

Modulhandbuch Internationales Tourismus-Management Bachelor

erzeugt am 06.03.2020,14:39

Studienleiter	Prof. Dr. Achim Schröder
stellv. Studienleiter	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Prüfungsausschussvorsitzender	Prof. Dr. Leonhard Firlus
stellv. Prüfungsausschussvorsitzender	Prof. Dr. Hellen Gross

Internationales Tourismus-Management Bachelor Pflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Academic Presentation and Communication	BITM-352	3	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Academic Reading and Writing	BITM-452	4	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Advanced Business English	BITM-252	2	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Akteure der Tourismuswirtschaft	BITM-331	3	4V	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik	BITM-521	5	4V international course	5	Prof. Dr. Markus Münter
Bachelor-Abschlussarbeit	BITM-691	6	-	12	Prof. Dr. Achim Schröder
Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung	BITM-412	4	4V	5	Prof. Dr. Christoph Freichel
Business English	BITM-152	1	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Business Skills und Office Management	BITM-281	2	4SU	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Digitalisierung im Tourismus	BITM-531	5	2V+2PA	5	Prof. Dr. Achim Schröder

El español de los negocios 1	BITM-172	1	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
El español de los negocios 2	BITM-272	2	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
El español de los negocios 3	BITM-372	3	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
El español de los negocios 4	BITM-472	4	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Grundlagen BWL	BITM-110	1	4V	5	Prof. Dr. Hellen Gross
Grundlagen Recht	BITM-130	1	4V	5	Prof. Dr. Sybille Neumann
Grundlagen Tourismuswirtschaft	BITM-112	1	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Interkulturelle Kompetenz	BITM-430	4	4SU international course	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Internationales Vertragsrecht	BITM-421	4	2V international course	2,5	Prof. Dr. Sybille Neumann
Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager	BITM-420	4	4V	5	Prof. Dr. Sybille Neumann
Investition und Finanzierung	BITM-410	4	4V	5	Prof. Dr. Matthias Gröhl
Jahresabschluss	BITM-210	2	4V	5	Prof. Dr. Günter Pochmann
Kolloquium	BITM-693	6	2C	3	Prof. Dr. Achim Schröder
Kostenrechnung im Tourismus	BITM-115	1	4V	5	Prof. Dr. Michael Zell
Le français des affaires 1	BITM-162	1	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Le français des affaires 2	BITM-262	2	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Le français des affaires 3	BITM-362	3	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Le français des affaires 4	BITM-462	4	4VU	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Makroökonomie	BITM-350	3	4V international course	5	Prof. Dr. Leonhard Firlus
Management in der Tourismuswirtschaft	BITM-320	3	4VU+4S international course	10	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Marketing und Marktforschung im Tourismus	BITM-240	2	2V+2VU	5	Prof. Dr. Hellen Gross
Mathematik	BITM-141	1	4V+2U	5	Prof. Dr. Teresa Melo
Mikroökonomie	BITM-340	3	4V international course	5	Prof. Dr. Markus Münter
Nachhaltigkeit im Tourismus	BITM-511	5	4SU international course	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Praktische Studienphase	BITM-690	6	12P	15	Prof. Dr. Achim Schröder
Recht für Tourismusmanager	BITM-422	4	2V	2,5	Prof. Dr. Sybille Neumann
Statistik	BITM-231	2	4V+2U international course	5	Prof. Dr. Teresa Melo
Tourismusgeografie	BITM-581	5	4SU international course	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Wirtschaftsrecht	BITM-220	2	4V	5	Prof. Dr. Sybille Neumann

(39 Module)

Internationales Tourismus-Management Bachelor

Wahlpflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Destinationsmanagement	BITM-W-01	-	4SU	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Freizeit-, Sport-, Adventure-Management	BITM-W-03	-	4SU	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Hotelmanagement	BITM-W-04	-	4SU	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Kulturmanagement	BITM-W-06	-	4SU international course	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
MICE-Management	BITM-W-07	-	4SU	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Mobilitätsmanagement	BITM-W-08	-	4SU	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Reiseveranstaltung	BITM-W-09	-	4SU international course	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Tourismussoziologie und -psychologie	BITM-W-12	-	4SU	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

(8 Module)

Internationales Tourismus-Management Bachelor Pflichtfächer

Academic Presentation and Communication

Modulbezeichnung: Academic Presentation and Communication
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-352
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-352 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[*letzte Änderung 06.03.2020*]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die wichtigsten akademischen Soft Skills für sich umzusetzen (z.B. Zeitmanagement, Lesefertigkeit, kritisches Denken und Problemlösungsstrategien)
- den in ihren jeweiligen akademischen Bereichen relevanten Wortschatz und die entsprechenden Strukturen anzuwenden
- die Aussprache schwieriger Wörter auf dem Gebiet des Wissenschafts-Vokabulars zu beherrschen bzw. sich jene anzueignen
- authentische mündliche Texte, z.B. Vorlesungen, für die Verbesserung der eigenen Sprachbeherrschung zu nutzen
- an internationalen akademischen Kontexten - z.B. Gruppendiskussionen auf Englisch oder am Englischen orientierten Seminarsituationen - aktiv teilzunehmen
- ihre eigenen Vorstellungen und Ideen präzise zu formulieren
- recht komplexe (wissenschaftliche) Zusammenhänge in mündlicher Form verständlich und detailliert zu beschreiben und (in Ansätzen) zu analysieren
- die grundlegenden, wissenschaftlich relevanten Präsentationstechniken einzuschätzen und anzuwenden
- die Struktur akademischer Präsentationen zu erkennen und praktisch umzusetzen
- eine an wissenschaftlichen Prinzipien orientierte (Kurz)Präsentation zu halten

[*letzte Änderung 14.12.2019*]

Inhalt:

- Berücksichtigung der Sprech- und der Hörverstehensfertigkeit
- Orientierung an der akademischen Realität der Studierenden
- Wortschatz, Grammatik und Wendungen, die für das wissenschaftliche Englisch der Studierenden von Relevanz sind
- Relevante akademische Textsorten (z.B. Vorlesungen, Diskussionen) und deren Nutzung als Lernmaterialien
- Wissenschaftliche Arbeitstechniken

[*letzte Änderung 14.12.2019*]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computer-Sprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Video, Radio, wissenschaftliche Literatur, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen, unterrichtlichen Kommunikationssituation in der Fremdsprache

[letzte Änderung 06.03.2020]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Wirtschaftsbezogene Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 06.03.2020]

Academic Reading and Writing

Modulbezeichnung: Academic Reading and Writing
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-452
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-452 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die wesentlichen Regeln wissenschaftlicher Texterstellung zu erkennen und anzuwenden
- relevante wissenschaftliche Quellen produktiv zu verwenden
- authentische schriftliche Texte für eine stetige Verbesserung ihres eigenen wissenschaftlichen Englisch zu nutzen
- relevante inhaltliche Kriterien der Bewertung wissenschaftlicher Aufsätze auf die eigene wissenschaftliche Textproduktion anzuwenden
- wissenschaftliche Fakten systematisch zu strukturieren
- die grundlegenden Regeln des wissenschaftlichen Schreibens im Englischen zu durchdringen und diese aktiv anzuwenden
- ihre Fertigkeiten im wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren zu verbessern und relevante Situationen des Englischen als Wissenschaftssprache zu meistern
- einen kurzen Fachaufsatz nach wissenschaftlichen Kriterien zu erstellen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

- Berücksichtigung der Lese- und der Schreibfertigkeit
- Orientierung an der akademischen Realität der Studierenden
- Wortschatz, Grammatik und Wendungen, die für das wissenschaftliche Englisch der Studierenden von Relevanz sind
- Relevante akademische Textsorten (z.B. Abstracts, wissenschaftliche Aufsätze, Rezensionen) und deren Nutzung als Lernmaterialien
- Wissenschaftliche Arbeitstechniken

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computer-Sprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Video, Radio, wissenschaftliche Literatur, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen, unterrichtlichen Kommunikationssituation in der Fremdsprache

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Wirtschaftsbezogene Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der
Zielsprachenländer

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und
Grammatik

Internetressourcen

[*letzte Änderung 06.03.2020*]

Advanced Business English

Modulbezeichnung: Advanced Business English
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-252
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Erforderliche Studienleistungen (gemäß ASPO): Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-252 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- fortgeschrittene Leseverstehentechniken anzuwenden
- längere schriftliche fremdsprachige Texte mit wirtschaftlichen bzw. touristischen Inhalten zu rezipieren und die darin versprochenen Gesichtspunkte - sowohl mit Blick auf das Global- als auch das Detailverstehen - zu dekodieren
- wirtschaftlich sowie touristisch relevantes Vokabular zu erwerben und danach produktiv in eigenen gesprochenen und geschriebenen Texten zu verwenden
- sich mit interkulturellen Besonderheiten der Länder der Zielsprache vertieft auseinanderzusetzen
- die erworbene interkulturelle Sensibilisierung auf eine erhebliche Bandbreite konkreter Situationen der Begegnung mit Vertretern und Vertreterinnen dieser Kulturen anzuwenden und kommunikativ adäquat umzusetzen
- relevante gesprochene und geschriebene Textsorten des Wirtschaftsenglischen in ihren intellektuell zu durchdringen und konkrete Beispiele dieser selbständig zu verstehen

[letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

Übungen zum (fachorientierten) Leseverstehen

Vertiefte Behandlung von an der (Tourismus-)Wirtschaft orientierten Fragestellungen

Behandlung berufsrelevanter Aspekte des Leseverstehens

Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten

Behandlung ausgewählter fachsprachlich relevanter grammatischer Feinheiten

Fortgesetzter Aufbau des fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video,

Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der

Unterrichtssituation

[letzte Änderung 06.03.2020]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Wirtschaftsbezogene Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 06.03.2020]

Akteure der Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Akteure der Tourismuswirtschaft
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-331
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-331 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-430 Interkulturelle Kompetenz
BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus
BITM-531 Digitalisierung im Tourismus
BITM-581 Tourismusgeografie
BITM-690 Praktische Studienphase
BITM-W-01 Destinationsmanagement
BITM-W-03 Freizeit-, Sport-, Adventure-Management
BITM-W-04 Hotelmanagement
BITM-W-07 MICE-Management
BITM-W-08 Mobilitätsmanagement
BITM-W-09 Reiseveranstaltung
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Prof. Dr. Achim Schröder
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden können:

- Akteure der Tourismuswirtschaft (im engeren und im weiteren Sinne) benennen,
- Angebote, Strukturen und Marktformen der wesentliche Akteure der internationalen Tourismuswirtschaft darstellen,
- die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismuswirtschaft im In- und Ausland aufzeigen,
- einen Bezug zwischen der aktuellen Marktsituation, Tourismuswirtschaft und den wesentlichen Rahmenbedingungen herstellen,
- ökologische, soziokulturelle und ökonomische Folgen des Tourismus beschreiben.

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

- Systematisierung und Struktur der Akteure der Tourismuswirtschaft
 - Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen der Tourismuswirtschaft
 - Aktuelle Marktsituation und Trends bei Akteuren der Tourismuswirtschaft, z. B. Hotellerie und Gastronomie, Reisemittler und -veranstalter, Verkehrsträger und -infrastrukturanbieter, Destinationen, Eventveranstalter, Online-Plattformen
 - Tourismuspolitische Akteure (national und international)
 - Tourismus und Nachhaltigkeit
- [letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung

[letzte Änderung 13.12.2019]

Literatur:

Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.), Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, Oldenbourg, München, Wien, aktuellste Auflage

Freyer, W. (Hrsg.), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, aktuellste Auflage.

Holloway, C., The Business of Tourism, Pearson, aktuellste Auflage

Page, J.P.; Connell, J.: Tourism. A Modern Synthesis, aktuellste Auflage

Schulz, A., Berg, W., Gardini, M. A., Kirstges, T., Eisenstein, B., Grundlagen des Tourismus.

Lehrbuch in 5 Modulen, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage

Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 13.12.2019]

Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung: Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-521
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-521 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 5. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-130 Grundlagen Recht BITM-340 Mikroökonomie BITM-350 Makroökonomie BITM-422 Recht für Tourismusmanager [letzte Änderung 06.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Markus Münter

Dozent: Prof. Dr. Markus Münter

[letzte Änderung 25.11.2019]

Lernziele:

Learning outcomes:

Students have a sound overview of the fundamentals of international economics and economic policy and can describe and analyze the impact of international trade and its interplay with economic policy in a differentiated manner, in particular to

explain the effects of trade, money and technology in international markets and on patterns of international

trade,

explain and evaluate different international policy regimes and free trade agreements,

apply insights from international macroeconomic policy to develop sustainable corporate strategies,

understand the role of government interventions in markets

identify and explain market failure and restraints to competition,

be able to assess from a management perspective whether and why corporate strategies conflict with

competition policy.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Inhalt:

Contents:

International economics

Patterns of trade in a global economy

Trade, technology and resources

International trade policies and exchange rate regimes

International macroeconomic policy

Economic policy

Competition and market failure

Fundamentals of economic policy

Regulation and antitrust

Dominant firms and restraints to competition

Collusion and cartels

[letzte Änderung 09.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Lectures, exercises, case studies.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Literatur:

International economics

Feenstra, R.C. and Taylor, A.M., International economics, New York 2017.

Krugman, P.R., Obstfeld, M. and Melitz, M.J., International economics: theory and policy, London 2018.

Economic policy

Kwoka, J.E. and Lawrence J. White, L.J., The antitrust revolution: economics, competition, and policy, London 2018.

Motta, M., Competition Policy: Theory and Practice, London 2004.

Church, J. R. and Ware, R. Industrial organization: a strategic approach, Boston 2000.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Bachelor-Abschlussarbeit

Modulbezeichnung: Bachelor-Abschlussarbeit
Modulbezeichnung (engl.): Bachelor Thesis
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-691
SWS/Lehrform: -
ECTS-Punkte: 12
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Erforderliche Studienleistungen (gemäß ASPO): Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelor-Abschlussarbeit ist mindestens das Bestehen der Modulprüfungen aus den ersten drei Semestern des Studiengangs im Umfang von 90 ECTS-Punkten. Über begründete Ausnahmefälle entscheidet der Prüfungsausschuss (§ 39 (2) ASPO).

Prüfungsart:

Die Bachelor-Abschlussarbeit ist eine besondere Prüfungsleistung gemäß § 39 ASPO.

Bachelor-Abschlussarbeit gemäß ASPO § 37ff. sowie Anlage ASPO 1.8:

- (1) Zur Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Arts (B.A.) ist eine Abschlussarbeit anzufertigen. Sie soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine der Qualifikationsstufe entsprechende fachliche Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
- (2) Es besteht die Möglichkeit, die Bachelor-Abschlussarbeit in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Institutionen, Organisationen sowie Forschungseinrichtungen zu bearbeiten.
- (3) Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelor-Abschlussarbeit ist mindestens das Bestehen der Modulprüfungen aus den ersten drei Semestern des Studiengangs im Umfang von 90 ECTS-Punkten. Über begründete Ausnahmefälle entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (4) Die Bearbeitungszeit der Bachelor-Abschlussarbeit beträgt 12 Wochen.
- (5) In Zusammenhang mit der Bachelor-Abschlussarbeit findet ein Kolloquium statt. Im Rahmen des Kolloquiums stellen die Studierenden ihre grundlegenden Ergebnisse der Abschlussarbeit vor und verteidigen diese. Das Kolloquium wird bewertet.
- (6) Die Abschlussarbeit ist in einer der Unterrichtssprachen des Studiengangs (Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch) zu verfassen.

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-691 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-691 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-691 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-691 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 6. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 360 Arbeitsstunden.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelor-Abschlussarbeit ist mindestens das Bestehen der Modulprüfungen aus den ersten drei Semestern des Studiengangs im Umfang von 90 ECTS-Punkten. Über begründete Ausnahmefälle entscheidet der Prüfungsausschuss (§ 39 (2) ASPO).

[letzte Änderung 11.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Professoren der Fakultät
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Zur Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Arts (B.A.) ist eine Abschlussarbeit anzufertigen.

Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine der Qualifikationsstufe entsprechende fachliche Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten (vgl. § 39 (1) ASPO und Anlage ASPO 1.8).

[letzte Änderung 11.12.2019]

Inhalt:

Die Ausgabe der Bachelor-Abschlussarbeit erfolgt spätestens neun Monate nach Abschluss der Pflichtmodule und ggf. erfolgreichem Abschluss der praktischen Studienphase auf Vorschlag der Betreuerin/des Betreuers über den Prüfungsausschuss. Der Studierende kann Themenwünsche äußern. Das Thema kann einmal und nur innerhalb von vier Wochen nach Ausgabe zurückgegeben werden (§ 39 (3) ASPO),

Die Studierenden werden von Professorinnen und Professoren der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften individuell betreut. Inhaltlich befassen sich die Fragestellungen in der Regel mit Themen aus dem Bereich Internationales Tourismus-Management bzw. Wirtschaftswissenschaften.

[letzte Änderung 11.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Die Bachelor-Abschlussarbeit ist eine besondere Prüfungsleistung (§ 39 (1) ASPO). Sie soll zeigen, dass die Studierenden Studierende in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine fachliche Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten (§ 39 (1) ASPO).

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (insbesondere § 39 Bachelor-Abschlussarbeit).

Anlage zur Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung Bachelor Internationales Tourismus-Management (insbesondere 1.8).

Leitfaden zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (Deutsch/Französisch/Englisch):

<https://www.htwsaar.de/wiwi/studium/service/Formulardownload/formulardownload>

Berger, H. (2019): Schritt für Schritt zur Abschlussarbeit : gliedern, formulieren, formatieren. Paderborn : Ferdinand Schöningh.

Disterer, G.: Studien- und Abschlussarbeiten schreiben : Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler. Aktuelle Auflage

Krüger, N. (2019): Schreibe Deine beste Hausarbeit in Wirtschaftswissenschaften: kein Bock? Schau Dir an, wie Du die Sache zum Laufen kriegst. (ZBW - Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft)

https://www.econbiz.de/eb/fileadmin/ik_broschuere/schreibe_deine_beste_hausarbeit_booklet.pdf

Oehrich, M.: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben : Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin, Heidelberg : Springer. Aktuelle Auflage

Themenspezifische Literatur, z.B.:

- Lehrbücher
- wissenschaftliche Monographien
- Sammelwerke
- Fachzeitschriftenbeiträge/Journals
- Internet-Beiträge (z. B. Tagungsbeiträge, Unternehmensinformationen, Forschungspapiere von Hochschulen, Vortragsfolien)

Hinweise zur themenspezifischen Literatur siehe Literatur der jeweiligen Module des Studiengangs.

