsabgrenzungsposten</li> <li>- Ansatz, Bewertung und Ausweis des Eigenkapitals</li> <li>- Ansatz, Bewertung und Ausweis des Fremdkapitals</li> <li>- Latente Steuern</li> <li>- Haftungsverhältnisse und außerbilanzielle Geschäfte</li> <li>- Gewinn- und Verlustrechnung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Bähr, G. und W. Fischer-Winkelmann (2006). Buchführung und Jahresabschluss, 8. Auflage. München: Gabler.</p> <p>Bieg, H. (2013). Buchführung. Eine systematische Anleitung mit umfangreichen Übungen und einer ausführlichen Erläuterung der GoB., 7. vollständig überarbeitete Auflage. Saarbrücken: NWB Verlag.</p> <p>Coenenberg, Adolf G.; Haller, Axel; Schultze, Wolfgang (2012). Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 22. Aufl. Schäffer/ Poeschel.</p> <p>Fröhlich, G. (2012). Schnelleinstieg in die Buchführung, 7. Auflage. München: Planegg: Haufe Verlag.</p>					

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

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Volkswirtschaftslehre II</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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. G. Hilligweg	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<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"> <li>- 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.</li> <li>- sind in der Lage, komplexe gesamtwirtschaftliche Interdependenzen zu durchschauen,</li> <li>- können makroökonomische Rahmenbedingungen in betriebswirtschaftliche Entscheidungen einzubeziehen,</li> <li>- können zu aktuellen wirtschaftspolitischen Kontroversen begründete Positionen entwickeln und eigenständig vertreten.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Makroökonomie</li> <li>- Messkonzept für makroökonomische Daten</li> <li>- Das Wachstum der Wirtschaft auf längere Sicht</li> <li>- Beschäftigung und Arbeitslosigkeit</li> <li>- Das Finanzsystem: Sparen und Investieren</li> <li>- Geld und Inflation</li> <li>- Die offene Volkswirtschaft</li> <li>- Konjunkturelle Schwankungen</li> <li>- Geld- und Fiskalpolitik</li> <li>- Inflation und Arbeitslosigkeit</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Blanchard, O. und G. Illig (2014). Makroökonomie, 6. Auflage. München: Pearson Studium Verlag.</p> <p>Mankiw, N. G. und M.P. Taylor (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.</p> <p>Moritz, K.-H. und G. Stradtman (2007). Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, 2. Auflage. München: Vahlen Verlag</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Wirtschaftsrecht I</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
2	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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. J. Berndt Prof. M. Herrmann	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- erhalten eine Einführung in das Wirtschaftsrecht</li> <li>- können sich in der juristischen Welt bewegen und mit Juristen kommunizieren</li> <li>- sind befähigt die Aussicht von Rechtsstreitigkeiten unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten einzuschätzen</li> <li>- 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</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Recht</li> <li>- Die Person</li> <li>- Der Gegenstand</li> <li>- Das Rechtsgeschäft</li> <li>- Das Vertragliche Schuldverhältnis</li> <li>- Das gesetzliche Schuldverhältnis</li> <li>- Anspruchskonkurrenz</li> <li>- Der gewerbliche Rechtsschutz und das Wettbewerbsrecht</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Da es sich um eine Einführung handelt, reicht es, das Studienmodul durchzuarbeiten. Zusätzlich können folgende Lehrbücher empfohlen werden:					
Führich, E. R. (2014). Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht. 12. Auflage. München: Vahlen Verlag.					
Wörten, R. (2012). Handelsrecht: mit Gesellschaftsrecht. 11. Auflage. Köln: Carl Heymanns Verlag.					
Wörten, R. (2014). BGB AT: mit Einführung in das Recht. 13. Auflage. München: Vahlen Verlag					
Wörten, R. (2015). Schuldrecht AT. 12. Auflage. München: Vahlen Verlag					
Wörten, R. (2013). Schuldrecht BT. 11. Auflage. München: Vahlen Verlag					



### 3. Semester

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Einführung in die Tourismuswissenschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon
					150 h Selbststudium
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismuswirtschaft / Tourismuswirtschaft Online		PL: Kursarbeit		Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online- Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
				<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
				C. Heckeroth	
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Grundlagen und Theorien wissenschaftlichen Arbeitens und Handelns.</li> <li>- können eine Fragestellung aus einem vorgegebenen Fachgebiet zielgerichtet und systematisch eigenständig entwickeln, bearbeiten und in angemessener schriftlicher Form darlegen.</li> <li>- verfügen über Methodenkompetenzen zur Beschaffung, Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen.</li> <li>- kennen die Arbeit mit einer Literaturverwaltungssoftware und wende diese bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit an.</li> <li>- beherrschen elementare Verfahren und Methoden der Marktforschung und ihre praktische Umsetzung</li> <li>- kennen grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren der empirischen Marktforschung/Sozialforschung</li> <li>- können analytische Methoden</li> <li>- verfügen über Präsentationserfahrung und erreichen ihre Projektziele in vorgegebener Zeit</li> <li>- kennen die statischen Grundlagen der Datenanalyse</li> <li>- sind in der Lage Daten aus Datenbanken situationsgerecht in entsprechende Werkzeuge (SPSS; Excel) zu importieren</li> <li>- verfügen über vertiefende Kenntnisse wesentlicher Erhebungs- &amp; Auswertungsmethoden der Marktforschung sowie über das Entscheidungsverhalten der Konsumenten</li> <li>- können geeignete Methoden der Konsumentenforschung anwenden</li> <li>- können die Ergebnisse vor der Gruppe in geeigneter Weise präsentieren</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Wissenschaftlichkeit, 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, Zitertechniken und -stile, Verzeichnisse, Abbildungen, Besonderheiten wissenschaftlicher Formulierungen, Präsentationsgestaltung und -techniken, ethische Grundlagen wissenschaftlichen Handelns, Zeitplanung und -management, Wissenschaftstheorien, 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					
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 leichtgemacht: 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					
Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, 17., aktualisierte und bearbeitete Auflage, München, Vahlen, 2017					