[letzte Änderung 11.12.2019]

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung

Modulbezeichnung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung
Modulbezeichnung (engl.): Business Taxation and Aspects of International Corporate Taxation
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-412
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO406 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 4. Semester, Pflichtfach BITM-412 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 4. Semester, Pflichtfach BITM-412 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach BITM-412 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-412 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Christoph Freichel

Dozent:

Prof. Dr. Christoph Freichel

Lehrbeauftragte

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sollten am Ende der Veranstaltung in der Lage sein,

- den Begriff "Steuern" zu definieren, zwischen verschiedenen Steuerarten zu unterscheiden und die wichtigsten
 - Besteuerungsbegriffe zu kennen,
- die sieben Einkunftsarten mit ihren Besonderheiten wiederzugegeben,
- die persönliche Einkommensteuerberechnung durchzuführen sowie zwischen Verlustvorträgen und Verlustrückträgen zu unterscheiden,
- Unterschiede in der Ertragsbesteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften aufzuzeigen sowie einen
 - Steuerbelastungsvergleich zu rechnen,
- mit Sondertarifen der §§ 34 ff. EStG umgehen zu können,
- Charakteristika und Wesensmerkmale der Körperschaftssteuer wiederzugegeben,
- Charakteristika und Wesensmerkmale der Gewerbesteuer wiederzugegeben und die Gewerbesteuer zu berechnen,
- mit den Grundzügen der Umsatzsteuer umzugehen,
- Besonderheiten der Steuerlehre im Tourismus zu erläutern,
- Prinzipien des Internationalen Steuerrechtes auf unterschiedliche Problemstellungen anzuwenden.

[letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

- Allgemeine Steuerlehre
 - Einkommensteuer
 - Körperschaftsteuer
 - Gewerbesteuer
 - Umsatzsteuer
 - Besonderheiten der Steuerlehre im Tourismus
 - Internationales Steuerrecht
- [letzte Änderung 16.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Fallstudien
[letzte Änderung 05.09.2011]

Sonstige Informationen:

Zu den Veranstaltungen sind aktuelle Steuergesetze mitzubringen!
[letzte Änderung 08.10.2018]

Literatur:

Freichel et al.: Ertragsteuern, 6. Aufl., München.
Brähler: Internationales Steuerrecht, 8. Aufl., Wiesbaden.
[letzte Änderung 08.10.2018]

Business English

Modulbezeichnung: Business English
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-152
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-152 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- relevante Leseverstehenstechniken anzuwenden
- kürzere und mittellange schriftliche fremdsprachige Texte mit wirtschaftlichen bzw. touristischen Inhalten zu rezipieren und die wesentlichen darin versprachlichten Gesichtspunkte zu verstehen
- wirtschaftlich sowie touristisch relevantes Vokabular zu erwerben
- sich mit interkulturellen Besonderheiten der Länder der Zielsprache intellektuell auseinanderzusetzen
- die erworbene interkulturelle Sensibilisierung auf ausgewählte Situationen der Begegnung mit Vertretern und Vertreterinnen dieser Kulturen anzuwenden und kommunikativ weitgehend einvernehmlich umzusetzen
- relevante gesprochene und geschriebene Textsorten des Wirtschaftsenglischen in ihren grundlegenden Wesenszügen zu durchdringen und ausgewählte Beispiele dieser unter Anleitungen zu verstehen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum (fachorientierten) Leseverstehen
Vertiefte Behandlung von an der (Tourismus-)Wirtschaft orientierten Fragestellungen
Behandlung berufsrelevanter Aspekte des Leseverstehens
Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten
Behandlung ausgewählter fachsprachlich relevanter grammatischer Feinheiten
Fortgesetzter Aufbau des fachsprachlichen Wortschatzes
[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 06.03.2020]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Wirtschaftsbezogene Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Business Skills und Office Management

Modulbezeichnung: Business Skills und Office Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-281
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation + Klausur (1:1; Klausur 60 Minuten; Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-281 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 06.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-531 Digitalisierung im Tourismus [letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Lehrbeauftragte

Marcus Bauer

Dozenten des Studiengangs

Dipl.-Sportwiss. Susanne Seeliger

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Studierende, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben können

- die Techniken wissenschaftlichen Arbeitens verstehen und anwenden
- selbstständig im Studium arbeiten und sich neues Wissen eigenständig aneignen
- Powerpoint-Präsentationen erstellen
- mit Office Management arbeiten und sich effizient auf Prüfungen vorbereiten

Business Skills:

Studierende, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben:

- verfügen über die Kenntnis verschiedener Kommunikationsinstrumente/-modelle anzuwenden
- sind in der Lage die zentralen Gestaltungsmerkmale der Kommunikation zu benennen und zu erklären
- sind fähig zwischenmenschliche Kommunikation zu analysieren, aktiv zu gestalten und zu leiten
- kennen durch eigene Erfahrung die Vor- und Nachteile verschiedener Präsentationsstile und -techniken
- haben unterschiedliche Aspekte der Moderation verinnerlicht
- verfügen über die Fähigkeit die Besonderheiten von Kommunikations- und Präsentationssituationen im betriebswirtschaftlichen Umfeld von denen anderer Umfeldler zu unterscheiden und wissen darauf angemessen einzugehen, um ihre Ziele zu realisieren.

[letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

1. Arbeits- und Lerntechniken / Wissenschaftliches Arbeiten

- Wissenschaftliche Recherche in der Bibliothek und im Internet
- pyramidales Denken und zielgerichtet Kommunizieren
- Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
- moderne Präsentationstechniken
- Präsentation mit PowerPoint / Office Management
- Organisation des Studiums
- Zeitmanagement
- Lerntechniken
- Prüfungsvorbereitung
- Bewerbungsgespräche

2. Business Skills

- Grundlagen der Kommunikation
- Kommunikationstheorien
- Kommunikation im betriebswirtschaftlichen Umfeld
- Präsentationstechniken
- Moderation und Mediation
- Grundlagen der Rhetorik
- überzeugende Argumentation
- freier Vortrag
- Körpersprache

3. Office Management

- Präsentationsprogramm: Präsentationen erstellen und vorführen, Formatierungen und Layout, Grafiken und andere Objekte, Vorlagen erstellen und wiederverwenden
- Textverarbeitung: Geschäftsbriefe, Gliederung und Formatierung großer Dokumente, Tabellen und Grafiken, Zitieren und Fußnoten, Verzeichnisse
- Tabellenkalkulation: Grundlagen, Formeln, Funktionen, Datum und Zeit, Diagramme, Bearbeitungstechniken, Konsolidierung, Pivot-Analyse

[letzte Änderung 16.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Interaktive Veranstaltung mit starker Beteiligung der Studierenden, Diskussionen, Partner- und Gruppenarbeiten, Übungen und Rollenspiele, Referate, freie Vorträge, Einsatz von Video- und Kamertechnik.

Einsatz von PC-Labor und Fallstudien/Beispielen am PC; Einzel- und Gruppenarbeiten am PC

[letzte Änderung 06.03.2020]

Literatur:

Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuellste Auflage, München
Rossig, W. und Pättsch, J.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuellste Auflage, Hamburg
Metzger, Ch.: Lern- und Arbeitsstrategien, aktuellste Auflage, Aarau/Schweiz
Metzig, W. und Schuster, M.: Lernen zu lernen, aktuellste Auflage, Berlin, Heidelberg
Hartmann, M., Funk, R. und Nietmann, H.: Präsentieren, aktuellste Auflage, Weinheim, Basel
Lemmermann, H. Praxisbuch Rhetorik, neueste Auflage, mgv Verlag
Molcho, S., Alles über Körpersprache, neueste Auflage, Mosaik Verlag
Thiele, A., Argumentieren unter Stress, neueste Auflage, dtv
Vogt, G., Erfolgreiche Rhetorik, neueste Auflage, Oldenbourg-Verlag
Bossert, T.: PowerPoint für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim
Von Braunschweig, C., Spieß, S., Stulle, K.: Word 2010 für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim, 2010.
Wies, P.: Excel für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim
Wies, P.: Excel für Windows Fortgeschrittene Techniken, Herdt-Verlag

insbesondere Business Skills:

- Seibert, J. W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, erw. 30. Aufl., Gabal 2012
- Molcho, Samy: Das ABC der Körpersprache, Ariston 2011.
- Ebel, H.F. / Bliefert, C. / Kellersohn, A.: Erfolgreich kommunizieren Ein Leitfaden für Ingenieure, 1. Auflage, Wiley VCH Verlag 2000.
- Meinholz, Heinz et al.: Führungskraft Ingenieur, Teubner 2010.
- Tenopir; Carol, Communication Patterns of Engineers; John Wiley & Sons 2004.
- Watzlawick, P., et al., Menschliche Kommunikation, 12. Auflage, Huber 2011.
- Schulz von Thun, Friedemann et al., Miteinander reden - Kommunikationspsychologie für Führungskräfte; ROWOHLT 2008.
- Hackenberg, W., et.al.: Key Message. Business Presentations with Structure, Haufe 2011.
- Bohinc, T.: Kommunikation im Projekt, Gabal 2014.
- Bohinc, T.: Führung im Projekt, Springer Gabler 2012.
- Henkel, P.: Besser wirken, mehr bewirken! So überzeugen Sie Kunden und Geschäftspartner mit professionellen Präsentationen, Springer Gabler 2014.
- Birkenbihl, V.F.: Kommunikationstraining. Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten. mvg Verlag 2017.

[letzte Änderung 16.12.2019]

Digitalisierung im Tourismus

Modulbezeichnung: Digitalisierung im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-531
SWS/Lehrform: 2V+2PA (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur + Projektarbeit (1:1; Klausur 60 Minuten; Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-531 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 5. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-281 Business Skills und Office Management BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 06.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder (Vorlesung)

Marcus Bauer (Projektarbeit)

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein,

- Tourismus als Informationsgeschäft zu charakterisieren,
- die Bedeutung der Digitalisierung im Tourismus auszudrücken und Zusammenhänge zu identifizieren,
- Grundzüge des Informationsmanagements touristischer Leistungsanbieter sowie von Reiseveranstaltern und -mittlern aufzuzeigen,
- wesentliche Ausprägungen der Digitalisierung in der Tourismusbranche zu beschreiben und sich in grundlegende Anwendungsfälle von Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme im einzuarbeiten,
- Konsequenzen aktueller Trends und zukünftiger Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung für den Tourismus abzuschätzen,
- zu einer spezifischen Frage- bzw. Problemstellung im Team ein Konzept zu entwickeln, dessen Umsetzung zu organisieren sowie die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren.

[letzte Änderung 11.12.2019]

Inhalt:

- Tourismus als Informationsgeschäft
- Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme(z.B. Amadeus, Galileo, Micros, Sabre, Worldspan)
- Informations- und Marketingmanagementsysteme bei touristischen Leistungsanbietern, Reiseveranstaltern und Reisemittlern
- Digitalisierung und digitaler Wandel bei touristischen Leistungsanbietern, Reiseveranstaltern und Reisemittlern sowie Destinationen
- Die Customer Journey im digitalen Zeitalter
- Aktuelle Trends und zukünftige Entwicklungen

- Content Management Systeme

[letzte Änderung 11.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit Diskussion

Projektarbeit

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Becker, W.: Geschäftsmodelle in der digitalen Welt : Strategien, Prozesse und Praxiserfahrungen, Wiesbaden, 2019

Bieger, T./ Beritelli, P./ Lesser, C.: Wettbewerb und Digitalisierung im alpinen Tourismus : Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2017/2018, Berlin, 2018

Deutscher Tourismusverband e.V.: Tourismus Digital.
http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Newsletter/Digitaler_Leitfaden.pdf

Groß, S.: Wandel im Tourismus. Internationalität, Demografie und Digitalisierung, Berlin, 2019
Hoppe, M.: Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft: Trends und Folgewirkungen Erfahrungen aus der Hotellerie und von Reiseveranstaltern, Stuttgart, 2018

Horster, E.: Suchmaschinenmarketing im Tourismus: Digitales Tourismusmanagement. UTB, 2014

Landvogt, M.; Brysch, A.; Gardini, M.: Tourismus E-Tourismus M-Tourismus, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2017

Neugebauer, R.: Digitalisierung Schlüsseltechnologien für Wirtschaft und Gesellschaft, München, 2018

Robra-Bissanz, S.: Digital Customer Experience : Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten, Wiesbaden, 2019

Schulz, A, Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.): eTourismus: Prozesse und Systeme: Informationsmanagement im Tourismus (Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit). De Gruyter Oldenbourg. Aktuelle Auflage
[letzte Änderung 11.12.2019]

El español de los negocios 1

Modulbezeichnung: El español de los negocios 1
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-172
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Spanisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-172 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die spanische Allgemeinsprache in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten (Sprechen, Schreiben, Hören und Lesen) in weiten Teilen verständlich und kommunikativ mehrheitlich angemessen zu handhaben

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus in ausgewählten, für sie relevanten Sachbereichen weitgehend angemessen zu beherrschen

- wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der zielsprachlichen Landeskunde zu benennen und darüber zu reflektieren

- auf der Basis dieser Reflexionen unter Anleitung grundlegende, interkulturell potentiell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu identifizieren

- ausgewählte Situationen der späteren Berufsrealität sprachlich zu antizipieren und somit die Voraussetzungen für deren künftige berufliche Bewältigung zu schaffen

- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität in ihren Grundzügen unter Anleitung zu erarbeiten

- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in mehrheitlich verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus

Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

El español de los negocios 2

Modulbezeichnung: El español de los negocios 2
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-272
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Spanisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-272 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die spanische Allgemeinsprache in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten (Sprechen, Schreiben, Hören und Lesen) größtenteils verständlich und kommunikativ weitgehend angemessen zu handhaben

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus in einzelnen relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen

- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der zielsprachlichen Landeskunde zu reflektieren und in der Gruppe zu diskutieren

- auf der Basis dieser Reflexionen unter Anleitung grundlegende, interkulturell potentiell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu identifizieren und ihre eigene Position zu jenen zu versprachlichen

- eine erweiterte Auswahl an Situationen der späteren Berufsrealität sprachlich zu antizipieren und somit die Voraussetzungen für deren künftige berufliche Bewältigung zu schaffen

- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität unter Anleitung zu erarbeiten

- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in weitgehend verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus

Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

El español de los negocios 3

Modulbezeichnung: El español de los negocios 3
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-372
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Spanisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-372 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus und in mehreren relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen
- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der zielsprachlichen Landeskunde in der Gruppe zu diskutieren und dabei in informierter Form ihre eigene Meinung zu vertreten
- auf der Basis dieser Reflexionen grundlegende, interkulturell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu hinterfragen und ihre eigene Position zu diesen begründet zu versprachlichen
- eine immer weitergehende Abdeckung von Situationen der späteren Berufsrealität unter Anleitung sprachlich zu erarbeiten
- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität immer selbständiger zu erarbeiten
- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus

Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

El español de los negocios 4

Modulbezeichnung: El español de los negocios 4
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-472
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Spanisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-472 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus und in zahlreichen relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen
- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der Zielsprachlichen Landeskunde für die Ausbildung der eigenen Meinung und zur Vorbereitung von Gruppendiskussionen in der Zielsprache selbständig Informationsrecherche zu betreiben
- interkulturell sensible Kommunikationsbereiche mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu hinterfragen und ihre eigene Position zu diesen fundiert zu verbalisieren
- eine immer weitergehende Abdeckung von Situationen der späteren Berufsrealität selbständig sprachlich zu erarbeiten
- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität selbständig zu erarbeiten
- Präsentationen in der Fremdsprache selbständig vorzubereiten und diese kommunikativ adäquat zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)
Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters
Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen
Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen
Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus
Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes
Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Grundlagen BWL

Modulbezeichnung: Grundlagen BWL
Modulbezeichnung (engl.): Principles of Business Administration
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-110
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-110 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 1. Semester, Pflichtfach BITM-110 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach BITM-110 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 1. Semester, Pflichtfach BITM-110 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-210 Jahresabschluss

BITM-410 Investition und Finanzierung

BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus

[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Hellen Gross

Dozent: Prof. Dr. Hellen Gross

[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung in der Lage sein,

Einführung BWL

- den Gegenstand wirtschaftlicher Entscheidungen zu erklären
- den Managementprozess (bestehend aus den Funktionen Planung, Organisation, Führung und Kontrolle) in seiner Gesamtheit zu erläutern
- die Besonderheiten des strategischen Führungsprozesses zu erklären
- ausgewählte Modelle zur Situationsanalyse und zur Generierung von Strategien zu beschreiben und auf einen Praxisfall anzuwenden
- Sinn und Zweck betriebswirtschaftlicher Kennzahlen zu erläutern und wichtige Kennzahlen anzuwenden und zu beurteilen
- aktuelle Herausforderungen (z. B. Globalisierung) und Anwendungsbereiche des Managements und der Managementlehre zu diskutieren
- Bezüge zu tourismusspezifischen und internationalen Besonderheiten der BWL zu erläutern

Technik der Buchführung

- zu erläutern, wie die wirtschaftliche Realität im Innenbereich des Unternehmens und im Außenverhältnis zu Beschaffungs-, Absatz- und Finanzmärkten in den Zahlen des Unternehmens ihren Niederschlag findet.
- die Struktur einer Bilanz und einer Ergebnisrechnung erklären zu können
- den Zusammenhang zwischen Ergebnisrechnung und Bilanz darzustellen
- das Verrechnungssystem der Umsatzsteuer nachzuvollziehen

[letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

Einführung BWL

- Grundbegriffe und Grundzusammenhänge der BWL
- Überblick zu Begriffen, Funktionen und Rechtsformen
- Anwendung der SWOT Analyse auf einen Praxisfall
- Betriebliche Kennzahlen zur Messung bspw. zu Rentabilität und Liquidität
- Strategische Unternehmensführung und Strategie-Ansätze
- Planung, Entscheidung und Kontrolle betriebswirtschaftlicher Prozesse
- Grundlagen des Finanzmanagements

Buchführung

- Grundbegriffe des Rechnungswesens: Ein-/Auszahlung, Einnahme/Ausgabe, Aufwand/Ertrag
 - Betriebliches Kontensystem, Aktiv- und Passivkonten, Aufwands- und Ertragskonten
 - Abbildung von Transaktionen der Anlagenwirtschaft, der operativen Tätigkeit und der Finanzierungstätigkeit
 - Abschlussbuchungen im Bereich der Periodenabgrenzung, der Bewertungen und Rückstellungen
 - Kontenabschlüsse und Saldenübertragungen in Bilanz und GuV
- [letzte Änderung 10.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Übungen und Diskussion mit Studierenden sowie Präsentationen durch Studierende

[letzte Änderung 01.09.2011]

Literatur:

Einführung BWL

- Beschorner, D. / Peemöller, V. H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., Herne/Berlin
- Jung, H., Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., München
- Olfert, H. / Rahn H.J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., Ludwigshafen
- Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., München und Wien
- Schmalen, H / Pechtl H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, aktuellste Aufl., Stuttgart
- Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., Stuttgart
- Wöhe, G. / Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuellste Aufl., München

Buchführung

- Bieg, Hartmut: Buchführung. NWB-Verlag. Herne, neueste Auflage
- Engelhardt, W./Raffee, H./Wischermann, B.: Grundzüge der doppelten Buchhaltung, aktuellste Auflage, Wiesbaden.
- Wöhe, Günter/ Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. Vahlen, München, neueste Auflage

[letzte Änderung 10.12.2019]

Grundlagen Recht

Modulbezeichnung: Grundlagen Recht
Modulbezeichnung (engl.): Fundamentals of Law
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-130
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-130 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 1. Semester, Pflichtfach BITM-130 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach BITM-130 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 1. Semester, Pflichtfach BITM-130 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-220 Wirtschaftsrecht

BITM-420 Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus

BITM-521 Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik

[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- die für internationale Tourismusmanager wichtigsten Grundlagen des deutschen Zivilrechts und dessen Einbindung in den internationalen und europäischen Rahmen zu nennen
- die Funktion und Mechanismen des Zivilrechts zuzuordnen
- sich selbstständig in Gesetzestexte einzuarbeiten, die einzelnen Vorschriften auszulegen und sie zueinander in Bezug zu setzen
- die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis zu beschreiben
- Lösungsvorschläge für konkrete Fälle zu Rechtsgeschäften und Schuldverhältnissen zu entwickeln, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten
- das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen zu überprüfen

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

Rechtsordnung, internationale und europäische Einflüsse, Aufbau der Gerichtsbarkeit
Rechtssubjekte des Privatrechts (Personen, Verbraucher, Unternehmer, Kaufmann)
Dispositive und zwingende Vorschriften
Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärung, Rechtsgeschäfte allgemein, Verträge, Abstraktionsprinzip)
Einbeziehung und Grundzüge der Inhaltskontrolle von AGB
Aufschiebende Bedingungen
Mängeln bei Rechtsgeschäften (Nichtigkeit wegen Form oder Inhalts, Anfechtbarkeit)
Stellvertretung
Verjährung
Einführung Schuldverhältnisse
Leistungsmodalitäten und Arten der Erfüllung
Rücktritt und Widerruf eines Verbrauchervertrags
Überblick Leistungsstörungen und Schadensersatz
Zahlungsverzug
Abtretung
Aufrechnung
Gesamtschuldner
[letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung anhand von einführenden Fällen mit integrierter Übung zum Lösen von Zivilrechtsfällen
Visualisierung durch Folien und Stichworte an der Tafel
Lernmaterial über moodle
[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

- Hirsch, Christoph, Der Allgemeiner Teil des BGB, Baden-Baden, Nomos, aktuelle Auflage
- Hirsch, Christoph, Schuldrecht Allgemeiner Teil, Baden-Baden, Nomos, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Einführung in das Bürgerliche Recht, München: Vahlen, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Übungen im Privatrecht, München: Vahlen, aktuelle Auflage
- Neumann, Rechtslexikon BGB, C.F. Müller, Heidelberg, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 12.12.2019]

Grundlagen Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Grundlagen Tourismuswirtschaft
Modulbezeichnung (engl.): Principles of the Tourism Sector
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-112
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-111 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 1. Semester, Pflichtfach BITM-111 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach BITM-112 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 1. Semester, Pflichtfach BITM-112 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-281 Business Skills und Office Management
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
BITM-430 Interkulturelle Kompetenz
BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus
BITM-531 Digitalisierung im Tourismus
BITM-581 Tourismusgeografie
BITM-690 Praktische Studienphase
BITM-W-01 Destinationsmanagement
BITM-W-03 Freizeit-, Sport-, Adventure-Management
BITM-W-04 Hotelmanagement
BITM-W-06 Kulturmanagement
BITM-W-07 MICE-Management
BITM-W-08 Mobilitätsmanagement
BITM-W-09 Reiseveranstaltung
BITM-W-12 Tourismussoziologie und -psychologie
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder
[letzte Änderung 14.12.2019]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dem Teilmodul "Einführung Tourismuswirtschaft" sind die Studierenden in der Lage:

- Grundbegriffe der Tourismuswirtschaft und zu definieren,
- das Tourismussystem in verschiedene Bereiche zu gliedern und die touristische Leistungskette abzubilden,
- wesentliche Phasen der Geschichte des Reisens zu charakterisieren und Faktoren der touristischen Entwicklung aufzuzeigen,
- globale Reiseströme sowie deren Erfassung und Bedeutung zu beschreiben,
- Charakteristika der touristischen Nachfrageseite (Reisemotive und -entscheidungsprozeß, Urlaubsstile und -typen etc.) aufzuzeigen,
- die Besonderheiten des touristischen Produkts auszudrücken und in Bezug zum touristischen Marketing zu setzen
- Auskunft über mögliche Beschäftigungsfelder nach Abschluss des Studium zu geben.

Sie erwerben internationale und interkulturelle Kompetenzen durch die Beschäftigung mit Auslandsmärkten als Quell- und Zielgebiete des internationalen Tourismus sowie im Rahmen von Beispielen aus internationalen Unternehmen und Destinationen. Zudem erlernen die Studierenden Grundlagen der Teamarbeit und die Anwendung moderner Präsentationstechniken.

Nach der Teilnahme an dem Teilmodul "Personal und Organisation" sind die Studierenden in der Lage:

- die Grundlagen und Herausforderungen im Bereich Personal zu erläutern
- ausgewählte Aspekte, Methoden und Ansätze der zentralen Personalbereiche zu erläutern: Personalplanung, Personalgewinnung, Personalführung, Personalbeurteilung, Personalentwicklung, Personalvergütung, Personalfreisetzung
- die grundlegenden Prinzipien und Ziele im Bereich Organisation zu erklären und mit Hilfe ausgewählter organisationstheoretischer Ansätze die Entstehung von Organisationen zu begründen
- die Aufbauorganisation und die Ablauforganisation (mit ihren zentralen Gestaltungsparametern und Konzepten) zu erläutern
- die Phasen und Aufgaben im Projektmanagement zu verstehen
- die Formen von intra- und interorganisatorischen Netzwerken zu beschreiben

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Einführung Tourismuswirtschaft:

- Definitionen und Begriffsabgrenzungen
- Die Geschichte des Reisens und die Zukunft des Tourismus
- Globale Reiseströme und Entwicklungsfaktoren des Tourismus
- Schauplätze des internationalen Tourismus
- Die touristische Nachfrageseite
- Das touristische Produkte
- Berufschancen im Tourismus

Personal:

- Grundlagen des Personalmanagements
- Entscheidungsbereiche im Personalmanagement: Personalplanung, Personalgewinnung, Personalführung, Personalbeurteilung, Personalentwicklung, Personalvergütung, Personalfreisetzung
- Besonderheiten in internationalen Tourismusunternehmen

Organisation:

- Grundlagen der Organisation
- Organisationstheorien
- Ablauforganisation und Aufbauorganisation
- Intra- und Interorganisation
- Projektmanagement

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit Diskussion sowie Kurzpräsentationen durch Studierende (Vorstellung von Stellenangeboten touristischer Unternehmen)

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Einführung Tourismuswirtschaft:

- Berg, W.: Einführung Tourismus : Überblick und Management. München : Oldenbourg, aktuellste Auflage
 - Bieger, Th.: Tourismuslehre - Ein Grundriss. Haupt Verlag: Bern, Stuttgart, Wien, aktuellste Auflage
 - Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg Verlag: München, aktuellste Auflage
 - Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit. UVK, Konstanz, München, aktuellste Auflage
 - Mundt, J. W.: Tourismus. Oldenbourg Verlag, München, aktuellste Auflage
 - Steinecke, A.: Internationaler Tourismus. UVK, Konstanz, München, aktuellste Auflage
 - Steinecke, A.: Tourismus. Das Geographische Seminar, Westermann, Braunschweig, aktuellste Auflage
- Fachzeitschriften/Journals: z.B. Annals of tourism research, fvw, Internationales Verkehrswesen, Reiseanalyse der F.U.R. usw.

Personal und Organisation

- Bea, Franz Xaver; Göbel, Elisabeth: Organisation. München, UVK, aktuellste Auflage.
- Bröckermann, Reiner: Personalwirtschaft. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuellste Auflage
- Kieser, Alfred; Walgenbach, Peter: Organisation. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuellste Auflage.
- Olfert, Klaus: Organisation. Herne, Kiehl, aktuellste Auflage.
- Picot, Arnold: Organisation. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuellste Auflage.
- Schierenbeck, Henner; Wöhle Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaft. Oldenbourg, DeGruyter, aktuellste Auflage.
- Scholz, Christian: Personalmanagement. München, Vahlen, aktuellste Auflage.
- Stock-Homburg, Ruth; Groß, Matthias: Personalmanagement. Wiesbaden, Springer Gabler, aktuellste Auflage.
- Vahs, Dietmar: Organisation. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuellste Auflage.
- Wöhe, Günter. et al.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München, Vahlen, aktuellste Auflage.

[letzte Änderung 14.12.2019]

Interkulturelle Kompetenz

Modulbezeichnung: Interkulturelle Kompetenz
Modulbezeichnung (engl.): Intercultural Competence
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-430
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-430 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 4. Semester, Pflichtfach BITM-430 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach BITM-430 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-430 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus
BITM-W-06 Kulturmanagement
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost
Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Prof. Dr. Stefanie Jensen
Dipl.-Sportwiss. Susanne Seeliger
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden können

- die Spezifika ausgewählter (nationaler) Kulturen hinsichtlich Geschichte, Landeskultur, touristischen Highlights und wirtschaftlicher Situation erläutern,
- zentrale Konzepte von Kulturtheorien anwenden,
- typische Leadership und Managementstile beschreiben und vor dem kulturellen Hintergrund erklären,
- verschiedenen Typen von Organisationskulturen verstehen,
- sich in eine Arbeitsgruppe einbringen, die gemeinsame Arbeit organisieren und Konflikte lösen,

- eine schriftliche Ausarbeitung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Grundsätze in englischer Sprache anfertigen und eine Präsentation in Englisch halten.

[letzte Änderung 28.01.2020]

Inhalt:

1. Einführung

- a) Kulturbegriffe
- b) Kulturkonzepte
- c) Merkmale von Kultur
- d) Kultur und Kommunikation

2. Kategorisierung der Kulturen

- a) Die kulturellen Faktoren von Hall
- b) Hofstede's kulturelle Dimensionen
- c) Lewis-Modell der interkulturellen Kommunikation
- d) Trompenaars Modell der nationalen kulturellen Unterschiede
- e) Die Globe-Umfrage zu Kultur und Führung

3. Implikationen kultureller Unterschiede

- a) Kulturschock
- b) Kultur und Wirtschaft
- c) Kultur und Reisen

4. Umgang mit kulturellen Unterschieden

- a) Unternehmenskultur
- b) Diversity Management
- c) Arbeit in multikulturellen Teams

[letzte Änderung 28.01.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar

Diskussionsrunden, Gruppenarbeit, Gruppenpräsentationen, schriftliche Ausarbeitungen

[letzte Änderung 13.12.2019]

Literatur:

- Benedict, R. (2019). Patterns of culture. Routledge.
- Deresky, H., & Christopher, E. (2015). International management: Managing cultural diversity. Pearson Higher Education AU.
- Hall, E. T. (1989). Beyond culture. Anchor.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2005). Cultures and organizations: Software of the mind (Vol. 2). New York: Mcgraw-Hill.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (Eds.). (2004). Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies. Sage publications.
- Lewis, R. (2010). When cultures collide. Nicholas Brealey Publishing.
- Lustig, M. W., Koester, J., & Halualani, R. (2006). Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures. Pearson/A and B.
- Rodrigues, C. (2001). International management: A cultural approach. South-Western Pub.
- Rothlauf, J. (2012). Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten. Walter de Gruyter.
- Schneider, S. C., Schneider, S. C., & Barsoux, J. L. (2003). Managing across cultures. Pearson Education.

[letzte Änderung 13.12.2019]

Internationales Vertragsrecht

Modulbezeichnung: Internationales Vertragsrecht
Modulbezeichnung (engl.): International Contract Law
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-421
SWS/Lehrform: 2V (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 2,5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch/Französisch
Prüfungsart: Klausur (60 Minuten; Wiederholung semesterweise) Eine Teilnahme an der Klausur des Teilmoduls Internationales Vertragsrecht (BITM-421) ist nur im Rahmen von Doppelabschlüssen möglich. Regelstudierende nehmen an der Klausur des Moduls "Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager" (BITM-420) teil.
Zuordnung zum Curriculum: BITM-421 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-421 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Veranstaltungsstunden (= 22.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 2.5 Creditpoints 75 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 52.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 05.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- die englische bzw. französische Rechtsterminologie aufzuzeigen,
- die Funktion und Mechanismen des Kollisionsrechts, der Rechtsangleichung und -vereinheitlichung auf internationaler und europäischer Ebene sowie der internationalen Zuständigkeit zu erklären,
- sich selbstständig in Rechts- und Gesetzestexte einzuarbeiten, die einzelnen Vorschriften auszulegen und sie zueinander in Bezug zu setzen,
- die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis aufzuzeigen,
- Lösungsvorschläge für konkrete Fälle und Verträge aus dem internationalen Vertragsrecht zu entwickeln, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten,
- das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen zu überprüfen.

[letzte Änderung 05.03.2020]

Inhalt:

(wahlweise in englischer oder französischer Sprache):

- Rechtsquellen, Rechtsnatur und Bestandteile des Internationalen Privatrechts
- Das UN-Kaufrecht (CISG)
- Das Internationale Privatrecht (Kollisionsrecht), insbesondere die Rom I-Verordnung (VO (EG) 593/2008)
- Gerichtliche Durchsetzung von Ansprüchen (EuGVVO = Brüssel Ia-VO, VO (EU) 1215/2012) sowie Streitvermeidung und Streitschlichtung
- Verhandeln internationaler Verträge, letter of intent

[letzte Änderung 05.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen anhand von ausgewählten Fällen und Verträgen

- Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien
- Lernmaterial über moodle

[letzte Änderung 05.03.2020]

Sonstige Informationen:

Das Teilmodul Internationales Vertragsrecht (BITM-421) kann nur im Rahmen von Doppelabschlüssen einzeln belegt werden. Regelstudierende belegen das Modul "Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager" (BITM-420).

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

- Bogdan, M. (aktuelle Auflage). Concise introduction to EU private international law. Groningen: Europa Law Publishing
- Ferrari, F./Leible, S. (eds). (aktuelle Auflage). Rome I Regulation. München: Sellier
- Güllemann, D. (aktuelle Auflage). Internationales Vertragsrecht - Internationales Privatrecht, UN-Kaufrecht und internationales Zivilverfahrensrecht. München: Franz Vahlen
- Gutmann, D. (aktuelle Auflage). Droit international privé. Paris: Dalloz
- Gildeggen, R./Willburger, A. (aktuelle Auflage). Internationale Handelsgeschäfte. München: Franz Vahlen
- Henry, L. (aktuelle Auflage). L'essentiel du droit international privé. Paris: Gualino
- Rauscher, T. (aktuelle Auflage). Internationales Privatrecht. Heidelberg: C.F. Müller
- Schlechtriem, P./Schröter, P. (aktuelle Auflage). Internationales UN-Kaufrecht. Tübingen: Mohr Siebeck
- Schlechtriem, P./Butler, P. (aktuelle Auflage). UN law on international sales. Berlin: Springer
- Schlechtriem, P./Witz C. (aktuelle Auflage). Convention de Vienne. Paris: Dalloz
- Schütze R. (aktuelle Auflage). Law of the European Union. Cambridge: Cambridge University Press, Cambridge, aktuelle Auflage
- Schwenger, I. et al.. (aktuelle Auflage). International Sales Law: Oxford et al: Hart Publishing

[letzte Änderung 05.03.2020]

Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

Modulbezeichnung: Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager
Modulbezeichnung (engl.): International Contract Law and Law for Managers in the Tourism Industry
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-420
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-420 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 4. Semester, Pflichtfach BITM-420 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach BITM-420 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-420 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-130 Grundlagen Recht

BITM-220 Wirtschaftsrecht

[letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- die für den nationalen und internationalen Tourismus und die grenzüberschreitend tätige Wirtschaft wichtigen internationalen und nationalen rechtlichen Rahmenbedingungen und Regelungen anzuwenden,
- die englische bzw. französische Rechtsterminologie aufzuzeigen,
- die Funktion und Mechanismen des Kollisionsrechts, der Rechtsangleichung und vereinheitlichung auf internationaler und europäischer Ebene sowie der internationalen Zuständigkeit zu erklären,
- sich selbstständig in Rechts- und Gesetzestexten einzuarbeiten, die einzelnen Vorschriften auszulegen und sie zueinander in Bezug zu setzen,
- die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis aufzuzeigen,
- Lösungsvorschläge für konkrete Fälle und Verträge aus dem internationalen Wirtschafts- und Tourismusrecht zu entwickeln, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten,
- das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen zu überprüfen.