<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Investition und Finanzierung</b>					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Online		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
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über Kenntnisse der Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte</li> <li>- kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und –formen</li> <li>- sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen</li> <li>- können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen</li> <li>- verfügen über Kenntnisse von Finanzplanungstechniken.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns,</li> <li>- Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte,</li> <li>- Investitionsbegriff,</li> <li>- Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung,</li> <li>- Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung,</li> <li>- Methoden der Kapitalbedarfsplanung,</li> <li>- Finanzierungsbegriff,</li> <li>- Funktionen, Struktur und Akteure der Finanzmärkte,</li> <li>- Finanzierungsarten und –formen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung),</li> <li>- Finanzierung bei besonderen Anlässen,</li> <li>- Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen,</li> <li>- Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt),</li> <li>- Grundzüge der Finanzplanung.</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Bösch, M. (2016): Finanzwirtschaft – Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. 3. Aufl., München (Vahlen).</p> <p>Däumler, K.-D., Grabe, J. (2013): Betriebliche Finanzwirtschaft, 10. Auflage, Herne (NWB).</p> <p>Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, München (Vahlen).</p> <p>Poggensee, K. (2015): Investitionsrechnung. Grundlagen – Aufgaben – Lösungen, 3. Auflage. Wiesbaden (Springer Gabler).</p> <p>Zantow, R., Dinauer, J. (2016): Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements. 4. Auflage, München (Pearson Studium).</p>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Kosten- und Leistungsrechnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismuswirtschaft Online		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.	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- besitzen anwendungsorientierte Kenntnisse über die Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung.</li> <li>- können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung beschreiben.</li> <li>- können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten.</li> <li>- beherrschen die Erfassung und Berechnung der Kostenarten.</li> <li>- beherrschen die Verrechnung der Gemeinkosten im BAB.</li> <li>- beherrschen die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung.</li> <li>- beherrschen die Grundformen der Betriebsergebnisrechnung. <ul style="list-style-type: none"> <li>o können die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen darstellen.</li> </ul> </li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens;</li> <li>- Kostentheoretische Grundlagen;</li> <li>- Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung;</li> <li>- System der Kostenrechnung im Überblick;</li> <li>- Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse;</li> <li>- Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über-/Unterdeckungen;</li> <li>- Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, (Maschinen-) Stundensatz-, Kuppelkalkulation;</li> <li>- Betriebsergebnisrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren;</li> <li>- Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen.</li> </ul>					
Literatur					
<p>Coenenberg, A. G. u.a. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel).</p> <p>Däumler, K., Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1, Grundlagen, 11. Aufl., Herne (NWB).</p> <p>Däumler, K., Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, 10. Aufl., Herne (NWB).</p> <p>Däumler, K., Grabe, J. (2015): Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung und Kostenmanagement, 9. Aufl., Herne (NWB).</p> <p>Schmidt, A. (2017): Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, 8. Aufl., Stuttgart 2017 (Kohlhammer).</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Betriebliche Steuerlehre</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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. M. Bartsch	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennen die wichtigsten, für einen Betriebswirt einschlägigen, Bereiche der Steuerlehre.</li> <li>- sollen die Fähigkeit erlangen, Probleme des Steuerrechts betriebswirtschaftlich einzuordnen, einfachere Fälle der beruflichen Praxis selbständig zu lösen und dialogfähig mit juristischen und steuerlichen Beratern zu werden.</li> <li>- werden in die steuerrechtliche Methode eingeführt.</li> <li>- lernen finanzwirtschaftliche Methoden in das steuerliche Umfeld einzusetzen und eine Verknüpfung zum Rechnungswesen herzustellen.</li> <li>- erhalten hinsichtlich der Persönlichkeits- und Sozialkompetenz Vertrauen in ihre Fähigkeit, steuerwirksame Sachverhalte zu analysieren und zu kommunizieren.</li> <li>- erlangen größere Sicherheit Mit dem Verstehen steuerlicher Zusammenhänge zur Abschätzung betriebswirtschaftlicher Risiken.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung</li> <li>- Allgemeines Steuerrecht</li> <li>- Einkommensteuer</li> <li>- Körperschaftsteuer</li> <li>- Gewerbesteuer</li> <li>- Umsatzsteuer</li> <li>- Sonstige Steuerarten</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Textsammlung Steuergesetze z.B. NWB, Wichtige Steuergesetze, aktuellste Auflage oder C.H. Beck, Aktuelle Steuertexte, aktuellste Auflage</p> <p>Textsammlung Steuerrichtlinien z.B. NWB, Wichtige Steuerrichtlinien, aktuellste Auflage</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Wirtschaftsrecht II</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erlangen vertiefte Kenntnisse in folgenden juristischen Bereichen: Reiserechtliche Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze</li> <li>- kennen die rechtliche Stellung des Reiseveranstalters und des Reisemittlers</li> <li>- sind in der Lage die Probleme von AGB zu erkennen und diese auszugestalten</li> <li>- kennen Grundbegriffe des Handelsrechts</li> <li>- sind mit den aktuellen Problemen im Wettbewerbsrecht und Urheberrecht vertraut</li> <li>- berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Management</li> <li>- kennen Urteile zum Reiserecht in Deutschland <ul style="list-style-type: none"> <li>o können exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsgebiete übertragen</li> </ul> </li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Teil I					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reiserecht: Reisevertrag (insbesondere Vertragsschluss, Allgemeine Geschäftsbedingungen, internationale Regelungen, wesentliche Rechte und Pflichten, Insolvenzabsicherung), Reiseversicherungen, Beförderungsverträge, Gastaufnahmeverträge</li> <li>- Handelsrecht: Grundlagen, Hilfspersonen des Kaufmanns, Handelsvertreterrecht</li> <li>- Grundzüge des Wettbewerbsrechts</li> <li>- Grundzüge des Urheberrechts</li> <li>- Arbeitsrecht: Grundlagen und branchenspezifische Bereiche</li> <li>- Ausgewählte Aspekte des Sozialrechts</li> <li>- Ausgewählte Aspekte des Veranstaltungsrechts</li> </ul>					
Teil II					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fallbearbeitung im Gutachtenstil</li> <li>- Analyse grundlegender und aktueller Rechtsprechung</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Führich, E.R. (2018). Basiswissen Reiserecht, 4. Überarbeitete Auflage, München: Vahlen Verlag</p> <p>Führich, E. R. (2014). Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht. 12. Auflage. München: Vahlen Verlag.</p> <p>Wörten, R. (2012). Handelsrecht: mit Gesellschaftsrecht. 11. Auflage. Köln: Carl Heymanns Verlag.</p> <p>Wörten, R. (2014). BGB AT: mit Einführung in das Recht. 13. Auflage. München: Vahlen Verlag</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>E-Commerce im Tourismus</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
3	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismuswirtschaft Online		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)	Prof. Dr. U. Weithöner
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen den Aufbau, die Dienstleistungen und die standardisierten Einsatz- und Nutzungsbedingungen Globaler Distributionssysteme (GDS) und ihrer Front-, Mid- und Backoffice-Dienste.</li> <li>- sind befähigt, diese zentralen IT-Service-Systeme im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse, Märkte und Geschäftsmodelle zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Dienstleistungen von Business Travel Management-Systemen und sind befähigt, sie im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse und Märkte zu beurteilen und zu integrieren.</li> <li>- verstehen die technischen Grundstrukturen des Internets und sind fähig, daraus besondere Anforderungen an die Realisierung von tourismuswirtschaftlichen ECommerce-Prozessen abzuleiten und in Systemkonzepte zu integrieren, sie kennen die Schnittstellen zwischen tourismuswirtschaftlicher Anwendung und systemtechnischer Realisierung.</li> <li>- erkennen die Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen. kennen und verstehen die besonderen innovativen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <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</li> <li>- <u>Business Travel Management-Systeme</u>: Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse</li> <li>- <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</li> <li>- <u>Virtuelle Reisemittler</u> und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und automatisierte Geschäftsprozesse</li> <li>- <u>Besonderen Möglichkeiten</u>, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management</li> <li>- <u>Mobile Internet Dienste</u>, insbesondere ortsbasierte Dienste/Location Based Services</li> <li>- <u>Interdependenzen</u> zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.); <b>eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus</b> , 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015					