[letzte Änderung 18.12.2019]

Inhalt:**A. Internationales Vertragsrecht (wahlweise in englischer oder französischer Sprache):**

- Rechtsquellen, Rechtsnatur und Bestandteile des Internationalen Privatrechts
- Das UN-Kaufrecht (CISG)
- Das Internationale Privatrecht (Kollisionsrecht), insbesondere die Rom I-Verordnung (VO (EG) 593/2008)
- Gerichtliche Durchsetzung von Ansprüchen (EuGVVO = Brüssel Ia-VO, VO (EU) 1215/2012) sowie Streitvermeidung und Streitschlichtung
- Verhandeln internationaler Verträge, letter of intent

B. Recht für Tourismusmanager (in deutscher Sprache):

- Pauschalreise
 - Individualreise (Luftbeförderung, Eisenbahn etc.) unter Einbezug der einschlägigen EU-Verordnungen
 - Geschäftsreise
 - Reisevermittlungsrecht
 - Haftungsfragen in der Touristik
 - Reiseversicherungen
 - Rechtsformen für das Betreiben von Hotels
- [letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

- Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen anhand von ausgewählten Fällen und Verträgen
 - Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien
 - Lernmaterial über moodle
- [letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

Internationales Vertragsrecht:

- Bogdan, M. (aktuelle Auflage). Concise introduction to EU private international law. Groningen: Europa Law Publishing
- Ferrari, F./Leible, S. (eds). (aktuelle Auflage). Rome I Regulation. München: Sellier
- Güllemann, D. (aktuelle Auflage). Internationales Vertragsrecht - Internationales Privatrecht, UN-Kaufrecht und internationales Zivilverfahrensrecht. München: Franz Vahlen
- Gutmann, D. (aktuelle Auflage). Droit international privé. Paris: Dalloz
- Gildeggen, R./Willburger, A. (aktuelle Auflage). Internationale Handelsgeschäfte. München: Franz Vahlen
- Henry, L. (aktuelle Auflage). L'essentiel du droit international privé. Paris: Gualino
- Rauscher, T. (aktuelle Auflage). Internationales Privatrecht. Heidelberg: C.F. Müller
- Schlechtriem, P./Schröter, P. (aktuelle Auflage). Internationales UN-Kaufrecht. Tübingen: Mohr Siebeck
- Schlechtriem, P./Butler, P. (aktuelle Auflage). UN law on international sales. Berlin: Springer
- Schlechtriem, P./Witz C. (aktuelle Auflage). Convention de Vienne. Paris: Dalloz
- Schütze R. (aktuelle Auflage). Law of the European Union. Cambridge: Cambridge University Press, Cambridge, aktuelle Auflage
- Schwenger, I. et al. (aktuelle Auflage). International Sales Law: Oxford et al.: Hart Publishing

Recht für Tourismusmanager:

- Bergmann, S. (aktuelle Auflage). Das neue Reiserecht: C.H. Beck
- Führich, E. (aktuelle Auflage). Reiserecht. München: C.H. Beck
- Führich, E. (aktuelle Auflage). Basiswissen Reiserecht., München: Franz Vahlen

[letzte Änderung 12.12.2019]

Investition und Finanzierung

Modulbezeichnung: Investition und Finanzierung
Modulbezeichnung (engl.): Investment and Financing
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-410
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-410 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 4. Semester, Pflichtfach BITM-410 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 4. Semester, Pflichtfach BITM-410 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-410 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL

BITM-141 Mathematik

[letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Matthias Gröhl

Dozent:

Lehrbeauftragte

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sollen im Themengebiet Investition in der Lage sein,

- die Zielsetzung der Investitionsrechnung darzulegen,
- statische und dynamische Investitionsrechenverfahren zu beschreiben und zu unterscheiden,
- die Vor- und Nachteile der Investitionsrechenverfahren zu diskutieren,
- die Verfahren der statischen und dynamischen Investitionsrechenverfahren in Aufgabenstellungen anzuwenden,
- die Lösungsansätze ausgewählter Probleme der Investitionsrechnung zu erläutern,
- den Einfluss von Ertragsteuern, die optimale Nutzungsdauer und das optimale Investitionsprogramm zu berechnen.

Weiterhin wird von den Studierenden im Themengebiet Finanzierung erwartet, dass sie

- die Bedeutung der Finanzierung im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Funktionen wiedergeben können,
- die Außen- und Innenfinanzierung beschreiben und unterscheiden können,
- die Finanzierungsinstrumente der Eigen- und Fremdfinanzierung nennen können,
- die Möglichkeiten der Eigenkapitalbeschaffung für verschiedene Rechtsformen nennen und beschreiben können,
- die ordentliche Kapitalerhöhung einer Aktiengesellschaft berechnen können,
- die Instrumente der kurz- und langfristigen Fremdfinanzierung hinsichtlich ihrer Anwendungsgebiete veranschaulichen können,
- Zins- und Tilgungspläne erstellen können,
- Effektivverzinsungen nach der Praktikermethode für Schuldverschreibungen und Lieferantenkredite berechnen können,
- die Bedeutung des Cash Flow für die Unternehmensfinanzierung erkennen können,
- die Entstehung der Finanzierungspotenziale aus Abschreibungen und Rückstellungen erklären können,
- den Kapitalfreisetzungseffekt und Kapazitätserweiterungseffekt beschreiben können,
- Sinn und Zweck der horizontalen Kapitalstrukturregeln erklären sowie die zugehörigen Kennzahlen berechnen können,
- den langfristigen und kurzfristigen Kapitalbedarf ermitteln können,
- eine kurzfristige Liquiditätsplanung erstellen können.

[letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

Investition

- Statische Investitionsrechnung (Kostenvergleichsrechnung, Gewinnvergleichsrechnung, Rentabilitätsvergleichsrechnung, Amortisationsvergleichsrechnung)
- Dynamische Investitionsrechnung (Kapitalwertmethode, Annuitätenmethode, Methode des internen Zinsfußes, Vermögensendwertmethode)
- Ausgewählte Problemstellungen der Investitionsentscheidung

Finanzierung

- Außenfinanzierung (Einlagen- und Beteiligungsfinanzierung, Fremdfinanzierung)
- Innenfinanzierung (Finanzierung aus dem Cashflow, Finanzierung aus Vermögensumschichtung und Kapitalfreisetzung)
- Kapitalstruktur und Verschuldungspolitik (Optimierung der vertikalen Kapitalstruktur, Leverage-Effekt, Finanzierungsregeln zur horizontalen Bilanzstruktur)
- Kapitalbedarfsrechnung und Finanzplanung (Begriff und Aufgaben der Finanzplanung, Kapitalbedarfsplanung und Liquiditätsplanung)

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Übung

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

- Becker, H.P.: Investition und Finanzierung, aktuelle Auflage, Wiesbaden [e-book]
Bieg, H./Kußmaul, H.: Investition, aktuelle Auflage, München.
Bieg, H./Kußmaul, H.: Finanzierung, aktuelle Auflage, München.
Bösch, M.: Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, München.
Gräfer, H./Schiller, B./Rösner, S.: Finanzierung, aktuelle Auflage, Berlin.
Hölscher, R.: Investition, Finanzierung und Steuern, aktuelle Auflage, München.
Jahrmann, F.-U.: Finanzierung, aktuelle Auflage, Herne.
Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, aktuelle Auflage, München.
Wöhe, G./Bilstein, J./Ernst, D./Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, aktuelle Auflage, München.
Zantow, R.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, aktuelle Auflage, München.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Jahresabschluss

Modulbezeichnung: Jahresabschluss
Modulbezeichnung (engl.): Accounting
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-210
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-210 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 2. Semester, Pflichtfach BITM-210 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach BITM-210 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 2. Semester, Pflichtfach BITM-210 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL

*[letzte Änderung 06.03.2020]***Sonstige Vorkenntnisse:**

BITM-110 Grundlagen BWL, insbesondere Modulteil "Technik der Buchführung"

*[letzte Änderung 14.12.2019]***Als Vorkenntnis empfohlen für Module:****Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Günter Pochmann

Dozent:

Dr. Birgit Pferdmesges

*[letzte Änderung 06.03.2020]***Lernziele:**

Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung in der Lage sein,

- die Grundlagen und Bestandteile des Jahresabschlusses zu erklären
- die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung zu erläutern
- die Bilanzierung gemäß Bilanzansatz und Bilanzbewertung zu erklären und anwenden zu können
- die abstrakte und konkrete Bilanzierungsfähigkeit beschreiben und für ausgewählte Praxisbeispiele beurteilen zu können
- wesentliche Regelungen im Bereich der Zugangs- und Folgebewertung der Jahresabschlusspositionen zu kennen und sie auf Praxisbeispiele anzuwenden
- die Besonderheiten des Jahresabschlusses im Tourismus zu erläutern

*[letzte Änderung 14.12.2019]***Inhalt:**

- Grundlagen (Funktionen, rechtliche Grundlagen, Reflexion der Bestandteile des nationalen Jahresabschlusses (Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht))
- Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung
- Abstrakte und konkrete Bilanzierungsfähigkeit
- Anschaffungs- und Herstellungskosten
- Anlagevermögen und Umlaufvermögen
- Posten der Rechnungsabgrenzung
- Verbindlichkeiten und Rückstellungen
- Darstellung des Eigenkapitals und GuV

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Übungen, Fallstudien

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf, aktuelle Auflage.

Coenenberg, A./Haller, A./Schultze W.: : Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart, aktuelle Auflage.

Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin, aktuelle Auflage.

Eisele, W./ Knobloch, A.P.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

Grefe, C.: Kompakt-Training Bilanzen, Ludwigshafen, aktuelle Auflage.

Meyer C./ Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Herne, aktuelle Auflage.

Wöhe, G./Kußmaul, H., Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München, aktuelle Auflage

Wichtige Wirtschaftsgesetze, aktuelle Auflage, NWB-Verlag.

Wichtige Steuergesetze, aktuelle Auflage, NWB-Verlag.

[letzte Änderung 14.12.2019]

Kolloquium

Modulbezeichnung: Kolloquium
Modulbezeichnung (engl.): Colloquium
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-693
SWS/Lehrform: 2C (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 3
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/English
Erforderliche Studienleistungen (gemäß ASPO): Das Kolloquium ist eine besondere Präsentation. Im Rahmen des Kolloquiums stellen die Studierenden ihre grundlegenden Ergebnisse der Abschlussarbeit vor und verteidigen diese. (§ 18 (3) ASPO) Zulassungsvoraussetzung zur Bachelor-Abschlussarbeit ist mindestens das Bestehen der Module aus den ersten drei Semestern des Studiengangs. (§ 39 (2) ASPO)
Prüfungsart: Im Zusammenhang mit der Bachelor-Abschlussarbeit findet ein Kolloquium statt. Das Kolloquium ist eine besondere Präsentation. Im Rahmen des Kolloquiums stellen die Studierenden ihre grundlegenden Ergebnisse der Abschlussarbeit vor und verteidigen diese. (§ 18 (3) ASPO und 1.8 (5) Anlage ASPO)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-692 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-692 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-692 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-693 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 6. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Veranstaltungsstunden (= 22.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 3 Creditpoints 90 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 67.5 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Zur Anmeldung der Bachelor-Abschlussarbeit ist der Nachweis der Module der ersten drei Studiensemester im Umfang von 90 ECTS erforderlich.

[letzte Änderung 06.04.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage im Rahmen einer Präsentation ihre grundlegenden Ergebnisse der Abschlussarbeit vorzustellen und diese zu verteidigen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

Das Kolloquium besteht insgesamt aus drei Teilen:

I) Informationsveranstaltung ("Kick-off Meeting")

- Organisatorisches und Anmeldung
- Bewertungskriterien und wissenschaftliches Arbeiten
- Zeitplanung
- Themenfindung und Themenwahl
- Weiterer Ablauf

II) Vorstellung der geplanten Themen durch die Studierenden und Diskussion

III) "Examens‐Kolloquium": Präsentation der grundlegenden Ergebnisse der Abschlussarbeit; Diskussion im Plenum.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Das Kolloquium ist eine besondere Präsentation, in der die Studierenden die grundlegenden Ergebnisse ihrer Abschlussarbeit vorstellen und verteidigen (§ 18 (3) ASPO).

[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (insbesondere § 18 Präsentation und Kolloquium).

Anlage zur Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung Bachelor Internationales Tourismus-Management (insbesondere 1.8 (5)).

Leitfaden zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (Deutsch/Französisch/Englisch):

<https://www.htwsaar.de/wiwi/studium/service/Formulardownload/formulardownload>

Ascheron, C.: Wissenschaftliches Publizieren und Präsentieren : Ein Praxisleitfaden mit Hinweisen zur Promotion und Karriereplanung. Berlin: Springer, 2019

Lammerding-Köppel, M. et al.: Erfolgreich präsentieren im Studium. (Schlüsselkompetenzen in den Life Sciences). Stuttgart : Verlag Eugen Ulmer, 2019

Hey, B.: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler, aktuellste Auflage

[letzte Änderung 12.12.2019]

Kostenrechnung im Tourismus

Modulbezeichnung: Kostenrechnung im Tourismus
Modulbezeichnung (engl.): Cost Accounting in Tourism
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-115
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO305 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Pflichtfach BITM-310 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 3. Semester, Pflichtfach BITM-310 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach BITM-115 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 1. Semester, Pflichtfach BITM-115 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-W-03 Freizeit-, Sport-, Adventure-Management
BITM-W-07 MICE-Management
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Michael Zell

Dozent:

Dr. Birgit Pferdenges
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden

- sind in der Lage, die grundlegenden Begriffe der Kostenrechnung wiederzugeben, und kennen die Aufgaben des internen Rechnungswesens.
- verfügen über ein grundlegendes Verständnis des Aufbaus und des Ablaufs der Teilbereiche Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung.
- kennen die grundlegenden Konzepte und Instrumente der genannten Teilbereiche.
- können die erlernten Konzepte und Instrumente in den verschiedenen Teilbereichen auf einfache Unternehmensbeispiele aus dem Bereich Tourismus anwenden.
- können Fragestellungen des internen Rechnungswesens in touristischen Unternehmen auf Basis der erlernten Konzepte und Instrumente lösen.

[letzte Änderung 06.12.2019]

Inhalt:

Kostenrechnung:

- Grundbegriffe und Grundlagen der Kostenrechnung
- Kostenartenrechnung (Systematisierung und Beschreibung der Kostenarten)
- Kostenstellenrechnung (Betriebsabrechnungsbogen und interne Leistungsverrechnung)
- Kostenträgerrechnung (Kalkulation und Ergebnisrechnung)
- Besonderheiten der Kostenrechnung in touristischen Betrieben

[letzte Änderung 06.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Die Lehrveranstaltung umfasst Vorlesung, Übungsaufgaben und Fallstudien.

[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

Benz, C.: Touristikkostenrechnung, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

Coenenberg, A.G., Fischer, T.M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart, aktuelle Auflage.

Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung 1, Herne, aktuelle Auflage.

Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

Olfert, K.: Kostenrechnung, Herne, aktuelle Auflage.

Posluschny, P., Kostenrechnung für die Gastronomie, München, aktuelle Auflage.

Walter, W.G., Wünsche, I.: Einführung in die moderne Kostenrechnung, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

Zell, M., Kosten- und Performance Management, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

[letzte Änderung 05.12.2019]

Le français des affaires 1

Modulbezeichnung: Le français des affaires 1
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-162
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Französisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-162 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die französische Allgemeinsprache in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten (Sprechen, Schreiben, Hören und Lesen) in weiten Teilen verständlich und kommunikativ mehrheitlich angemessen zu handhaben
- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus in ausgewählten, für sie relevanten Sachbereichen weitgehend angemessen zu beherrschen
- wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der Zielsprachlichen Landeskunde zu benennen und darüber zu reflektieren
- auf der Basis dieser Reflexionen unter Anleitung grundlegende, interkulturell potentiell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu identifizieren
- ausgewählte Situationen der späteren Berufsrealität sprachlich zu antizipieren und somit die Voraussetzungen für deren künftige berufliche Bewältigung zu schaffen
- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität in ihren Grundzügen unter Anleitung zu erarbeiten
- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in mehrheitlich verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus

Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors

Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität

Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele

Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden

Präsentationen des Dozenten

Diskussionen

Internetrecherchen

Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Le français des affaires 2

Modulbezeichnung: Le français des affaires 2
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-262
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Französisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-262 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die französische Allgemeinsprache in den vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten (Sprechen, Schreiben, Hören und Lesen) größtenteils verständlich und kommunikativ weitgehend angemessen zu handhaben

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus in einzelnen relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen

- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der zielsprachlichen Landeskunde zu reflektieren und in der Gruppe zu diskutieren

- auf der Basis dieser Reflexionen unter Anleitung grundlegende, interkulturell potentiell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu identifizieren und ihre eigene Position zu jenen zu versprachlichen

- eine erweiterte Auswahl an Situationen der späteren Berufsrealität sprachlich zu antizipieren und somit die Voraussetzungen für deren künftige berufliche Bewältigung zu schaffen

- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität unter Anleitung zu erarbeiten

- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in weitgehend verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus

Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
Hörverstehenstexte (Audio / Video)
Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Le français des affaires 3

Modulbezeichnung: Le français des affaires 3
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-362
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Französisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-362 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus und in mehreren relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen
- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der zielsprachlichen Landeskunde in der Gruppe zu diskutieren und dabei in informierter Form ihre eigene Meinung zu vertreten
- auf der Basis dieser Reflexionen grundlegende, interkulturell sensible Bereiche der Kommunikation mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu hinterfragen und ihre eigene Position zu diesen begründet zu versprachlichen
- eine immer weitergehende Abdeckung von Situationen der späteren Berufsrealität unter Anleitung sprachlich zu erarbeiten
- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität immer selbständiger zu erarbeiten
- Präsentationen in der Fremdsprache unter Anleitung vorzubereiten und diese in verständlicher Form zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)
Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters
Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen
Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen
Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus
Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes
Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Le français des affaires 4

Modulbezeichnung: Le français des affaires 4
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-462
SWS/Lehrform: 4VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Französisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-462 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an dieser Veranstaltung sind die Studierenden erwartungsgemäß in der Lage:

- die Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus und in zahlreichen relevanten Sachbereichen angemessen zu beherrschen
- über wirtschaftlich und touristisch relevante Aspekte der Zielsprachlichen Landeskunde für die Ausbildung der eigenen Meinung und zur Vorbereitung von Gruppendiskussionen in der Zielsprache selbständig Informationsrecherche zu betreiben
- interkulturell sensible Kommunikationsbereiche mit Vertretern und Vertreterinnen der Zielsprachenländer zu hinterfragen und ihre eigene Position zu diesen fundiert zu verbalisieren
- eine immer weitergehende Abdeckung von Situationen der späteren Berufsrealität selbständig sprachlich zu erarbeiten
- vokabularisch relevante Bereiche (Wortfelder) ihrer künftigen Lebens- und Berufsrealität selbständig zu erarbeiten
- Präsentationen in der Fremdsprache selbständig vorzubereiten und diese kommunikativ adäquat zu halten

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachenorientierte Textrezeption und -produktion)
Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters
Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen
Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen
Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
Funktionale Grammatik der Fachsprachen der Wirtschaft und des Tourismus
Erweiterung des allgemeinsprachlichen Wortschatzes
Erweiterung des allgemeinsprachlichen und beginnender Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 14.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
Präsentationen des Dozenten
Diskussionen
Internetrecherchen
Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 14.12.2019]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien

Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer

Hörverstehenstexte (Audio / Video)

Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik

Internetressourcen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Makroökonomie

Modulbezeichnung: Makroökonomie
Modulbezeichnung (engl.): Macroeconomics
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-350
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-350 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 3. Semester, Pflichtfach BITM-350 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach BITM-350 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 3. Semester, Pflichtfach BITM-350 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus
BITM-521 Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Leonhard Firlus

Dozent: Prof. Dr. Leonhard Firlus

[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

- Die Studierenden können die Grundzüge der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wiedergeben.
 - Sie sind in der Lage, zentrale makroökonomische Größen, wie das Bruttoinlandsprodukt, zu erklären und in den makroökonomischen Gesamtkontext einzuordnen.
 - Sie können die Komponenten und Determinanten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage erläutern.
 - Sie können die Preisbildung auf dem Arbeitsmarkt und deren Bedeutung für das gesamtwirtschaftliche Angebot erklären.
 - Sie sind in der Lage, die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank in ihren Grundzügen zu erläutern.
 - Sie können die Funktionsweise einer Steuerung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage anhand des keynesianischen ISLM-Modells darstellen.
 - Sie sind in der Lage, das Zusammenspiel von gesamtwirtschaftlicher Nachfrage und gesamtwirtschaftlichem Angebot anhand des neoklassischen Modells zu erläutern.
- [letzte Änderung 06.03.2020]

Inhalt:

1. Introduction
2. National Income Accounting
3. Inflation
4. The European Central Bank
5. The Keynesian Macro Model
6. Price Formation in the Labour Market and Aggregate Supply
7. The Phillips Curve
8. Medium Term Macro Model with a Flexible Price Level
9. The Neoclassical Theory
10. Alternative Consumption Functions

[letzte Änderung 29.11.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Übungseinheiten

[*letzte Änderung 17.06.2014*]

Literatur:

- Blanchard, Olivier: Macroeconomics. Pearson: Harlow, latest edition
- European Central Bank: The implementation of monetary policy in the euro area, Frankfurt, latest edition.
- Felderer, Bernhard/Homburg, Stefan: Macroeconomics and New Macroeconomics. Springer: Berlin, latest edition.
- Lequiller, François/Blades, Derek: Understanding National Accounts. OECD Publishing: Paris, latest edition.
- Mankiw, Gregory N.: Macroeconomics. Worth: New York, latest edition.

[*letzte Änderung 29.11.2019*]

Management in der Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Management in der Tourismuswirtschaft
Modulbezeichnung (engl.): Management in the Tourism Industry
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-320
SWS/Lehrform: 4VU+4S (8 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 10
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
<p>Zuordnung zum Curriculum: DFBTO307 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 3. Semester, Pflichtfach BITM-320 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 3. Semester, Pflichtfach BITM-320 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 3. Semester, Pflichtfach BITM-320 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 3. Semester, Pflichtfach BITM-320 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 120 Veranstaltungsstunden (= 90 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 10 Creditpoints 300 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 210 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-115 Kostenrechnung im Tourismus BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-281 Business Skills und Office Management [letzte Änderung 06.03.2020]</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus BITM-531 Digitalisierung im Tourismus BITM-690 Praktische Studienphase BITM-W-03 Freizeit-, Sport-, Adventure-Management BITM-W-04 Hotelmanagement BITM-W-07 MICE-Management BITM-W-08 Mobilitätsmanagement BITM-W-09 Reiseveranstaltung [letzte Änderung 06.03.2020]</p>

Modulverantwortung:
Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

- Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden
- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten im Tourismussektor verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
 - grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Tourismusmanagement anwenden
 - grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Tourismus beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
 - grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Tourismus planen umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Tourismus)
 - im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Kreativitätstechniken/Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
 - Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
 - effizient kommunizieren (Pyramidenprinzip)
 - Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen / regionalen Projekten im Tourismus
- Im Rahmen von Beispielen / Fallstudien aus (inter-) nationalen / regionalen Unternehmen werden die Studierenden für nachhaltiges Management im Tourismus sensibilisiert und adaptieren diese Erkenntnisse auf ihre Projekte

Berufspraktische Bezüge:

- Managementkonzepte
 - Betriebswirtschaftliche Methoden
 - Sozialkompetenz
- Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden der verschiedenen Semester und Studiengänge)
- insbesondere Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die Tourismus- und Verkehrsbranche

Die Studierenden entwickeln die Grundlagen der Teamarbeit weiter, wenden die Erkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens sowie der Motivationstheorien an und setzen moderne Präsentationstechniken ein.

Managementkompetenzen werden erweitert und vertieft

Die Studierenden lernen, wie man wissenschaftliche Recherchen durchführt und wissenschaftliche Ausarbeitungen und Dokumentationen im Management erstellt.

[letzte Änderung 06.12.2019]

Inhalt:

- Grundlagen zum Management in der Tourismuswirtschaft (Grundbegriffe und Besonderheiten im Tourismusmanagement)
- Grundlagen des Projekt- und Prozessmanagement (Projektorganisation, Führungsorganisation, Organisatorischer Wandel, Management Kompetenzen/Leadership)
- Strategisches und operatives Management im Tourismus
- Gestaltungsfelder innerhalb des Marketing-Mix im Tourismus (Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik und insbesondere Prozesspolitik, ggf. weitere P im Marketing-Mix)
- Planungs- und Steuerungsmethoden im Projektmanagement im Tourismus (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Kreativitätstechniken/Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung, Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen zum Prozessmanagement für Regelprozesse
- Nachhaltiges Management im Tourismus (Aktuelle Entwicklungen im regionalen, nationalen und internationalen Tourismus)
- Wissenschaftliches Arbeiten

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung, Seminar mit anwendungsbezogenen Projekten, Rollenspiele, Fallbeispiele und Fallstudien, Gruppenarbeiten, Übungen und Diskussion mit Studierenden und auch Externen sowie Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

- Vorlesung zum Management in der Tourismuswirtschaft und zum wissenschaftlichen Arbeiten
- Seminar zum Management in der Tourismuswirtschaft

[letzte Änderung 25.10.2012]

Literatur:

- Baum, T. (u. a.) (Hrsg.), Saisonalität in Tourismus, aktuellste Auflage
Beniers, C.: Managerwissen kompakt: Interkulturelle Kommunikation, München 2004
Bernet, B., Bieger, T., Finanzierung im Tourismus, Haupt, Bern, aktuellste Auflage
Bieger, T., Keller, P., (Hrsg.), Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Berlin, aktuellste Auflage
Bohinc, T. (2010): Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter. Stuttgart: Gabler.
Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I., Events Management, Great Britain: Elsevier, aktuellste Auflage
Buck, M., Conrady, R., (Hrsg.), Trends and Issues in Global Tourism 2007 ff, Springer, Heidelberg, 2007 ff
CAB International <https://www.cabi.org/>
Cooper, C. (u. a.) (Hrsg.), Tourism development environmental and community issues, aktuellste Auflage
Deresky, Global Management, Strategic and Interpersonal, New Jersey
Dettmer, H. (Hrsg.), Tourismus-Marketing-Management, Oldenbourg, München, 1999
Dillerup, R. & Stoi, R. (2016). Unternehmensführung, 5. Aufl. München: Verlag Franz Vahlen.
Dülfer, E.: International Management in Diverse Cultural Areas / Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, München/Wien 1999 (zweisprachiges Buch!).
Forsberg, K. et al., (2000), Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.
Franz, S., Powerpoint, Verlag Markt und Technik, München aktuellste Auflage
Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
Hasenstab, M.: Interkulturelles Management, Berlin 1999.
Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
Hofstede, G.; Interkulturelle Zusammenarbeit. Kulturen - Organisationen - Management, Wiesbaden 1993
Holloway, C., The business of tourism, Pearson Education, London, aktuellste Auflage
Hoyle, L., Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions, Wiley, New York, aktuellste Auflage
Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
Jones, M. (2010). Sustainable Event Management - A Practical Guide. London: Earthscan
Kornmeier, M., Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten - Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, aktuellste Auflage
Kraus, G. / Westermann, R. (2019). Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
Kuster, J. (2019). Handbuch Projektmanagement: Agil Klassisch Hybrid. 4. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer.
Lidke, H. (2007), Projektmanagement, Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, Evolutionäres Projektmanagement, München: Carl Hanser Verlag, aktuellste Auflage
Meredith, J., (2012), Project Management, A Managerial Approach, John Wiley & Sons Inc., aktuellste Auflage
Minto, B., Das Pyramiden-Prinzip Logisches Denken und Formulieren, Econ, Düsseldorf, 1993 (Urheberin und Ex-McKinsey)
Müller, H., Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Haupt, Bern, 2004
Nufer, G, Event-Marketing und Management. Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen, DUV, Wiesbaden, aktuellste Auflage
Page, S., Tourism Management, Oxford: Butterworth-Heinemann, aktuellste Auflage
Pompl, W., Lieb, M. (Hrsg.), Internationales Tourismus-Management, Vahlen, München, aktuellste Auflage
Pompl, W., Touristikmanagement 1, Springer, Heidelberg u. a., aktuellste Auflage
Pompl, W., Touristikmanagement 2, Springer, Heidelberg u. a., aktuellste Auflage
Raj, R., & Musgrave, J. (2009). Event Management and Sustainability. Oxfordshire: Robbins, Organizational Behavior, New Jersey
Rodrigues, C.; International Management: A Cultural Approach, Cincinnati (Ohio) aktuellste Auflage
Schugk, M.: Interkulturelle Kommunikation, München 2004.
Schulz von Thun, F.; Miteinander reden 1-3, Reinbeck 2005 bzw. 2006
Theisen, M.R., Wissenschaftliches Arbeiten, Verlag Vahlen, München, aktuellste Auflage
Vogt, G.; Erfolgreiche Rhetorik, München, Wien, aktuellste Auflage

[letzte Änderung 06.12.2019]

Marketing und Marktforschung im Tourismus

Modulbezeichnung: Marketing und Marktforschung im Tourismus
Modulbezeichnung (engl.): Marketing and Market Research in Tourism
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-240
SWS/Lehrform: 2V+2VU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur + Projektarbeit (1:1; Klausur 60 Minuten; Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-240 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 2. Semester, Pflichtfach BITM-240 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach BITM-240 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 2. Semester, Pflichtfach BITM-240 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft

[letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft

BITM-531 Digitalisierung im Tourismus

BITM-581 Tourismusgeografie

BITM-W-01 Destinationsmanagement

BITM-W-03 Freizeit-, Sport-, Adventure-Management

BITM-W-04 Hotelmanagement

BITM-W-07 MICE-Management

BITM-W-08 Mobilitätsmanagement

BITM-W-09 Reiseveranstaltung

BITM-W-12 Tourismussoziologie und -psychologie

[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Hellen Gross

Dozent:

Prof. Dr. Hellen Gross (Vorlesung)

Prof. Dr. Achim Schröder (Vorlesung/Übung)

Marcus Bauer (Übung)

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein

- das Grundverständnis des Marketing und die Einordnung in den Unternehmenskontext aufzuzeigen,
- einen Überblick über die Aufgaben- und Funktionsbereiche des Marketing abzubilden,
- Marketingaktivitäten im Hinblick auf die Gesellschaft kritisch zu diskutieren,
- die zentralen Erkenntnisse der Konsumentenverhaltensforschung zu erläutern,
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, und Distributionspolitik) zu erläutern sowie auf branchenspezifische und internationale Besonderheiten anzuwenden,

- Zusammenhänge zwischen der Bedeutung von Information im Marketingprozess und den wesentlichen Aufgaben der Marktforschung abzubilden,
- wesentliche Aufgaben und Formen der Marktforschung aufzuzeigen,
- den Marktforschungsprozess in verschiedene Phasen zu gliedern und umzusetzen,
- wesentliche Auswahlverfahren, Methoden und Instrumente der Informationsgewinnung abzubilden und auszuwählen,
- eigenständig oder in Teamarbeit Lösungswege für Problem- und Fragestellungen aus den Bereichen des touristischen Marketings bzw. der Marktforschung zu entwickeln, in einem Projekt umzusetzen sowie die zentralen Ergebnisse zu dokumentieren und in einer Präsentation zu vermitteln.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Inhalt:

Marketing

- Grundbegriffe des Marketing und Einordnung des Marketing in den Unternehmenskontext internationaler Tourismusunternehmen
- Kritische Würdigung des Einflusses von Marketing auf die Gesellschaft
- Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Methoden der Marktsegmentierung, transnationale Zielgruppen
- Gestaltungsfelder innerhalb des Marketing-Mix: Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Preispolitik und Distributionspolitik in internationalen Tourismusunternehmen

Marktforschung

- Grundlagen und Begriffe der Marktforschung
- Der Marktforschungsprozess
- Die Befragung: Frageformen und Entwicklung von Erhebungsbögen
- Auswahlverfahren
- Datenauswertung, -analyse und -interpretation (SPSS)
- Dokumentation und Präsentation von Marktforschungsergebnissen
- Träger und Organe der Marktforschung
- Bedeutung von Information im Marketingentscheidungsprozess
- Weitere Methoden der Informationsgewinnung

[letzte Änderung 09.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit Übungen.

Konzeption und Umsetzung eines Marktforschungsprojekts durch die Studierenden zu einer freizeit-touristischen Problemstellung.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Literatur:

Fantapié Altobelli, C.: Marktforschung : Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, München: UVK/Lucius, aktuellste Auflage

Fantapié Altobelli, C./Hoffmann, S.: Grundlagen der Marktforschung, München: UVK/Lucius, aktuellste Auflage

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München: Oldenbourg, aktuellste Auflage

Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler, aktuellste Auflage

Koch, J.: Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendung, München: Oldenbourg, aktuellste Auflage

Kotler, P./Armstrong, G./Harris, L. C./Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, Berlin, Boston: Oldenbourg, aktuellste Auflage

Meffert, M./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen Konzepte Methoden, Wiesbaden: Gabler, aktuellste Auflage

Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg, aktuellste Auflage

Seitz, E./Meyer, W.: Tourismusmarktforschung, München: Vahlen, aktuellste Auflage

[letzte Änderung 14.12.2019]

Mathematik

Modulbezeichnung: Mathematik
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-141
SWS/Lehrform: 4V+2U (6 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-141 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 90 Veranstaltungsstunden (= 67.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 82.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-231 Statistik BITM-410 Investition und Finanzierung [letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Teresa Melo

Dozent: Prof. Dr. Teresa Melo

[letzte Änderung 25.11.2019]

Lernziele:

Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundformalismen der Differentialrechnung und der linearen Algebra zu verstehen und an kleinen Beispielen zu erproben,
- Grundkonzepte und Rechenmethoden der Finanzmathematik im Hinblick auf Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung zu erläutern, voneinander abzugrenzen und anzuwenden,
- lineare Optimierungsmodelle aus informell umschriebenen praktischen Planungsproblemen zu entwickeln,
- Excel-Solver zur Modellierung und Lösung ökonomischer Optimierungsprobleme zu verwenden und die Ergebnisse zu interpretieren,
- zu beurteilen, welche der erlernten mathematischen Methoden bei konkreten ökonomischen Fragestellungen geeignet sind,
- ökonomische Problemstellungen mit Hilfe mathematischer Beziehungen bzw. Modelle der Analysis/Algebra abzubilden,
- die mittels mathematischer Methoden erhaltenen Ergebnisse zu interpretieren,
- die analytischen Fähigkeiten und das Abstraktionsvermögen durch selbständiges Lösen von Aufgaben weiterzuentwickeln.

[letzte Änderung 15.12.2019]

Inhalt:

Differentialrechnung:

- Funktionen in einer Variablen und Differentiationsregeln
- Funktionen in mehreren Variablen
- Differentialrechnung für Funktionen mehrerer Variablen
- Optimierung mit und ohne Nebenbedingungen für Funktionen mehrerer Variablen
- Ökonomische Anwendungen für Funktionen einer und mehrerer Variablen

Grundzüge der linearen Algebra:

- Rechenoperationen mit Matrizen
- Erstellung linearer Gleichungssysteme
- Lösen von linearen Gleichungssystemen (z.B. Gauß-Algorithmus), Systematisierung des Lösungsverhaltens
- Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen der Matrizenrechnung (z.B. Produktionsprozesse)

Elemente der Finanzmathematik:

- Verzinsungsmodelle
- Rentenrechnung
- Tilgungsrechnung

Lineare Optimierung:

- ökonomischer Planungsprobleme als lineare Optimierungsprobleme zu modellieren
- Grafische Lösung von linearen Optimierungsproblemen
- Eigenschaften von linearen Optimierungsproblemen
- Lösung eines linearen Optimierungsproblems mittels Excel-Solver
- Durchführung einer Sensitivitätsanalyse

[letzte Änderung 15.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vortrag und Diskussion unterstützt durch Folien (Beamer) und Tafel (Theorie und Vorrechnen exemplarischer Beispiele).

Die Vorlesung wird durch Übungen und Tutorien ergänzt. Um eigenständiges Arbeiten zu unterstützen, wird eine Vielzahl von Übungsblättern bereitgestellt, deren thematische Breite das weite Einsatzspektrum der behandelten Methoden zeigt. Anschließend werden die Lösungen der Aufgaben mit den Studierenden besprochen.

Sowohl das Vorlesungsskript als auch die Übungsblätter stehen den Studierenden in elektronischer Form zur Verfügung.