## 4. Semester

### Schwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. E. Schmoll	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung im kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen.</li> <li>- beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit sowie virtuellem Unternehmen und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor.</li> <li>- bestimmen die verschiedenen Angebots- wie Nachfragefaktoren einer touristischen Destination.</li> <li>- können die Destinations-Entwicklung sowie Change- und Innovationsprozesse in Destinationen koordinieren.</li> <li>- wenden grundlegende Aspekte der Netzwerktheorie sowie des Verhandlungsmanagements an.</li> <li>- können Maßnahmen zur touristischen Nachhaltigkeit beurteilen.</li> <li>- wenden Qualitätsmanagementprozesse auf eine Destination-Management-Organisation an.</li> <li>- können verschiedene Aufbauorganisationsformen und spezifische Aspekte der Personalführung in einer Destination-Management-Organisation unterscheiden und entwerfen.</li> <li>- beurteilen Modelle der Finanzierung von öffentlichen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen.</li> <li>- erlangen grundlegende Kenntnisse in allen für eine Destination-Management-Organisation relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, der Kostenrechnung, der wirtschaftlichen Planung und des Controllings.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben von Destination-Management-Organisationen</li> <li>- touristische Destinationen als virtuelles Unternehmen</li> <li>- Aspekte der Führung von virtuellen Unternehmen</li> <li>- Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor</li> <li>- Touristische Nachfragefaktoren und Angebotsfaktoren aus Sicht der Destination</li> <li>- Grundzüge des Strategischen Developments sowie Initiierung von Change- und Innovationsprozessen in touristischen Destinationen</li> <li>- Netzwerkmanagement und Verhandlungsmanagement im Kontext des virtuellen Unternehmens</li> <li>- Touristische Nachhaltigkeit</li> <li>- Qualitätsmanagement im Destination Management</li> <li>- Organisationsstrukturen und Rechtsformen im Destination-Management</li> <li>- Finanzierung, Rechnungslegung und Controlling von kommunalen Tourismusorganisationen</li> <li>- Besondere rechtliche Aspekte des Destination-Managements</li> </ul>					
Literatur					
Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen) Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. I. Behn-Künzel	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die existierenden Gesundheitsmärkte charakterisieren, differenzieren sowie Verflechtungen zwischen diesen identifizieren und bewerten.</li> <li>- lernen die Grundmodelle von Gesundheitssystemen anhand von Strukturmerkmalen kennen und sind in der Lage, das nationale Gesundheitssystem einzuordnen und zu klassifizieren, v.a. hinsichtlich der Akteure, Kostenträger, der ökonomischen und rechtlichen Bedeutung.</li> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse über medizinisch-gesundheitsbezogene Begrifflichkeiten und Konzepte.</li> <li>- sind in der Lage, den Gesundheitstourismus in seiner Struktur und Ausgestaltung zu erfassen, zu systematisieren sowie in einen gesellschaftlichen, gesundheitspolitischen und historischen Kontext zu bringen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Grundlagen des Gesundheitstourismus: Terminologie und Systematisierungsansätze, gesellschaftliche und historische Einflussfaktoren, Markttreiber des neuen Gesundheitstourismus, Marktdaten und Marktvolumina, Struktur und Charakteristika von Angebot und Nachfrage;</p> <p>Grundzüge des deutschen Gesundheitssystems: 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, Merkmale und Zusammenspiel der Gesundheitsmärkte; Gesundheitswissenschaftliche Grundlagen: 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>					
<b>Literatur</b>					
<p>Illing, Kai-Torsten (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.</p> <p>Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.</p> <p>Berg, Waldemar (2008): Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus, München: Oldenbourg.</p>					



Rulle, Monika (2004/2008): Der Gesundheitstourismus in Europa. Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, Bd. 4 der Eichstätter Tourismuswissenschaftlichen Beiträge, München: Profil.

Smith, Melanie/Puczko, László (2009): Health and Wellness Tourism, Butterworth-Heinemann.

DHV (Hrsg.): Gesundheitskompetenz in Heilbädern und Kurorten, Berlin.

Diverse Publikationen des DHV (Newsletter, Jahresberichte, Begriffsbestimmungen, Gütesiegel, Kurinformationen).

Preusker, Uwe K. (2015): Das deutsche Gesundheitssystem verstehen. Strukturen und Funktionen im Wandel, 2. Aufl., Heidelberg: medhochzwei.

Nagel, Eckhard (Hrsg., 2013): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Struktur, Leistungen, Weiterentwicklung, 5. Aufl., Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.

Simon, Michael (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise, 4. Aufl., Bern: Verlag Hans Huber / Hogrefe.

Specke, Helmut K. (2005): Der Gesundheitsmarkt in Deutschland. Daten – Fakten – Akteure, 3. Aufl., Bern et al.: Verlag Hans Huber.

Blümel, Stephan / Franzkowiak, Peter (2011): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden, hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.

BZgA (Hrsg., o.J.): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung. Leitbegriffe A-Z (online verfügbar über <https://www.leitbegriffe.bzga.de/alphabetisches-verzeichnis/#linkA>).

Naidoo, Jennie / Wills, Jane (2010): Lehrbuch der Gesundheitsförderung, 2. Aufl., hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.

Gesundheitsberichterstattung des Bundes: <http://www.gbe-bund.de/>

Sozialgesetzbücher: <http://www.gesetze-im-internet.de>

AOK-Bundesverband (Hrsg.): Zahlen und Fakten, Berlin (jahresaktuell).

Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.): Daten des Gesundheitswesens, Berlin (jahresaktuell).

DKG (Hrsg.): Krankenhausstatistik, Berlin (jahresaktuell).

KBV (Hrsg.): Gesundheitsdaten. Zahlen, Trends und Analysen, Berlin (jahresaktuell).

PKV-Verband (Hrsg.): Zahlenbericht der privaten Krankenversicherung, Köln und Berlin (jahresaktuell).

Schempp, N./Strippel, H.: Präventionsbericht. Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung: Primärprävention und betriebliche Gesundheitsförderung. Berichtsjahr XXX, hrsg. v. MDS/GKV-Spitzenverband, Essen und Berlin (jahresaktuell).