[letzte Änderung 15.12.2019]

Literatur:

- Arrenberg: Wirtschaftsmathematik für Bachelor. Mit Aufgaben und Lösungen, 5. überarbeitete Auflage, UVK-Verlag, München, 2019
- Arrenberg: Finanzmathematik. Lehrbuch mit Übungen, 3. aktualisierte Auflage, de Gruyter Oldenbourg, Berlin, 2015
- Domschke, Drexl: Einführung in Operations Research, 9. über. und verb. Auflage, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, 2015
- Domschke, Drexl, Klein, Scholl, Voß: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, 8. aktualisierte u. verb. Auflage, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, 2015
- Luderer: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, 9. aktualisierte Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden, 2015
- Luderer: Klassische Finanzmathematik: Grundideen, zentrale Formeln und Begriffe im Überblick, 1. Auflage, Springer Spektrum, Wiesbaden, 2019
- Sydsaeter, Hammond, Strom, Carvajal: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug, 5. aktualisierte Auflage, Pearson Studium, München, 2018
- Tietze: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik: Das praxisnahe Lehrbuch - inklusive Brückenkurs für Einsteiger, 18. Auflage, Springer Spektrum, Berlin, Heidelberg, 2019
- Tietze: Einführung in die Finanzmathematik: Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen: Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, Derivative Finanzinstrumente, 12. erw. Auflage, Springer Spektrum, Wiesbaden, 2015
- Tietze: Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik: Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen, 9. überarb. u. erw. Auflage, Springer Spektrum, Wiesbaden, 2014
- Tietze, Übungsbuch zur Finanzmathematik: Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen, 8. verbesserte Auflage, Springer Spektrum, Wiesbaden, 2015

[letzte Änderung 16.12.2019]

Mikroökonomie

Modulbezeichnung: Mikroökonomie
Modulbezeichnung (engl.): Microeconomics
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-340
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-120 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 1. Semester, Pflichtfach BITM-120 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 1. Semester, Pflichtfach BITM-340 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 3. Semester, Pflichtfach BITM-340 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 3. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-511 Nachhaltigkeit im Tourismus
BITM-521 Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik
[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Markus Münter

Dozent: Prof. Dr. Markus Münter

[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

Students have a sound overview of the fundamentals of microeconomics and can analyze microeconomic problems in a differentiated way and apply theoretical and empirical models, in particular to

- explain behavior and decision-making of humans in markets from a customer- or management-perspective,
- describe and justify the relationship between empirical findings and theoretical models in microeconomics,
- understand and analyze corporate strategies in different market structures and to develop them qualitatively and quantitatively,
- work on case studies on customer behavior and corporate strategy in various markets and industries and to transfer insights also to current developments in the field of entrepreneurship and digitalization.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Inhalt:

Content:

Microeconomics, competition and strategic behavior
Consumer behavior, market delineation and network effects
Decision-making under risk and from a behavioral perspective
Firms, competition and innovation
Firm size, technology and production decisions
Costs, restructuring and M&A
Perfect competition and monopoly as a framework for competition policy
Pricing strategies and price discrimination of firms with market power
Strategic decisions with game theory
Strategic competition in oligopoly

[letzte Änderung 09.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Lectures, exercises, case studies.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Literatur:

Münter, M.T., Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten, München, 2018.
Hirschey, M., Managerial economics, London-Boston 2015.
Kreps, D., A course in microeconomic theory, Princeton 1990.
McGuigan, J.R., Moyer, R.C. und Harris, F.H.B., Managerial economics: applications, strategy, and tactics, Mason 2015.
Goolsbee, A. Levitt, S. and Syverson, C., Microeconomics, Boston 2018.

[letzte Änderung 09.12.2019]

Nachhaltigkeit im Tourismus

Modulbezeichnung: Nachhaltigkeit im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-511
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Hausarbeit mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-511 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 5. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-130 Grundlagen Recht BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft BITM-340 Mikroökonomie BITM-350 Makroökonomie BITM-430 Interkulturelle Kompetenz [letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Marcus Bauer

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden werden ihre im Rahmen der bisherigen Lehrveranstaltungen (insbesondere Interkulturelle Kompetenz, Recht, BWL, VWL, Management in der Tourismuswirtschaft) gewonnenen Kenntnisse vertiefen und auf wesentliche Handlungsfelder der Wirtschafts- und Tourismuspolitik anwenden. Dabei geht es sowohl um das Kennenlernen von Instrumenten und deren Wirkungsweisen, als auch um die Bedeutung institutioneller Rahmenbedingungen. Die Studierenden gewinnen einen Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen wirtschaftspolitischen Handelns im Tourismus (insbesondere Leitbild des nachhaltigen Tourismus).

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen und insbesondere tourismuswirtschaftlichen Dimensionen der Tourismuswirtschaft
- der Entwicklung und Bedeutung des Tourismus
- den Besonderheiten des Tourismussektors
- Marktstrukturen und Marktteilnehmern (Anbieter, Nachfrager, Organisationen)

Vorrangiges Ziel ist die Sensibilisierung der Studierenden für die

- ökonomische Bedeutung des Tourismus
- verschiedenen Akteure im Tourismus (Einfluss- und Entscheidungsträger)
- Managementbereiche in der touristischen Praxis (Managementkonzept, Wirtschafts- und Unternehmensethik, Qualitäts-, Umweltschutz- und CSR-Maßnahmen, strategisches Management, Leitbildentwicklung)

Die Studierenden erwerben tourismuswirtschaftliche Urteils- und Handlungskompetenz und können so (inter-)nationale Wirtschafts- und Tourismuspolitik analysieren und mitgestalten.

Sie

- gewinnen Einblicke in die Arbeit touristischer Organisation und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Tourismusorganisationen)
- lernen Planungsinstrumente sowie Anpassungsstrategien kennen und diese eigenständig bedarfsgerecht zu entwickeln.

Durch die Beschäftigung mit (inter-) nationaler Tourismuspolitik und im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen verstehen die Studierenden internationale und interkulturelle Bezüge.

Berufspraktische Bezüge ergeben sich aus der Beschäftigung mit bzw. Teilnahme an:

- Management- und Politikkonzepten
- Betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Methoden
- Sozialkompetenz
- Analyse- und Entscheidungskompetenz
- Gastvorträgen, Exkursionen (ggf. zusammen mit Studierenden anderer Semester und Studiengänge)
- insbesondere Politik- und Managementkonzepten und Methoden mit hoher Relevanz für die Tourismus- und Verkehrsbranche

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten der Teamarbeit, üben diese in praktischen Beispielen ein und wenden moderne Präsentationstechniken sowie Standards des wissenschaftlichen Arbeitens an.

[letzte Änderung 16.12.2019]

Inhalt:

- Definition von Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - Zusammenhänge und Probleme in Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - tourismuswirtschaftliche Kennziffern
 - Träger, Ziele und Instrumente der Wirtschafts- und Tourismuspolitik
(Tourismuskritik, Lobbyismus, Funding, internationale, supra-nationale und regionale Touristische Organisationen, Visaregularien, Reisehinweise)
 - Leitbild des nachhaltigen Tourismus
 - Gütesiegel im Tourismus
 - Corporate Social Responsibility
 - Menschen- und Tierrechte im Tourismus
 - Community based Tourism
 - Klimawandel (Folgen für den Tourismus, Anpassungsstrategien)
 - Barrierefreiheit im Tourismus
 - touristische Relevanz von Schutzgebieten (Welterbestätten, Nationalparks, Biosphärenreservate)
 - Managementbereiche in der touristischen Praxis (Managementkonzept, Wirtschafts- und Unternehmensethik, strategisches Management, Besucherlenkung, Carrying Capacity)
- [letzte Änderung 16.12.2019]*

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung mit Fallbeispielen, Gruppenarbeiten, Diskussion mit und unter Studierenden und auch externen Experten sowie Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial werden die Studierenden zu einer selbstständigen und kritischen Diskussion aktueller wirtschafts- und tourismuspolitischer Themen angeleitet.

[letzte Änderung 16.12.2019]

Literatur:

- Bieger, T., Tourismuslehre - Ein Grundriss (aktuelle Ausgabe), Haupt, Bern, 978-3-8252-2536-0
- Buchwald, K; Engelhardt, W. (Hrsg.), Freizeit, Tourismus und Umwelt, 1998, Economica Verlag, Bonn, 3-87081-582-5
- Diekmann, A.; Smith, M. K., Ethnic and Minority Cultures as Tourist Attractions, 2015, Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto, 978-1-84541-483-2
- Enzensberger, H. M., Eine Theorie des Tourismus (in: Einzelheiten 1), 1958, Suhrkamp, Frankfurt/M., 3-518-10063-2
- Epler Wood, M., Sustainable Tourism on a finite planet (aktuellste Auflage), 2017, Routledge, Oxon, New York, 978-1-138-21758-4
- Friedl, H. A., Tourismsethik: Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens, 2002, Profil Verlag, München, Wien, 3-890196530-X
- Hennig, C., Reiselust: Touristen, Tourismus und Urlaubskultur, 1997, Insel, Frankfurt/M. und Leipzig, 978-3-45816-841-6
- Herrmann, F., FAIRreisen, 2016, oekom, München, 978-3-86581-808-9
- Kramer, D., Der sanfte Tourismus - Umwelt- und Sozialverträglicher Tourismus in den Alpen, 1983, Österreichischer Bundesverlag, Wien, 3-215-04841-8
- Krippendorf, J., Die Ferienmenschen - Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen, 1984, Orell Füssli Verlag, Zürich, 3-280-01481-6
- Luger, K.; Wöhler, K. (Hrsg.), Welterbe und Tourismus (Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit), 2008, Studienverlag, Innsbruck, Wien, Bozen, 978-3-7065-4518-1
- N.N. Equations - Equitable Tourism Options, Indigenous Peoples, Wildlife and Ecotourism, 2002, Equations, Bangalore, n. a.
- Opaschowski, H. W., Tourismus: eine systematische Einführung; Analysen und Prognosen, 2002, Leske + Budrich, Opladen, 3-8100-3216-6
- Rauschelbach, B.; Schäfer, A.; Steck, B., Cooperating for Sustainable Tourism - Kooperieren für Nachhaltigen Tourismus, 2002, Kasperek Verlag Heidelberg, 3-925064-34-6
- Schäfer, R., Tourismus und Authentizität - Zur gesellschaftlichen Organisation von Außergewöhnlichkeit, 2015, Transcript, Bielefeld, 978-3-8376-2744-2
- Spode, H., Wie die Deutschen "Reiseweltmeister" wurden - Eine Einführung in die Tourismusgeschichte, 2003, Landeszentrale für Politische Bildung Thüringen, Erfurt, 3-931426-74-2
- Steinecke, A., Internationaler Tourismus, 2014, UVK, Konstanz, 978-3-8252-4202-2
- Strasdas, W.; Rein, H. (Hrsg.), Nachhaltiger Tourismus (aktuellste Ausgabe) 2015, UVK, Konstanz, 978-3-8252-4196-4
- Urry, J., The Tourist Gaze - Leisure and Travel in Contemporary Societies (aktuellste Auflage) 1990, Sage Publications, London 0-8039-8182-1
- [letzte Änderung 16.12.2019]

Praktische Studienphase

Modulbezeichnung: Praktische Studienphase
Modulbezeichnung (engl.): Practical Training Phase
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-690
SWS/Lehrform: 12P (12 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 15
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Erforderliche Studienleistungen (gemäß ASPO): § 3 ASPO

Prüfungsart:

Praxisbericht gemäß § 3 (10) ASPO.

Die Praktische Studienphase ist ein in das Studium integrierter, inhaltlich zum Studium abgestimmter, betreuter Studienabschnitt. (§3 (1) ASPO)

- (1) Die praktische Studienphase wird in der Regel im sechsten Semester abgeleistet.
- (2) Die Dauer der praktischen Studienphase umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 12 Wochen.
- (3) Wird die praktische Studienphase oder ein Teil derselben im Rahmen einer Vereinbarung der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften mit einer ausländischen Hochschule erbracht, so wird gemäß § 65 Abs. 1 SHSG bei Vorliegen der vorgesehenen Leistungsnachweise die Dauer dieses Studiums angerechnet.
- (4) Die Teilnahme am kooperativen Studium kann auf Antrag (Einzelfallprüfung) als praktische Studienphase angerechnet werden, sofern die/der Studierende im Rahmen dieses Studiengangs mindestens drei Semester am kooperativen Studium teilgenommen hat, während dieser Zeit mindestens 12 Wochen in Vollzeit im Ausland eingesetzt war und die Tätigkeiten im Unternehmen den Studieninhalten des Studiengangs entsprechen.
- (5) Die praktische Studienphase ist in der Regel im nicht-deutschsprachigen Ausland zu verbringen. Studierende, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, können die praktische Studienphase auf Antrag auch in Deutschland oder im deutschsprachigen Ausland verbringen. Gleiches gilt für Studierende in begründeten Ausnahmefällen. (Anlage ASPO 1.6)

Der Studierende ist verpflichtet, sich um einen geeigneten Praxis-Studienplatz bzw. um ein geeignetes Projekt zu bemühen. Dabei werden die Studierenden von der Praxisreferentin/dem Praxisreferenten beraten und unterstützt. Die Studierenden schließen vor Beginn der Praktischen Studienphase mit der betreuenden Einrichtung einen schriftlichen Studienvertrag. Vor Vertragsabschluss ist die Zustimmung der Praxisreferentin/des Praxisreferenten einzuholen (§ 3 (5) und (6) ASPO).

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-690 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-690 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-690 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 6. Semester, Pflichtfach

BITM-690 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 6. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 180 Veranstaltungsstunden (= 135 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 15 Creditpoints 450 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 315 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 06.03.2020]

Sonstige Vorkenntnisse:

Die Praktische Studienphase kann begonnen werden, sobald die Zulassungsvoraussetzungen gemäß ASPO (§ 3) und Anlage ASPO (1.6) erfüllt sind. Hierzu ist die Bestätigung einer Professorin/eines Professors, dass sie/er die fachliche Betreuung der/des Studierenden übernimmt einzuholen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Professoren der Fakultät
[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

In der Praktischen Studienphase sollen die Studierenden in der Lage sein, ihre theoretischen Kenntnisse in der Praxis umzusetzen und zur Lösung konkreter Probleme beizutragen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

Die Praktische Studienphase ist ein in das Studium integrierter, inhaltlich zum Studium abgestimmter, betreuter Studienabschnitt. In der Regel wird sie in einem Betrieb oder einer anderen Einrichtung der Berufspraxis abgeleistet. Der/Die Studierende soll in der betreuenden Einrichtung Aufgaben übernehmen, die inhaltlich dem Berufsbild des angestrebten Abschlusses entsprechen.

[letzte Änderung 08.04.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Die Praktische Studienphase ist ein in das Studium integrierter, inhaltlich zum Studium abgestimmter, betreuter Studienabschnitt. (§3 (1) ASPO)
Sie soll den Studierenden die Möglichkeit geben, ihre theoretischen Kenntnisse in der Praxis umzusetzen und zur Lösung konkreter Probleme beizutragen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Sonstige Informationen:

Umfassende Informationen zur Praktischen Studienphase sowie einen Leitfaden zur Organisation der Praxishase bieten das Praxisreferat an: <https://www.htwsaar.de/service/praxisreferat>
[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

Zusätzlich zur Grundlagenliteratur, die in den Modulen des Studiengangs jeweils angegeben werden, wird aktuelle unternehmens- und branchenspezifische Literatur empfohlen.

- Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge (ASPO), insbesondere § 3
- Anlage ASPO des Studiengangs Internationales Tourismus-Management, insbesondere Absatz 1.6

[letzte Änderung 12.12.2019]

Recht für Tourismusmanager

Modulbezeichnung: Recht für Tourismusmanager
Modulbezeichnung (engl.): Law for Tourism Managers
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-422
SWS/Lehrform: 2V (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 2,5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (60 Minuten; Wiederholung semesterweise) Eine Teilnahme an der Klausur des Teilmoduls Recht für Tourismusmanager (BITM-422) ist nur im Rahmen von Doppelabschlüssen möglich. Regelstudierende nehmen an der Klausur des Moduls "Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager" (BITM-420) teil.
Zuordnung zum Curriculum: BITM-422 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 4. Semester, Pflichtfach BITM-422 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Veranstaltungsstunden (= 22.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 2.5 Creditpoints 75 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 52.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-521 Außenwirtschaft und Wirtschaftspolitik

[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 05.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage

- die für den nationalen und internationalen Tourismus und die grenzüberschreitend tätige Wirtschaft wichtigen internationalen und nationalen rechtlichen Rahmenbedingungen und Regelungen anzuwenden,
- sich selbstständig in Rechts- und Gesetzestexte einzuarbeiten, die einzelnen Vorschriften auszulegen und sie zueinander in Bezug zu setzen,
- die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis aufzuzeigen,
- Lösungsvorschläge für konkrete Fälle und Verträge aus dem internationalen Wirtschafts- und Tourismusrecht zu entwickeln, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten,
- das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen zu überprüfen.

[letzte Änderung 05.03.2020]

Inhalt:

- Pauschalreise
- Individualreiserecht (Luftbeförderung, Eisenbahn etc.) unter Einbezug der einschlägigen EU-Verordnungen
- Geschäftsreise
- Reisevermittlungsrecht
- Haftungsfragen in der Touristik
- Reiseversicherungen
- Rechtsformen für das Betreiben von Hotels

[letzte Änderung 05.03.2020]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen anhand von ausgewählten Fällen und Verträgen

- Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien
- Lernmaterial über moodle

[letzte Änderung 05.03.2020]

Sonstige Informationen:

Das Teilmodul Recht für Tourismusmanager (BITM-422) kann nur im Rahmen von Doppelabschlüssen einzeln belegt werden. Regelstudierende belegen das Modul "Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager" (BITM-420).

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

- Bergmann, S. (aktuelle Auflage). Das neue Reiserecht: C.H. Beck
- Führich, E. (aktuelle Auflage). Reiserecht. München: C.H. Beck
- Führich, E. (aktuelle Auflage). Basiswissen Reiserecht., München: Franz Vahlen

[letzte Änderung 05.03.2020]

Statistik

Modulbezeichnung: Statistik
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-231
SWS/Lehrform: 4V+2U (6 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-231 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 90 Veranstaltungsstunden (= 67.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 82.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-141 Mathematik [letzte Änderung 06.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Teresa Melo

Dozent: Prof. Dr. Teresa Melo
[letzte Änderung 25.11.2019]

Lernziele:

After successfully completing this module students will be able:

- to explain basic concepts of descriptive statistics for univariate and bivariate data analysis,
- to select appropriate methods for statistical data analysis and apply them in the context of business applications,
- to create visual representations of data,
- to analyze, quantify and interpret relationships between two variables,
- to describe and model random phenomena using concepts of probability theory,
- to explain basic probability rules and apply them to exemplary business statistical problems,
- to calculate and interpret probabilities,
- to apply special discrete and continuous probability distributions to business applications (e. g. binomial and normal distributions),
- to interpret and communicate the results obtained from a statistical analysis.

[letzte Änderung 15.12.2019]

Inhalt:

Descriptive statistics:

- Data sources and data collection methods
- Types of variables and scales of measurement
- Tabulation of frequency distributions for grouped and non-grouped data
- Displaying categorical and quantitative data
- Description of univariate data sets using measures of location and dispersion
- Bivariate data analysis: graphical representation of data sets, cross tabulation, measures of association and correlation (contingency, correlation, rank correlation)
- Simple linear regression

Probability theory:

- Definition of probability and basic concepts
- Fundamentals of set theory
- Empirical interpretation of probabilities (Laplace probability, statistical probability, subjective probability)
- Axioms of Kolmogorov
- Elementary calculation rules
- Conditional probabilities
- Stochastic independent events
- Total probability, Bayes rule
- Discrete and continuous random variables
- Special probability models (e.g. Bernoulli, binomial and normal distributions)

[letzte Änderung 15.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Lectures supported by slides (projector) and blackboard (theory and example calculations). The lectures are supplemented by exercises and tutorials. In order to support independent work, multiple exercise sheets covering the whole range of topics in this module are provided. Solutions are discussed with the students in the tutorials. Both the lecture notes and the exercise sheets are available to students in electronic form.

[letzte Änderung 15.12.2019]

Literatur:

Bowerman, OConnell, Murphree: Business Statistics in Practice, international edition, 6th edition, McGraw-Hill/Irvin, 2011

OpenStax College: Introductory Business Statistics, OpenStax CNX,
<https://openstax.org/details/books/introductory-business-statistics>, 2019

Sharpe, De Veaux, Velleman: Business Statistics, 3rd edition, Pearson, 2015

Sweeney, Williams, Anderson: Fundamentals of Business Statistics, international edition, 6th edition, Cengage Learning Emea, 2011

Weiers: Introductory Business Statistics, international edition, 7th edition, Cengage Learning Emea, 2011

[letzte Änderung 15.12.2019]

Tourismusgeografie

Modulbezeichnung: Tourismusgeografie
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-581
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-581 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 5. Semester, Pflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 06.03.2020]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Lehrbeauftragte

Dr. Acácia Malhado

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- die Bedeutung räumlicher Unterschiede als Triebfeder des Tourismus aufzuzeigen und im Rahmen von Management- und Marketingstrategien zu berücksichtigen,
- räumliche Ausstattungs- und Standortfaktoren zu erfassen sowie deren Potenzial zur touristischen Inwertsetzung abzuleiten,
- grundlegende Zusammenhänge zwischen der Tourismusgeografie und der Physischen Geografie bzw. der Humangeografie aufzuzeigen,
- die Ökozonen der Erde zu klassifizieren und ihre Besonderheiten in eigenen Projekten praxisnah in Wert zu setzen,
- die zentralen Projektergebnisse zu dokumentieren und der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

- Fragestellungen der Geographie
- Raum und Tourismus
- Grundlagen der physischen Geographie: Prozesse und Strukturen der Erdkruste, Atmosphärisches Geschehen, Vegetations- und Klimazonen, Landschaftsformen)
- Grundlagen der Humangeografie: Stadtgeografie, Kulturgeografie
- Ökozonen der Erde
- Tourismus in den Ökozonen der Erde

[letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristischer Unterricht. Fallbeispiele.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

- Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.
- Benckendorff, P. Lund-Durlacher, D. (Eds.) International Cases In Sustainable Travel & Tourism. Goodfellow Publishers: Oxford. aktuelle Auflage
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, aktuelle Auflage
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, aktuelle Auflage
- Hall, C. M.; Page, S.: The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space, Routledge, London, aktuelle Auflage
- Gebhardt, H. et al.: Geographie. Physische Geographie und Humangeographie, Springer Spektrum, aktuellste Auflage
- Kagermeier, A.: Tourismusgeographie. UVK Lucius, Konstanz, aktuellste Auflage
- Page, Connell: Tourism. A modern Synthesis, aktuelle Auflage.
- Schmude, J.: Tourismusgeographie, WBG, Darmstadt, aktuelle Auflage
- Schultz, J.: Die Ökozonen der Erde. Verlag Eugen Ulmer: Stuttgart, aktuellste Auflage
- Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage
- Strahler A. H.; Strahler, A. N.: Physical Geography: Science and Systems of the Human Environment. John Wiley & Sons, aktuellste Auflage
- Strahler A. H.; Strahler, A. N.: Physische Geographie, Verlag Eugen Ulmer, UTB, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 12.12.2019]

Wirtschaftsrecht

Modulbezeichnung: Wirtschaftsrecht
Modulbezeichnung (engl.): Business Law
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-220
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten; Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-220 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, 2. Semester, Pflichtfach BITM-220 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, 2. Semester, Pflichtfach BITM-220 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, 2. Semester, Pflichtfach BITM-220 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-130 Grundlagen Recht

[letzte Änderung 06.03.2020]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-420 Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

[letzte Änderung 06.03.2020]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 06.03.2020]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage:

- die wichtigsten Vertragstypen, insbesondere das Kaufrecht, abzubilden
- das Handels- und Gesellschaftsrecht auszulegen,
- selbständig die relevanten Gesetzestexte einzuarbeiten,
- die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis abzubilden,
- Lösungsvorschläge für konkrete Fälle zum Kauf-, Handels- und Gesellschaftsrecht zu entwickeln, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

besonderes Schuldrecht: Gesamtüberblick über besondere schuldrechtliche Verträge; vertiefend wird auf den Kaufvertrag (inkl. Leistungsstörungen) eingegangen.

Handelsrecht: (Kaufmannsbegriff, Handels- und Unternehmensregister, Firma, handelsrechtliche Vollmachten, Übergang des Unternehmens auf einen neuen Träger, Handelsgeschäfte)

Gesellschaftsrecht: Personen- und Kapitalgesellschaften; kurze Vorstellung europäischer Gesellschaftsformen

[letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung anhand von einführungsfällen mit integrierter Übung zum Lösen von Fällen

Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien

Lernmaterial über moodle

[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

- Hirsch, Christoph, Schuldrecht Besonderer Teil, Nomos, Baden-Baden, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Handelsrechts, Vahlen, München, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Gesellschaftsrechts, Vahlen, München, aktuelle Auflage
- Neumann, Rechtslexikon BGB, C.F. Müller, Heidelberg, aktuelle Auflage
[letzte Änderung 12.12.2019]

Internationales Tourismus-Management Bachelor Wahlpflichtfächer

Destinationsmanagement

Modulbezeichnung: Destinationsmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Destination Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-01
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-01 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 4. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-01 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-01 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-01 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-01 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 12.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder
[letzte Änderung 12.12.2019]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- Besonderheiten des touristischen Produkts auszudrücken und deren Konsequenzen auf das Management und Marketing touristischer Destinationen abzuleiten,
- touristische Potenziale von Destinationen systematisch zu erfassen und deren touristische Inwertsetzung und Vermarktung durch die Destinationen zu analysieren,
- die Ergebnisse ihrer Destinationsanalyse mit der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu debattieren und Handlungsempfehlungen auszusprechen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

Grundlagen des Destinationsmanagements

Destinationsanalyse:

- Räumliche Grundlagen der Destinationsentwicklung (Betriebsanalyse)
- Umfeld-, Markt- und Konkurrenzanalyse

Marketing-Management touristischer Destinationen:

- Normatives Management: Vision und Leitbild
- Strategisches Management: Positionierung und Wettbewerbsstrategien
- operatives Management: Markenbildung, Marketing-Mix, Qualitätsmanagement und Management des Wandels

Internationale Fallbeispiele zum Destinationsmanagement

[letzte Änderung 12.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristischer Unterricht. Vorlesung mit Diskussion. Fallstudien. Gruppenarbeit. Projektarbeit (Eigenständige Destinationsanalyse durch Studierende sowie Präsentation)
[letzte Änderung 12.12.2019]

Sonstige Informationen:

"Improve your German": Lectures will be held in German, but international exchange students can do their assessments in English!
[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.

Beritelli, P. et al.: Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement. Geschäftsfeldinnovationen in Netzwerken. St. Gallen, 2013

Bieger, T.: Management von Destinationen, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage

Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, aktuellste Auflage

Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, aktuellste Auflage

Eisenstein, B.: Grundlagen des Destinationsmanagements, München, aktuellste Auflage

Eisenstein; Schumde, Reif; Eilzer (Hrsg.): Tourismusatlas Deutschland. München, aktuellste Auflage

OECD: OECD Tourism Trends and Policies, aktuellste Auflage

Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuellste Auflage

Steinecke, A.: Destinationsmanagement. UVK/Lucius, aktuellste Auflage

WTO: A practical guide to tourism destination management. Madrid, aktuelle Auflage
[letzte Änderung 12.12.2019]

Freizeit-, Sport-, Adventure-Management

Modulbezeichnung: Freizeit-, Sport-, Adventure-Management
Modulbezeichnung (engl.): Recreation, Sports and Adventure Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-03
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-02 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 4. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-03 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-03 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-03 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-03 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-115 Kostenrechnung im Tourismus BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft <i>[letzte Änderung 11.12.2019]</i>
Als Vorkennntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch <i>[letzte Änderung 26.06.2017]</i>

Lernziele:

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten im Freizeit-, Sport-, Adventure-Sektor verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden, insbesondere zu ökonomischen Dimensionen der Entwicklungen und Perspektiven, Marktstrukturen, Marktteilnehmern in der Sport- und Freizeitwirtschaft (Anbieter, Nachfrager, Organisationen)
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management anwenden sowie die Besonderheiten des Tourismussektors im Bereich Erlebnismarketing berücksichtigen
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten sowie ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Sport- und Freizeitwirtschaft analysieren und präsentieren
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management planen umsetzen und kontrollieren (Marketing von Sport-, Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen, Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management im regionalen, nationalen und internationalen Kontext)
- im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Kreativitätstechniken/Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung, Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden, insbesondere bei der Vermarktung von abenteuer- und erlebnispädagogischen (sport-)touristischen Angeboten
- effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) indem die kommunikativen Fähigkeiten durch Interaktion mit Externen und Diskussionen in der Gruppe vertieft werden sowie die Anwendung von Präsentationstechniken gefestigt wird
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

Regionale, internationale und interkulturelle Bezüge

- Durch die Beschäftigung mit (inter-) nationalen / regionalen Projekten im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management können die Studierenden nach der erfolgreichen Beendigung des Moduls die Ansätze der modernen Konsumtheorie im (Sport-/Tages-) Tourismus in Regionen (Naherholung) umsetzen, indem sie entsprechende Konzepte entwickeln, planen und gestalten
- Im Rahmen von Beispielen / Fallstudien aus (inter-) nationalen / regionalen Unternehmen werden die Studierenden für nachhaltiges Management im Freizeit-, Sport-, Adventure-Management sensibilisiert und adaptieren diese Erkenntnisse auf ihre Projekte

Berufspraktische Bezüge:

- Managementkonzepte
- Betriebswirtschaftliche Methoden
- Sozialkompetenz

- Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden der verschiedenen Semester und Studiengänge)
- insbesondere Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für das Freizeit-, Sport-, Adventure-Management

Die Studierenden entwickeln die Grundlagen der Teamarbeit weiter, wenden die Erkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens sowie der Motivationstheorien an und setzen moderne Präsentationstechniken ein.

Managementkompetenzen werden erweitert und vertieft

Die Studierenden lernen, wie wissenschaftliche Recherchen durchgeführt, wissenschaftliche Ausarbeitungen und Dokumentationen im Management erstellt werden.

[letzte Änderung 06.12.2019]

Inhalt:**FAM:**

Grundlagen zum Freizeit- und Adventure-Management (Positionierung von Freizeit- und Adventure-Management, Entwicklungen und Perspektiven im Freizeit- und Adventure-Management, Erlebnismarketing)

Management in der Freizeitwirtschaft (Positionierung von Freizeitwirtschaft - kommerzielle vs. nichtkommerzielle Anbieter, authentisch vs. inszeniert, nachhaltig nachfrageorientiert vs. kurzfristig angebotsdeterminiert; Management von Naherholung; Management von Freizeitbetrieben)

Adventuremanagement (Positionierung von Abenteuer und Erlebnis; Abenteuer- und erlebnispädagogische Aspekte; Management von Organisationen im Abenteuer- und Erlebnissport und Tourismus)

Freizeit- und Adventure-Management, Sport und Tourismus (Positionierung; Freizeit- und Adventure-Management als Marketinginstrument im Sport und Tourismus; professionelle Firmen-Events vs. ehrenamtliche pädagogische Angebote)

Ansätze der modernen Konsumtheorie im Tourismus in Regionen (Naherholung)

Strategisches Marketing von Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen

Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

SPM:

Grundlagen der Sportwissenschaften (Positionierung von Sportwissenschaft, Entwicklungen und Perspektiven im Sport und der Sportwirtschaft, Organisation im Sport, Bewegungstheoretische und didaktisch-methodische Aspekte)

Freizeit- und Breitensport (Positionierung, Abenteuer- und erlebnispädagogische Aspekte, Management im Freizeit- und Breitensport)

Leistungssport (Positionierung, Trainings- und bewegungswissenschaftliche Aspekte, Management im Leistungssport)

Sport und Tourismus (Positionierung, Marketing im Sport und Tourismus, Event-Management im Sport und Tourismus)

Grundlagen im Sportmanagement, Besonderheiten im Sportmarketing (Strategisches Marketing von Organisationen im Sport, Marketing-Mix-Instrumente, insbesondere Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik im regionalen, nationalen und internationalen Kontext)

Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sport und Sportmanagement

Projekte/Fallstudien/Referate/Exkursionen

[letzte Änderung 06.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Segeln Selbstgesteuertes Lernen
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.
[letzte Änderung 06.12.2019]

Sonstige Informationen:

"Improve your German": Lectures will be held in German, but international exchange students can do their assessments in English!
[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111, BITM-320, BITM-W-07 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird folgende Literatur empfohlen:

FAM:

- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
Erdmenger, E. und Kagermeier, A. (2019) Overtourismus: Ein Beitrag für eine sozialwissenschaftlich basierte Fundierung und Differenzierung der Diskussion, Zeitschrift für Tourismuswissenschaften, 11 (1), S. 65-98.
Freericks, R., R. Hartmann und B. Stecker (2010) Freizeitwissenschaft: Handbuch für Freyer, W., Tourismus-Marketing, 5. Auflage, Oldenbourg, München, 2007
Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
Opaschowski, H., Tourismus, 3. Auflage, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
Pechlaner, H. (2019) Overtourismus der größte Feind des Tourismus ist sein Erfolg, Eichstätt-Ingolstadt: Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt.
Rolfes, M. (2015) Tourismus und Armut: Zwischen Voyeurismus, Aufklärung und Armutslinderung. In: Struck, E., Hrsg. Tourismus Herausforderungen für die Region, Passau: Universität Passau Lehrstuhl für Anthropogeographie, S. 39-58.
Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981
Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
UNWTO (2001) Global Code of Ethics for Tourism For Responsible Tourism, Santiago de Chile: United Nations World Tourism Organization.
Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995

SPM:

- Bellmann, A., Sportmarketing in der Praxis, Essen, 1990
Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
Entenmann, A., Handbuch der Vereinsführung, Stuttgart u.a., 1990
fSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
Freyer, W., Tourismus-Marketing, 5. Auflage, Oldenbourg, München, 2007
Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009
Herold, H., und C., Selbstorganisiertes Lernen in Schule und Beruf, 2011
Hohmann, A., Lames, M & Letzelter, M 2014, Einführung in die Trainingswissenschaft, 6., unveränderte Aufl., Limpert, Wiebelsheim.
Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
Kraus, G. / Westermann, R. (2019). Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung. 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage
Mensing, W. (2015). Erfolgreiches Projektmanagement ohne externe Berater in KMUs: Praxisleitfaden zur Etablierung Interner Projektmanager. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie, Berlin, aktuellste Auflage
Nufer, G., Event-Marketing, aktuellste Auflage
Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
Opaschowski, H., Tourismus, 3. Auflage, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
Schauer, P., Sportveranstaltungen der Vereine, Wiesbaden, 1993
Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981
Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
Schwark, J., Handbuch Sporttourismus, 2016
Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
Wolber, Hendrik, Die 11 Irrtümer über Event Management, 2014
Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995

Die Nutzung von wissenschaftlichen Fachzeitschriften wird ebenso empfohlen, z. B. www.fachzeitungen.de/suche/sport, www.sport-und-management.de, www.horizont-sportbusiness.de, <https://journals.sagepub.com/home/jse>, www.humankinetics.com, www.sponsors.de, www.sportwissenschaften.info, www.springer.com/journal/12662.

Weiterhin werden ggf. jeweils projektspezifische Quellen in den relevanten (Fremd-) Sprachen im Rahmen der Vorlesungen bekanntgegeben.

[letzte Änderung 06.12.2019]

Hotelmanagement

Modulbezeichnung: Hotelmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Hotel Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-04
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-03 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 5. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-04 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-04 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-04 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-04 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 14.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Dipl.-Sportwiss. Susanne Seeliger
[letzte Änderung 14.12.2019]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- Grundbegriffe der Hotellerie und der Hotelbranche zu definieren,
- verschiedene Managementbereiche der Hotellerie zu skizzieren und entsprechend die Aufgaben zu planen,
- Angebotsstrukturen sowie Produktkonzepte in der internationalen Hotelbranche zu charakterisieren,
- betriebswirtschaftliche Instrumentarien im Hotelwesen entscheidungsorientiert einzusetzen,
- Zusammenhänge im Hotelmanagement zwischen Betrieb und Immobilie aufzuzeigen,
- in Teamarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) ein Marketing-Konzept für einen Beherbergungsbetrieb o.ä. anzufertigen, unter zielorientierter Anwendung der Marketing-Instrumente und kreativer Modellierung des Marketing-Mix bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich der Hotellerie und Gastronomie systematisch und wissenschaftlich fundiert zu bearbeiten und
- die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln und Handlungsempfehlungen auszusprechen.