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Betriebswirtschaftliche und informatorische Grundlagen des Touristikmanagements</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Klausur 1h und Kursarbeit SL: (PVL: Einsendeaufgabe)	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. T. Kirstges	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen.</li> <li>- erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controllings und der Reisepreiskalkulation.</li> <li>- vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin.</li> <li>- erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- historische Entwicklung und heutige Bedeutung des Veranstalter- und Reisemittlermarktes (weltweit, europaweit, in Deutschland);</li> <li>- dienstleistungsspezifische und daraus resultierende betriebswirtschaftliche und rechtliche Besonderheiten der Veranstalter- und Reisemittlerleistungen;</li> <li>- ausgewählte quantitative und qualitative Aspekte der Tourismuskonsumnachfrage, insbesondere Tourismustrends inkl. ökologischer Aspekte;</li> <li>- Arbeitsmarkt Reiseveranstalter/-mittler inkl. Tarif- und Arbeitsverträge und deren rechtlicher Rahmen;</li> <li>- Besonderheiten der Buchführung in Touristikunternehmen;</li> <li>- steuerrechtliche Besonderheiten bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern (insbes. Margenbesteuerung gemäß UStG);</li> <li>- Kostenrechnung und Controlling,</li> <li>- Cash-Management;</li> <li>- Preiskalkulation und Preisgestaltung bei Reiseveranstaltern/-mittlern;</li> <li>- Provisionssysteme;</li> <li>- Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware; <ul style="list-style-type: none"> <li>o Fallstudien zu o.g. Inhalten</li> </ul> </li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
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: Tourismuswirtschaft Online					
Business Travel Managements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		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)	M. Tetz C. Heckeroth	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen Aufgaben, die im Business Travel Management bei den Unternehmen, den Leistungsträgern sowie den unterstützenden Institutionen anfallen</li> <li>- können Lösungsvorschläge für ausgewählte Problemstellungen erarbeiten</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktstrukturen und Marktteilnehmer im BTM</li> <li>- Business Travel Management als Managementfunktion im Unternehmen</li> <li>- Prozessorientierte Sicht des Business Travel Managements</li> <li>- Aufgaben des Business Travel Management</li> <li>- BTM und Strategisches Management</li> <li>- Internationales BTM aus Nachfragersicht; Internationales BTM aus Anbietersicht</li> <li>- Case Study: Beschaffung im BTM</li> <li>- Beschaffungsprozessmodell</li> <li>- Handlungsalternativen im Beschaffungsprozessmodell</li> <li>- Strategische Beschaffung</li> <li>- Internationale Beschaffung</li> <li>- Anbieter im Geschäftsreisemarkt</li> <li>- Analyse des Marktes für Geschäftsreisen aus Anbietersicht</li> <li>- Branchenstrukturanalyse nach Porter</li> <li>- Detailanalyse der Anbieter</li> <li>- Distributionspolitische Entscheidungsoptionen der Leistungsträger</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Freyer, Walter/Naumann, Michaela/Schröder, Alexander (Hrsg.), Geschäftsreise-Tourismus: Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, 2., überarb. Aufl, Dresden: FIT-Forschungsinst. für Tourismus, 2006</li> <li>- Schulz, Axel u. a. (Hrsg.): ETourismus: Prozesse und Systeme: Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl, Berlin: Oldenbourg de Gruyter, 2015</li> <li>- Espich, Gerhard, Business-Travel-Management: Kostenoptimierte und effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, Bd. 14, Renningen: ex-pert-Verl, 2001</li> <li>- Mahnicke, R., Business Travel Management: Praxis-Know-how für den Einkäufer, Wiesbaden, s.l.: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013</li> </ul>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. E. Schmoll Prof. Dr. U. Weithöner C. Heckeroth M. Tetz	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
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.					
<b>Lehrinhalte</b>					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Tourismuspsychologie, Kulturtourismus, Sporttourismus, Senientourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					
<b>Literatur</b>					
Die Literatur ist abhängig vom Themenbereich der Veranstaltung.					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismusdestination</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	U. Moritz	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über topografische Kenntnisse und regionale und globale Raumvorstellungen,</li> <li>- können die zur Untersuchung und Beurteilung von Tourismusgebieten notwendigen Informationen beschaffen, auswerten und darstellen,</li> <li>- können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Wechselwirkungen zwischen touristischer Nachfrage und touristischem Angebot in typischen Touristenregionen erläutern und erkennen die besondere Bedeutung der Eignung von Destinationen für unterschiedliche Zielgruppen,</li> <li>- können umfassende Informationen zur Reiseplanung und Reisedurchführung für die wichtigsten Tourismusgebiete Deutschlands, Europas und einiger wichtiger Destinationen weltweit geben,</li> <li>- erkennen die Eignung touristischer Destinationen für Themenreisen,</li> <li>- erlernen die Planung von Rundreisen unter Einbeziehung verschiedener Sehenswürdigkeiten,</li> <li>- kennen wichtige touristische Zugverbindungen,</li> <li>- erkennen die Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“ sind sich der negativen Auswirkungen des Massentourismus bewusst.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Allgemeine Informationen: Naturräumliche Gliederung der Erde, Naturphänomen- und Katastrophentourismus, Klima- und Zeitzonen der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“, Visa-, Impf- und Ausweispflicht, Reisewarnungen, Touristisch vermarktete Fernstraßen und Bahnverbindungen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten.</p> <p>Länder- und regionsspezifische Inhalte: Deutschland, Österreich und Schweiz, Nord- und Westeuropa, ausgewählte Länder in Osteuropa, Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum, Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen.</p>					
<b>Literatur</b>					
<p>Verschiedene Autoren: Lonely Planet Reiseführer „Die Welt: Ein Reiseführer für alle Länder dieser Erde“, Ostfildern, Mairdumont (2017)</p> <p>Diverse länderbezogene Reiseführer</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Grundzüge der Hotellerie</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen den Aufbau und die Funktionsweise eines Hotels</li> <li>- sind in der Lage die Arten und Typen von Beherbergungsbetrieben einschließlich Abgrenzungskriterien zu unterscheiden</li> <li>- kennen die Nachfragestrukturen, Markt- und Wettbewerbsverhältnisse in verschiedenen Teilmärkten</li> <li>- kennen Vertragsverhältnisse, funktionale Entkopplung, Franchise-Systeme und Hotelkooperationen</li> <li>- können Marketingstrategien und ausgewählte Aspekte der Preis- und Vertriebspolitik anwenden</li> <li>- sind befähigt Kennzahlensysteme in der Hotellerie anzuwenden</li> <li>- sind in der Lage Markt- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebotsstrukturen, Definitionen, Beherbergungsangebot,</li> <li>- Abgrenzungskriterien Betriebsarten und Betriebstypen der Hotellerie,</li> <li>- Hotelketten und Kooperationen, Hotelmarken</li> <li>- Wettbewerb,</li> <li>- Strukturen der Nachfrage nach Beherbergungsleistungen,</li> <li>- Abgrenzung von Teilmärkten und Zielgruppen;</li> <li>- Vertragsverhältnisse in der Hotellerie, Pacht-, Franchise, Managementverträge, funktionale Entkopplung, Franchise-Systeme und Kooperationen,</li> <li>- Überblick Organisation von Hotelbetrieben,</li> <li>- Grundlagen des Marketings in der Hotellerie,</li> <li>- Marketingstrategien und Erfolgsfaktoren,</li> <li>- Grundzüge der Produkt- und der Preispolitik,</li> <li>- ausgewählte Aspekte des Vertriebs der Dienstleistungen</li> <li>- Kennzahlen in der Hotellerie, u.a. ARR, RevPar, Wareneinsatzquoten, ausgewählte Kostenstrukturen,</li> <li>- Überblick Markt- und Wettbewerbsanalysen</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Gardini, M. A., Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie, 2. Auflage, 2014, De Gruyter Oldenbourg; München</p> <p>Gardini, M. A., Marketing-Management in der Hotellerie, 3. Überarb. u. aktualisierte Auflage, 2015, De Gruyter Oldenbourg; München</p> <p>Hänssler, K.-H., Management in der Hotellerie und Gastronomie: betriebswirtschaftliche Grundlagen, 9. Auflage, 2016, De Gruyter Oldenbourg, München</p> <p>Empfehlung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Branchenreport "Hotelmarkt Deutschland 2018"</li> </ul>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Management von Flughäfen und Fluggesellschaften</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4/5	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten,</li> <li>- verstehen die Grundlagen der Luftverkehrspolitik,</li> <li>- kennen die wichtigsten nationalen und internationalen Luftverkehrsorganisationen,</li> <li>- erkennen die Rahmenbedingungen, die das Luftverkehrsrecht für Managemententscheidungen setzt,</li> <li>- erkennen die Grundlagen und Rahmenbedingungen des unternehmensbezogenen Managements von Flughäfen und Fluggesellschaften,</li> <li>- können die Instrumente des Marketing-Mix anwenden,</li> <li>- kennen die Grundlagen der nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen,</li> <li>- kennen der Geschäftsmodelle und Finanzierungsalternativen der Flug- und Flughafengesellschaften.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
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					
<b>Literatur</b>					
<p>Conrady,R.: Luftverkehr, Berlin: De Gruyter, 2012          Groß, Sven; Marktanalyse und Strtegien von Verkehrsunternehmen, München: Oldenbourg, 2011          Meffert,Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015          Schulz, Axel: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009          Pompl, Wilhelm: Luftverkehr, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007</p>					



## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Controlling					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. A. Schmidt	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Entscheidungen bezüglich der Produkte/ Produktgruppen aus Kostensicht zu bearbeiten und operative sowie strategische Probleme und Lösungsansätze der Unternehmensführung aus Controllersicht zu erarbeiten,</li> <li>- können für ausgewählte operative und strategische Probleme Controllinginstrumente und -methoden anwenden und so die benötigten Informationen bereitzustellen,</li> <li>- können unter Beachtung der Mehrdimensionalität des betrieblichen Geschehens eine Auswahl aus Handlungsalternativen treffen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Controllings</li> <li>- Instrumente des operativen Kostenmanagements</li> <li>- Instrumente des strategischen Kostenmanagements</li> <li>- Instrumente zur Unterstützung der operativen Unternehmensführung</li> <li>- Instrumente zur Unterstützung der strategischen Unternehmensführung</li> </ul>					
Literatur					
<p>Coenenberg, A. G. u. a. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel).</p> <p>Horváth, P. u. a. (2015): Controlling, 13. Aufl., München (Vahlen).</p> <p>Jung, H. (2014): Controlling, 4. Aufl., München (Oldenbourg).</p> <p>Küpfer, H. U. u. a. (2013): Controlling, 6. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel).</p> <p>Schmidt, A. (2017): Kostenrechnung, Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, 8. Aufl., Stuttgart 2017 (Kohlhammer).</p> <p>Weber, J., Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel).</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Personalwirtschaft</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	G. Reeb	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind der Lage aktuelle Theorien und Konzepte zum strategischen und operativen HRM zur Personalverwaltung und zur Personalführung in wissenschaftlicher und praktischer Hinsicht zu beurteilen,</li> <li>- 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,</li> <li>- sind in der Lage vorgegebene Konzepte für immer wieder andere Anwendungsfälle begründend zu einer situationsadäquaten neuen Lösung zusammenzuführen,</li> <li>- 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,</li> <li>- 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,</li> <li>- können selbstständig offene Aufgabenstellungen bearbeiten, indem Sie aus der Grundhaltung der wissenschaftlichen Erschließung der Personalarbeit neues Wissen suchen, sich aneignen und auch bewerten.</li> <li>- können aus der Reflexion ihres Lernprozess Schlussfolgerungen für ihre Lernaktivitäten und alltäglichen Handlungsweisen ziehen.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in das Studienmodul Personalwirtschaft</li> <li>- Personalwirtschaftliche Aufgabenfelder</li> <li>- Teilfunktionen des Personalmanagements im HRC</li> <li>- Personalführung</li> <li>- Arbeitsbeziehungen</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Schneider, H. J. und H. Klaus (Hrsg.) (2008). Mensch und Arbeit, Handbuch für Studium und Praxis, 11. überarbeitete und erweiterte Auflage. Düsseldorf.</p> <p>Schreyögg, G. und J. Koch (2014). Grundlagen des Managements. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Schreyögg, G.; Koch, J., 2010, Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis, 2. Auflage, Wiesbaden</p> <p>Heike Bruch, Bernd Vogel, 2009, Organisationale Energie - Wie Sie das Potenzial Ihres Unternehmens ausschöpfen, 2. Aufl., Wiesbaden</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Internationale Unternehmensführung</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4	Jährlich	1 Sem	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		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)	G. Reeb	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über Kenntnisse zu Anforderungen und Inhalten unternehmerischer Planung, Organisation und Führung im Zusammenhang international tätiger Unternehmen</li> <li>- besitzen Kenntnisse über verschiedene Arten der Internationalisierung unternehmerischer Tätigkeiten</li> <li>- besitzen Kenntnisse über theoretische Ansätze zur Erklärung internationaler Wirtschaftstätigkeit</li> <li>- besitzen Kenntnisse über Produktions- und Organisationsformen internationaler Wirtschaftstätigkeit</li> <li>- kennen zentrale Funktionsbereiche des Internationalen Personalmanagements und können dieses in den Kontext einer Unternehmensstrategie einordnen.</li> <li>- reflektieren spezielle Anforderungen einer Personalarbeit wie beispielsweise Internationale Stellenbesetzung, Personalentwicklung und Entgeltfindung praxisnah</li> <li>- sind in der Lage eine gedankliche Vorwegnahme des internationalen Personalgeschehens der Gesamtbelegschaft durchzuführen, um den Nutzen einer Personalauswahl für die Unternehmenspraxis einzuordnen</li> <li>- Kennen Personalinformationssysteme als Rekrutierungsquellen</li> <li>- Sind in der Lage einzuschätzen, dass eine Entgeltfindung auf internationaler Ebene die gleichen Ziele wie Vergütungssysteme auf nationaler Ebene verfolgen.</li> <li>- Kennen spezifizierte Internationale Vergütungsfragen</li> <li>- 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.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationalisierung/Globalisierung,</li> <li>- Organisation und Führung multinationaler Unternehmungen,</li> <li>- globale Handels- und Investitionsbedingungen,</li> <li>- Theorien internationalen Handels und Wirtschaftens,</li> <li>- Strategien der Internationalisierung,</li> <li>- Typologie multinationaler Unternehmungen,</li> <li>- Kulturbegriff und kulturelle Differenzierung,</li> <li>- regionale Netzwerke und ökonomische Bündnisse</li> <li>- Institutionelle Rahmenbedingungen im kulturellen und organisationalen Kontext</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Kutschker, Michael &amp; Schmid, Stefan: Internationales Management, 6. Auflage, München, 2008  Macharzina, Klaus &amp; Wolf, Joachim: Unternehmensführung, Das internationale Managementwissen, 7. Auflage, Wiesbaden, 2010  Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, 9. Auflage, München, 2009  Steinmann, Horst, Schreyögg, Georg &amp; Koch, Jochen: Management, Grundlagen der Unternehmensführung, 7. Vollständig überarbeitete Auflage, 2013</p>					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang: Tourismuswirtschaft Online</b>					
<b>IT Projektseminar</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
4	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 146 h Selbststudium 4 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Kursarbeit SL: (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)	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen Projekt orientiertes Arbeiten auf Basis eines IT-basierten tourismuswirtschaftlichen Projekts</li> <li>- verstehen den Aufbau und die Funktionalität von Software- und Datenbanksystemen, die standardisiert für die Tourismusbranche bzw. für Segmente der Branche in den jeweiligen Tourismusunternehmen eingesetzt werden.</li> <li>- verstehen die technischen und organisatorischen Einsatzbedingungen, Schnittstellen und Vernetzungen</li> <li>- verstehen und vollziehen die Prozesse zum anwendungsbezogenen Aufbau der Systeme</li> <li>- verstehen, das Tourismusunternehmen mit seinen Daten, betrieblichen Abläufen und Kommunikationsprozessen, mit seinem Geschäftsmodell in einem geeigneten Standardsystem abzubilden und das Unternehmen elektronisch arbeitsfähig zu machen</li> <li>- sind befähigt zu einer interdisziplinären Schnittstellenfunktion zwischen Informationstechnologie und tourismusbetrieblicher Anwendung, sie können automatisierte E-Commerce-Prozesse gestalten und die IT-Systeme einbinden und einrichten</li> <li>- können entsprechende Systemen im Sinne von Investitions- und Zukunftsentscheidungen beurteilen</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p><u>Vorbemerkung:</u> Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand.</p> <p>Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reiseveranstalter und dynamische Internet Booking Engines (IBE)</li> <li>- Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services)</li> <li>- IT-Systeme, z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>o der Reiseveranstalter</li> <li>o im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS)</li> <li>o in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuelle Fallstudien, z.B.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- zu Business Travel Management Systemen (BTM)</li> <li>- Social Media</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.); <b>eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus</b> , 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015					

## 5. Semester

### Schwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Destination Management B: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		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	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen normative, strategische und operative Abläufe im Destination-Marketing.</li> <li>- wenden verschiedene Methoden der Marktforschung im Destination-Management an.</li> <li>- analysieren verschiedene Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen.</li> <li>- übertragen Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen.</li> <li>- berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Marketing.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Besondere Aspekte des Marketings in virtuellen Unternehmen</li> <li>- Touristische Marktforschung und Nutzung von Beherbergungsstatistiken</li> <li>- Markenbildung einer Destination</li> <li>- Innen- und Binnenmarketing</li> <li>- Produktentwicklung und Erlebnissetting</li> <li>- Events sowie Veranstaltungs- und Messewesen für touristische Destinationen</li> <li>- Mediaplanung sowie spezielle Instrumente der Kommunikationspolitik im Einsatz touristischer Destinationen</li> <li>- Die Destination Management Organisation als Reisemittler und Reiseveranstalter</li> </ul>					
Literatur					
<p>Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen)  Freyer: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, De Gruyter Oldenbourg</p>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	
Tourismuswirtschaft Online		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)	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben vertiefende Kenntnisse zu Konzepten und Theorien der Nachfrage im Gesundheitstourismus und verstehen deren Relevanz für die Angebotsgestaltung</li> <li>- kennen die verschiedenen Produktkonzepte und Angebotssparten im Gesundheitstourismus und sind in der Lage, diese zu differenzieren und zu bewerten.</li> <li>- lernen, Anbieter des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes zu vernetzen und basierend darauf innovative gesundheitstouristische Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu erstellen und zu beurteilen.</li> <li>- kennen betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen, v.a. Kostenstrukturen, Kennzahlen sowie Konzepte und Methoden des Qualitätsmanagements.</li> <li>- verbessern ihre Fähigkeit im Wissenstransfer durch die Bearbeitung von Fallstudien und der vertiefenden Betrachtung exemplarischer Fachthemen im theoretischen und praxisbezogenen Kontext.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Vertiefende Aspekte zur Nachfrage im Gesundheitstourismus, insbesondere Theorien zur Bedürfnisbefriedigung, Lebensqualität und aus der Glücksforschung, Ansätze zur Segmentierung der Nachfrage;</p> <p>inhaltliche Ausgestaltung und Verknüpfung der Produktkonzepte Wellness und Medical Wellness, Grundlagen des Medizintourismus;</p> <p>gesundheitstouristische Angebotsgestaltung 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 gesundheitstouristischer Angebote am Markt differenziert nach Angebotssparten und Anbietersegmenten (u.a. der Reiseveranstalter, Beherbergungsanbieter, Kurorte/Destinationen, Krankenkassen, Kliniken/Gesundheitszentren); betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer</p>					

Einrichtungen, insbesondere Struktur von Investitions-, Betriebskosten und Erlösen, Kennzahlen im Spa-Management, Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus, insbesondere Notwendigkeit/Bedeutung, Methoden zur Konzeptionierung, Messung und Sicherstellung von Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit, Analyse und Beurteilung von Qualitätsmanagementansätzen im Gesundheitstourismus auf der Basis von Qualitätsauszeichnungen, Zertifizierungen und Gütesiegeln.

#### Literatur

- Illing, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg.
- Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb.
- Berg, W. (2008): Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München: Oldenbourg.
- Lohmann, M./Winkler, K. (2005): Gesundheitsreisen. Wellness, Fitness und Kur, Special der Reiseanalyse, hrsg. v. FUR, Kiel.
- Grimm, B./Winkler, K. (2011): RA 2011 und RA 2010. Gesundheitsorientierte Urlaubsformen: Strukturen, Potentiale und Ansprüche, hrsg. v. FUR, Kiel.
- GKV-Spitzenverband (Hrsg.): Leitfaden Prävention (in der aktuellen Fassung).
- BMWi (Hrsg., 2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Leitfaden, Berlin.
- BMWi (Hrsg., 2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Branchenreporte, Berlin.
- DHV (Hrsg.): Gesundheitskompetenz in Heilbädern und Kurorten, Berlin (in der aktuellen Fassung).
- DHV (Hrsg.): Deutscher Bäderkalender, Gütersloh: Flöttmann.
- Nahrstedt, W. (2008): Wellnessbildung. Gesundheitssteigerung in der Wohlfühlgesellschaft, Berlin: ESV.
- Wiesner, K.A. (2007): Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin: ESV.
- Lanz Kaufmann, Eveline (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investition und Qualitätsverbesserungen, Bd. 38 der Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, hrsg. v. FIF, Bern: FIF.
- Richter, B./Pütz-Willems, M. (Hrsg., 2002): Wellness + Wirtschaft. Professionell und Profitabel. Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten, Augsburg: Willems.
- Dettmer, H. (Hrsg., 2004): Wellness in der Hotellerie, Stuttgart: Holland+Josenhans.
- Smith, M. / Puczkó, L. (2009): Health and wellness tourism, Butterworth-Heinemann.
- Sonnenschein, M. (2009): Medical Wellness & Co. Der Gesundheitsvorsorge-tourismus in Deutschland. Angebot und Nachfrage im Wandel, Diss., Berlin.
- 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.
- Baumgarten, K./Joensson, N. (2005): Wellness & Gesundheitsförderung. Konzepte, Angebote und Zusammenhänge, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Krczal, A./Weiermair, K. (Hrsg., 2011): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen. Erfolg durch Kundenorientierung und hohe Standards, Berlin: ESV.
- Pechlaner, H./Fischer, E. (Hrsg., 2006): Qualitätsmanagement im Tourismus. Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit, Bd. 15 der Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur der EURAC, Wien: Linde.
- Müller, H. (2000): Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Berlin, Stuttgart und Wien: Haupt Verlag.
- 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.
- 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.
- Haller, S. (1993): Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität. Überblick zum State of the Art, in: zfbf 45 (1/1993), S. 19-40.
- Gierl, H./Helm, R. (1998): Die Messung der Dienstleistungsqualität. Befunde aus dem Einsatz von Servqual und des zugrundeliegenden Gap-Modells, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nr. 4, S. 256-372.
- Benkenstein, M. (1993): Dienstleistungsqualität. Ansätze zur Messung und Implikationen für die Steuerung, in: ZfB, Jg. 63, H. 11, S. 1095-1116.
- 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.

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstalter &amp; Reisemittler</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder mündliche Prüfung oder Klausur 1h und Kursarbeit	Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallelaufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase. (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. T. Kirstges	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- lernen aufeinander abgestimmte Strategien und Maßnahmen zum erfolgreichen Lenken und Leiten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen.</li> <li>- vertiefen spezielle Management- und Marketingstrategien sowie operative Handlungsansätze zur Optimierung der Wertschöpfungsaktivitäten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern.</li> <li>- lernen spezifische organisatorische und personalwirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen und lösen.</li> <li>- erlernen und nutzen hierzu spezielle Managementtechniken und IT-Tools (z.B. Clusteranalysen im Rahmen der Marktsegmentierung; DTP-Software im Rahmen der Reisekatalogerstellung; Gesprächstechniken im Rahmen der Mitarbeitermotivation etc.)</li> <li>- werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche.</li> <li>- perfektionieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation.</li> <li>- werden so zur Wahrnehmung von Aufgaben des mittleren bis höheren Managements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern befähigt.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktsegmentierung bei Reiseveranstaltern (Varianten, Zielgruppendefinition, Anwendung multivariater Verfahren (insbes. Clusteranalyse)),</li> <li>- spezifisches Marketing, insbes. Reisekataloggestaltung (Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Design, Layout- und Drucktechnik) und Grundzüge des Internets-Marketings;</li> <li>- strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen);</li> <li>- Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM);</li> <li>- Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik;</li> <li>- Yield Management für Reiseveranstalter;</li> <li>- Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR);</li> <li>- Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern;</li> <li>- spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen;</li> <li>- aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					



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  
sowie aktuelle touristische Fachzeitschriften

## Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Tourismuswirtschaft Online					
Interkulturelle Kompetenzen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 142 h Selbststudium 8 h Kontaktzeit
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Klausur 2h oder Kursarbeit oder mündliche Prüfung SL: (PVL: Übung)	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)	A. Menn	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen was die Definition Kultur beinhaltet</li> <li>- 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</li> <li>- 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</li> <li>- sind sich der Möglichkeit eines Kulturschocks bewusst und können Lösungsmöglichkeiten eines Kulturschocks benennen</li> <li>- können unterschiedliche kulturelle Spielregeln sowohl im Privat als auch im Berufsleben benennen und erkennen verbale und nonverbale Kommunikationsmuster</li> <li>- verbessern ihre Englischkenntnisse</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition von Interkultureller Kommunikation,</li> <li>- zentrale Konzepte der Interkulturellen Kommunikation (Kulturbegriff, Einstellungen, Wahrnehmung, Stereotypen),</li> <li>- kulturelle Unterschiede im Bereich der verbalen und nonverbalen Kommunikation,</li> <li>- unterschiedliche kulturelle Konzepte von Zeit, Raum, Macht, Individuum vs. Gruppe, (Un)Sicherheit, Männlich vs. Weiblich, Natur,</li> <li>- Geschäftskommunikation mit Fokus auf Präsentationen und Bewerbungen, Wirtschaftsgeographie, Länderanalysen mit Schwerpunkt Großbritannien, Spanien, Frankreich, China</li> </ul>					
Literatur					
<p>Hiller, Gundula Gwenn (Ed.) (2010): Schlüsselqualifikation interkulturelle Kompetenz an Hochschulen : Grundlagen, Konzepte, Methoden. Wiesbaden: Verl. für Sozialwiss.</p> <p>Losche, Helga (1995): Interkulturelle Kommunikation. Sammlung praktischer Spiele und Übungen. 1. Aufl. Alling: Sandmann (Themenhefte Praktische Erlebnispädagogik).</p> <p>Roth, Juliana (Ed.) (2009): Culture communication skills. Interkulturelle Kompetenz : [Handbook for adult education]. Stuttgart: EduMedia (Xpert Culture Communication Skills).</p> <p>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)</p> <p>Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles (2012): Riding the waves of culture. Understanding diversity in global business. Rev. and updated 3. ed. London: Brealey.</p>					

- 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]).
- Dreyer, W. (Ed.) (2011): Perspektiven interkultureller Kompetenz. Symposium zu Ehren des 70. Geburtstags von Prof. Dr. Alexander Thomas. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Samovar, Larry A.; Porter, Richard E.; McDaniel, Edwin R. (c 2012): Intercultural communication. A reader. 13. ed. Boston, Mass: Wadsworth Cengage Learning.
- Bolten, Jürgen (2007): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB Wirtschaftswissenschaften, Interkulturelle Kommunikation, 2922).
- Robert Gibson (2007): Talking without words. Body language. In Business Spotlight (4), pp. 37–41.
- 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.
- 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 .
- 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
- Schmidt, Patrick L. (2007): In Search of intercultural understanding. A practical guidebook for living and working across cultures. Montreal: Meridian World Press.
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles (2009): Riding the waves of culture. Understanding cultural diversity in business. 2. ed., reprint. with corr. London: Brealey.
- Utley, Derek (2008): Intercultural resource pack. Intercultural communication resources for language teachers. [Nachdr.]. Cambridge: Cambridge Univ. Pr (Cambridge professional series).
- Schroll-Machl, Sylvia (2013): Doing business with Germans. Their perception, our perception. 5. ed. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Heine, Steven J. (2012): Cultural psychology. 2. ed. New York: Norton.

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang: Tourismuswirtschaft Online</b>					
<b>Nachhaltige Wirtschafts- und Tourismusedwicklung</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
5	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					150 h davon 144 h Selbststudium 6 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Tourismuswirtschaft Online		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
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Grundlage für ein nachhaltiges wirtschaftliches Handeln.</li> <li>- kennen die Bedeutung und die Grundlagen wirtschaftsethischer Zusammenhänge.</li> <li>- kennen die Bedeutung von Corporate Social Responsibility.</li> <li>- kennen die unterschiedlichen Begriffe, die im Kontext Nachhaltigkeit verwendet werden.</li> <li>- können die Komponenten des Dreiecks der Nachhaltigkeit inhaltlich darstellen und das darin verborgene Konfliktpotenzial darlegen.</li> <li>- können Zusammenhänge im Dreieck der Nachhaltigkeit erläutern.</li> <li>- können Grundsätze des nachhaltigen wirtschaftlichen Handelns den Grundsätzen eines kurzfristigen, gewinnorientierten wirtschaftlichen Handelns gegenüberstellen und Zusammenhänge erläutern.</li> <li>- kennen die Konzepte und Ideen, die mit Formen des Nachhaltigen Reisens (Sanftes Reisen) verbunden sind.</li> <li>- können verschiedenen Konzepte auf die Branchensegmente der Tourismuswirtschaft (vor allem Beherbergung, Freizeitdienstleister, Reiseveranstaltung, Transportunternehmen, Zielgebiete) übertragen und anwenden.</li> <li>- können die unterschiedlichen Konzepte erläutern und in einem theoretischen Rahmen auf unterschiedliche politische Systeme anwenden (bspw. im europäischen Kontext, Entwicklungsland).</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notwendigkeit eines nachhaltigen Handelns in Wirtschaftssystemen</li> <li>- Grundlagen der Wirtschaftsethik</li> <li>- Inhalte und Bedeutung des Ansatzes der Social Corporate Responsibility und die Umsetzung in der unternehmerischen Praxis</li> <li>- Das Modell des Dreiecks der Nachhaltigkeit und die Wirkungszusammenhänge in dem Modell sowie die Anwendung in den Branchensegmenten der Tourismuswirtschaft</li> <li>- Das Konzept des Klimafußabdrucks und dessen Übertragung auf die verschiedenen Branchensegmente.</li> <li>- Abgrenzung des Begriffs Entwicklungsland und der relevanten Wirtschaftssysteme</li> <li>- Kulturdimensionen und deren Einfluss auf wirtschaftliches Handeln</li> <li>- Formen von nachhaltiger Tourismusedwicklung in Entwicklungsländern und deren Diskussion</li> <li>- Übertragbarkeit von Nachhaltigkeitskonzepten aus dem europäischen Kontext (= entwickelte Länder) auf Entwicklungs- und Schwellenländer</li> <li>- Praktischer Teil auf Basis selbständiger Gruppenarbeiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diskussion von Kriterien zur Bewertung eines nachhaltigen Handelns in unterschiedlichen Branchensegmenten der Tourismuswirtschaft.</li> </ul> </li> <li>- Analyse und Bewertung von Nachhaltigkeitskonzepten einzelner Betriebe und Organisationen</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
<p>Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.; Freizeitwissenschaft – Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, 2012, Oldenbourg</p> <p>Schönenberger, A. (Hrsg.); Müller, H. (Autor); Tourismuspolitik: Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung (Kompaktwissen); 2011; Ruediger Verlag</p>					

## 6. Semester

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

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Praxisprojekt</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
6	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					390 h davon 330 h Praxisphase 60 h Praxisbericht
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		SL: Praxisbericht		Praktische Tätigkeiten in einem Betrieb mit fachlicher Betreuung durch Lehrkraft	
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- erwerben anwendungsbezogene Kenntnisse und praktische Erfahrungen in der Bearbeitung konkreter Probleme im beruflichen Tätigkeitsfeld unter Anleitung.</li> <li>- 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.</li> <li>- reflektieren die im Praxisprojekt gewonnenen Erkenntnisse bei der Erstellung der Bachelorarbeit.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
Abhängig von der thematischen Ausrichtung					
<b>Literatur</b>					
Abhängig von der thematischen Ausrichtung					

<b>Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft</b>					
<b>Studiengang:</b> Tourismuswirtschaft Online					
<b>Bachelor Thesis und Kolloquium</b>					
<b>Semester</b>	<b>Angebotsfrequenz</b>	<b>Dauer</b>	<b>Modulart</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>SWS</b>
6	Jährlich	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
					360 h davon 359 h Selbststudium 1 h Kontaktzeit
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	
Tourismuswirtschaft Online		PL: Bachelorarbeit mit Kolloquium			
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		-			
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Ziel der Bachelorarbeit ist es entsprechend den Zielen des Studiums, in Anwendung des erlernten Instrumentariums, selbstständig und verantwortungsvoll Vorschläge für praktische Probleme zu erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>o zu entwickeln.</li> </ul> </li> <li>- erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen auf den konkretisierten Einzelfall und Problemlösungsweg anzuwenden ("Methodenwissen": Führungswissen, Projektsteuerung, Problemlösungsmethoden, "vernetztes Denken", Denken in verschiedenen Kategorien etc.).</li> <li>- wenden Techniken und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens an.</li> <li>- 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.</li> </ul> <p>Im Bereich der Persönlichkeit sollen folgenden Kompetenzen (= konzeptionelle Kompetenz und Entscheidungskompetenz) erworben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähigkeit, mit unklaren und widersprüchlichen Situationen bzw. mit der offenen Problemstellung einer wissenschaftlich gestützten praktischen Lösung umzugehen. Die Studierenden 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").</li> <li>- Fähigkeit, Entscheidungen i.S.v. Vorschlägen mit unvollständigen Informationen zu treffen</li> <li>- ("offene Probleme").</li> <li>- Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von (Fach-) Wissen und zum Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen im sozialen Kontext der Erstellung der Thesis.</li> <li>- Fähigkeit, Neuerungen zu entwickeln und um- und durchzusetzen.</li> <li>- Umstellungsfähigkeit, um sich in neuen Situationen zurechtzufinden, auch wenn diese unbekannt oder ungewohnt Handlungsmuster erfordern.</li> </ul>					
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>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.</p> <p>Durch die mündliche studienabschließende Prüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbstständig 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.</li> </ul>					
<b>Literatur</b>					
Abhängig von der thematischen Ausrichtung der Bachelorarbeit					