[letzte Änderung 14.12.2019]

Inhalt:

- Grundlagen der Hotellerie und der Hotelbranche
- Der Hotelbetrieb und seine Leistungen
- Dienstleistungsbesonderheiten der Hotellerie
- Standortfaktoren in der Hotellerie
- Hotelmanagement und Hotelbetrieb
- Anbieter und Produktkonzepte in der Hotellerie
- Hotelmanagement und Hotelimmobilie: Eigentumsverhältnisse und Vertragsstrukturen
- Marketing-Management von Hotelbetrieben
- Umweltmanagement in der Hotellerie
- Entwicklungen und Trends in der Hotellerie

[letzte Änderung 08.04.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristischer Unterricht. Fallstudien (ggf. Exkursionen, Experteninterviews). Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung/Untersuchungskonzeption sowie Präsentation)

[letzte Änderung 14.12.2019]

Sonstige Informationen:

"Improve your German": Lectures will be held in German, but international exchange students can do their assessments in English!

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

- Corsten, H./Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, 5. Aufl., München 2007.
- Dettmer, H. (Hrsg.): Organisations-/Personalmanagement und Arbeitsrecht in Hotellerie und Gastronomie, Hamburg, 2012
- Ehlen, Scherhag: Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie. Innovationen und Trends. Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. Erich Schmidt Verlag. Berlin 2018.
- Freyer, W. (Hrsg.): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München, aktuellste Auflage
- Gardini, M. A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements im Tourismus, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Gardini, M.A.: Qualitätsmanagement in Dienstleistungsunternehmen dargestellt am Beispiel der Hotellerie, Frankfurt/Main aktuellste Auflage
- Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie, 2. Aufl., München aktuellste Auflage
- Hänsler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Oldenbourg, München, Wien, aktuellste Auflage
- Henschel, U. K.: Hotelmanagement, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Henselek, H., Hotelmanagement. Planung und Kontrolle, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Hotelverband Deutschland (IHA): Hotelmarkt Deutschland. aktuellste Auflage.
- Knirsch, J.: Hotels - Planen und Gestalten. Leinfelden-Echterdingen, aktuellste Auflage
- Reid, R.: Hospitality marketing management, Hoboken, aktuellste Auflage
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L. (1992): Qualitätsservice: Was ihre Kunden erwarten was Sie leisten müssen, Frankfurt/Main et al. 1992.

Statistiken:

- DEHOGA: Jahresberichte
- Hotelverband Deutschland (IHA) e.V. online: <http://hotellerie.de/home/index.html>
- Statistisches Bundesamt: Statistik in Zahlen

[letzte Änderung 14.12.2019]

Kulturmanagement

Modulbezeichnung: Kulturmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Cultural Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-06
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-04 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 5. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-06 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-06 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-06 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-06 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft

BITM-430 Interkulturelle Kompetenz

[letzte Änderung 11.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

Die Studierenden

- kennen die Begrifflichkeiten des Kulturmanagements und verfügen über ein Grundverständnis über Zusammenhänge im Angebotsmanagement von Unternehmen im Kulturbereich
- kennen die Konzepte der Vermarktung im Kulturbereich
- können strategische Planung und operative Umsetzung für Unternehmen im Kulturbereich anwenden
- sind in der Lage verschiedene Konzepte im Kulturmanagement zu beschreiben und für konkrete Fallbeispiele anzuwenden (z.B. Industriekultur, Sponsoring, Museen als Kern touristischer Touren, Zwischen Tradition und Moderne, Kultur für Kids)
- verfügen über kommunikative Fähigkeiten und können ihre Ergebnisse unter Anwendung von Präsentationstechniken darstellen.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Grundlagen im Kulturmanagement
- Angebotsmanagement von Unternehmen im Kulturbereich
- Konzeption, Vermarktung (Präsentation) und Umsetzung von Veranstaltungen im Kulturbereich
- strategische Planung und operative Umsetzung der Marketing-Instrumente von Unternehmen im Kulturbereich
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) im regionalen, nationalen, internationalen sowie inter- und intrakulturellen Kontext

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Fallstudien
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- ggf. Exkursion und gemeinsamer Workshop mit Partnerhochschule in Spanien

[letzte Änderung 10.12.2019]

Literatur:

- Dreyer, A. (2000). Kulturtourismus. 3. Auflage. München: Oldenbourg.
- Heinrichs, W. (2012). Kulturmanagement - Eine praxisorientierte Einführung, 3. Auflage. Primus.
- Heinze, T.(2009). Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus - Ein Leitfaden für Kulturmanager, VS Verlag für Sozialw.
- Klein, A. (2017). Kompendium Kulturmanagement. München: Vahlen.
- Steinecke, A. (2013). Management und Marketing im Kulturtourismus: Basiswissen Praxisbeispiele Checklisten. Wiesbaden: Springer.
- Steinecke, A. (2007). Kulturtourismus: Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven. München: Oldenbourg.

[letzte Änderung 10.12.2019]

MICE-Management

Modulbezeichnung: MICE-Management
Modulbezeichnung (engl.): MICE Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-07
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-05 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 4. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-07 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-07 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-07 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-07 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-115 Kostenrechnung im Tourismus BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 11.12.2019]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch [letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

- Grundverständnis über Zusammenhänge im MICE Management
- Theoretisches Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Meetings, Incentives, Conferences, Events
- Strategische Planung der Marketing-Instrumente für Unternehmen im MICE Management
- Verbesserung der kommunikativen Fähigkeiten durch Interaktion mit Externen und Diskussionen in der Gruppe
- Anwendung von Präsentationstechniken

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen Dimensionen im Tourismus insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven im MICE Management
- den Ansätze der modernen Konsumtheorie im MICE Management
- dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Meetings, Incentives, Conferences, Events
- dem strategisches Marketing von Unternehmen im MICE Management
- den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Besonderheiten des Tourismussektors im Bereich MICE Management
- Marktstrukturen, Marktteilnehmern im MICE Management (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen im MICE Management touristischer Organisation und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen im MICE Management analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Tourismusorganisationen)

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Organisationen im MICE Management
- Im Rahmen von Beispielen / Fallstudien aus (inter-) nationalen / regionalen Unternehmen werden die Studierenden für Nachhaltigkeit im MICE-Management sensibilisiert und adaptieren diese Erkenntnisse auf ihre Projekte

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Politikkonzepte im MICE Management
 - Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im MICE Management
 - Sozialkompetenz
- Projekte, Meetings, Incentives, Conferences, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere MICE-Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für das MICE Management

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten im MICE Management verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im MICE Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im MICE Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im MICE Management planen umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im MICE Management)
- im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Kreativitätstechniken/Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung, Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
- effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 06.12.2019]

Inhalt:

Grundlagen zum MICE-Management (Positionierung von MICE-Management, Grundlegende Entwicklungen und Perspektiven im MICE-Management)

Management in der MICE-Industrie (Positionierung von Tagungs- und Eventindustrie insbesondere kommerzielle vs. nichtkommerzielle Anbieter, nachhaltig nachfrageorientiert vs. kurzfristig angebotsdeterminiert, geschäftlich vs. privat; Ablauforganisation im MICE-Management; Aufbauorganisation im MICE-Management)

Incentive- und Eventmanagement (Positionierung von Incentives und Events, Abenteuer- und erlebnispädagogische Aspekte im Incentive- und Eventmanagement, Professionelle Firmen-Events vs. ehrenamtliche pädagogische Angebote)

Tagungs- und Kongressmanagement (Positionierung, Tagungs- und Kongressmanagement als Marketinginstrument Destinationsmanagement, Besonderheiten im Tagungs- und Kongressmanagement)

Erlebnismarketing und Ansätze der modernen Konsumtheorie bei Incentives und Events

Strategisches Marketing von Unternehmen im MICE Segment

Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

Projekte/Fallstudien/Referate/Exkursionen

[letzte Änderung 06.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung

- Segeln Selbstgesteuertes Lernen

- Fallstudien (ggf. Exkursionen)

- Rollenspiele

- Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie

Präsentation und ggf. Umsetzung)

- Diskussion mit Studierenden und auch Externen

- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Sonstige Informationen:

"Improve your German": Lectures will be held in German, but international exchange students can do their assessments in English!

[letzte Änderung 11.12.2019]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111, BITM-320, BITM-W-03 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird folgende Literatur empfohlen:

- Allen, J. et al., 2010, Festival & Special Event Management, 5th ed., Milton
Allen, J., 2009, Event Planning, 2. Aufl., Mississauga
Benckendorff, P. & Lund-Durlacher, D., 2013, International Cases In Sustainable Travel & Tourism, Oxford
Berridge, G., 2012, Events Design and Experience, 3rd ed., Amsterdam, Elsevier
Bormann, S. (Hrsg.), 2018, Die Tourismuswirtschaft im Zeichen der Nachhaltigkeit, Hamburg
Bowdin, G., 2010, Events Management, 3rd ed., Oxford
Cohen, S. et al., 2014, Understanding and Governing Sustainable Tourism Mobility: Psychological and Behavioural Approaches, Oxford
Crouch, G.I., 2005, Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, Wallingford
Drengner, J., 2008, Imagewirkungen von Eventmarketing - Entwicklung eines ganzheitlichen Messansatzes, 3. Aufl., Wiesbaden
Fischer, A. A., 2014, Sustainable Tourism, Konstanz
Funke, E., Müller, G., 2009, Handbuch zum Eventrecht, 3. Aufl., Köln
Gebhardt, W., Hitzler, R. & Pfadenhauer, M. (Hrsg.), 2000, Events: Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen, Leske + Budrich
Getz, D., 2009, Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events, 3rd ed., Amsterdam, Elsevier
Goldblatt, S. d. B., 2012, The Complete Guide to Greener Meetings and Events, Hoboken
Graeve, v. M., 2008, Events und Veranstaltungen professionell managen Tipps und Tools für die tägliche Praxis, 2. Aufl., Göttingen, Business Village
Grober, U., 2013, Die Entdeckung der Nachhaltigkeit - Kulturgeschichte eines Begriffs, 2. Aufl., München
Grunwald, A./Kopfmüller, J., 2012, Nachhaltigkeit, 2. aktual. Aufl., Frankfurt a. M.
Haller, S., 2012, Dienstleistungsmanagement: Grundlagen Konzepte Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden, Springer Gabler
Herrmann, F., 2016, FAIRreisen: Das Handbuch für alle, die umweltbewusst unterwegs sein wollen, München
Holzbaur, U., Jettinger, E., Moser, R., Knauß, B. & Zeller, M., 2010, Eventmanagement - Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 4. Aufl., Berlin, Springer
Jiang, M. (Hrsg.), 2014, Green Growth and Travelism: Concept, Policy and Practice for Sustainable Tourism, Oxford
Jones, M., 2014, Sustainable Event Management: A Practical Guide, 2nd revised ed., London
Kirchgeorg, M., Dornscheidt, W. M., Giese, W. & Stoeck, N., 2005, Trade Show Management: Planning, Implementing and Controlling of Trade Shows, Conventions and Events, Wiesbaden, Gabler
Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Witschi, U. & Wüst, R., 2008, Handbuch Projektmanagement, 2. Aufl., Berlin, Springer
Müller, H., 2007, Tourismus und Ökologie: Wechselwirkungen und Handlungsfelder, 3. überarb. Aufl., München
Nickel, O. (Hrsg.), 2007, Eventmarketing - Grundlagen und Erfolgsbeispiele, 2. Aufl., München
Nöllke, M., 2010, Kreativitätstechniken, 6. Aufl., Freiburg, Haufe
Nufer, G., 2011, Event-Marketing und Management Grundlagen Planung Wirkungen Weiterentwicklungen, 4. Aufl., Wiesbaden
Pufé, I., 2017, Nachhaltigkeit, 2. Aufl., Konstanz
Raj, R., 2009, Event Management and Sustainability, Wallingford
Schmied, M. et al., 2008, Traumziel Nachhaltigkeit: Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt, Heidelberg
Schmitt, I., 2012, Praxishandbuch Event-Management: Das A Z der perfekten Veranstaltungsorganisation, 3. Aufl., Wiesbaden, Springer Gabler
Schreiber, M.-T. (Hrsg.), 2012, Kongresse, Tagungen und Events: Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft, München, Oldenbourg
Shone, A., Parry, B., 2004, Successful Event Management: A Practical Handbook, 2nd ed., London, Thomas Learning
Sonder, M., 2004, Event Entertainment and Production, Hoboken, Wiley & Sons
Strasdas, W. & Rein, H. (Hrsg.), 2017, Nachhaltiger Tourismus: Einführung, Stuttgart
Weaver, D., 2005, Sustainable Tourism, Oxford
Wedekind, J. & Harries, J. W., 2006, Der Eventmanager: Das Handbuch aus der Agenturpraxis, Münster, LIT
Winkelhofer, G., 2006, Kreativ managen Ein Leitfaden für Unternehmer, Manager und Projektleiter, Berlin, Springer
Zanger, C. (Hrsg.), 2010, Stand und Perspektiven der Eventforschung, Wiesbaden, Gabler
Zanger, C. (Hrsg.), 2012, Erfolg mit nachhaltigen Eventkonzepten, Wiesbaden
Zanger, C. (Hrsg.), 2013, Events im Zeitalter von Social Media, Wiesbaden
Zimmermann, J., Stark, C. & Rieck, J., 2006, Projektplanung: Methoden, Modelle, Management, Berlin, Springer

Die Nutzung von wissenschaftlichen Fachzeitschriften, wie z. B. Event Management, Festival Management & Event Tourism, International Journal of Event and Festival Management, Journal of Convention & Event Tourism wird ebenso empfohlen.

Weiterhin werden ggf. jeweils projektspezifische Quellen in den relevanten (Fremd-) Sprachen im Rahmen der Vorlesungen bekanntgegeben.

[letzte Änderung 06.12.2019]

Mobilitätsmanagement

Modulbezeichnung: Mobilitätsmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Mobility Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-08
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-06 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 5. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-08 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-08 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-08 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-08 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft <i>[letzte Änderung 16.12.2019]</i>
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch <i>[letzte Änderung 26.06.2017]</i>

Lernziele:

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden die Grundlagen der Rahmenbedingungen im Bereich der verschiedenen Verkehrsmittel analysieren und beim Mobilitätsmanagement berücksichtigen dienstleistungsorientierten Fragestellungen und Prozesse sowie Besonderheiten im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor verstehen, beschreiben, analysieren, entwickeln, planen und gestalten

das Grundverständnis über Zusammenhänge im Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistung verstehen und wiedergeben

grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)

grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management planen, umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management)

das Grundlagenwissen der modernen Konsumtheorie im Kontext von Tourismus, Mobilität und Verkehr verstehen und wiedergeben

das Verständnis des Nachhaltigkeitskonzepts im Kontext von Transportplanung, -management und entscheidung berücksichtigen

die Perspektiven für einen nachhaltigen Verkehr in Deutschland verstehen und vermitteln

Verkehrskonzepte für Destinationen entwickeln

im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung, Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)

Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden

effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen erfolgreicher gestalten

Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen Dimensionen im Kontext von Tourismus, Mobilität und Verkehr
- dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungen
- dem strategisches Marketing von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen
- den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Besonderheiten des Tourismus- und Verkehrssektors
- Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Tourismus- und Verkehrssektors (Anbieter, Nachfrager, Organisationen)
- dem theoretischen Verständnis über Verkehrssimulationen (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl) sowie strategische Planung der Marketing-Instrumente von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern
- Gestaltung(sfähigkeit) internationaler Mobilitätsberatung.

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen im Management von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungen und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Tourismus- und Verkehrswirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Tourismus- und Verkehrsorganisationen)

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssegment

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Politikkonzepte im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor
- Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor
- Sozialkompetenz

- Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere Managementkonzepte und Methoden im Kontext von Tourismus, Mobilität und Verkehr mit hoher Relevanz für nachhaltiges Mobilitätsmanagement

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

[letzte Änderung 16.12.2019]

Inhalt:

Grundlagen von Tourismus, Verkehr, Mobilitätsmanagement, Verkehrswissenschaft
Definition von Fremdenverkehr, Verkehr, Mobilität
Historische Entwicklung des Verkehrssektors
verkehrswirtschaftliche Kennziffern
System der touristischen Verkehrsleistungen
Zusammenhänge und Probleme im Verkehrssektor
Überblick zu den verkehrsbetrieblichen Besonderheiten der Verkehrsträger Eisenbahn,
Fahrradverkehr, Bus, Luftverkehr, Motorisierter Individualverkehr, Schifffahrt
Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern (Fahrzeuge und Infrastruktur;
Netzmanagement Bahn- vs. Luftverkehr)
Verkehrskonzepte für Destinationen
Mobilitätsmanagement und Tourismus
Nachhaltiges Mobilitätsmanagement

ggf. Vertiefung in folgenden Bereichen:

Verkehrspolitik
Träger, Ziele und Instrumente der Verkehrspolitik
Volkswirtschaftliche Ansätze insbesondere der modernen Konsumtheorie im Tourismus und
Verkehr

Verkehrsbetriebslehre

Planungsprozesse und -tools der Angebotsplanung in Verkehrsbetrieben von den
Verkehrssimulationen zum Fahrplan (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung,
Verkehrsmittelwahl, Netzgrafik, Umlaufplanung)
Verkehrssimulationen (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl)
Strategisches Marketing von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern
Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und
Prozesspolitik) im (inter-) nationalen sowie inter- und intramodalen Kontext
[letzte Änderung 16.12.2019]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung, Seminar mit anwendungsbezogenen Projekten
- Segeln Selbstgesteuertes Lernen
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie
Präsentation und ggf. Umsetzung)
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer
selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.
[letzte Änderung 16.12.2019]

Sonstige Informationen:

weitere Dozenten: Dr. Malhado, ggf. weitere Dozenten / LfbAs des Studiengangs
[letzte Änderung 16.12.2019]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111 sowie BITM-320 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird folgende Literatur empfohlen:

- Aberle, G., Transportwirtschaft, 4. Aufl., München, Wien, 2003
Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, W. Wittmann et al. (Hrsg.), 5. Aufl., Stuttgart, SS. 4551-4559, 1993
Freyer, W., Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, De Gruyter, 2016
Grandjot, H., Verkehrspolitik, Grundlagen, Funktionen und Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Hamburg, 2002
Gross, S., Handbuch Tourismus und Verkehr, 2. Aufl., München, 2017
Gudmundsson, H., Hall, R.P., Marsden, G., Zietsman, J., Sustainable Transportation: Indicators, Frameworks, and Performance Management, Springer, 2016
Hall, C.M., Le-Klähn, D., Ram, Y. Tourism, Public Transport and Sustainable Mobility, Channel View Publications, Bristol, 2017
Hall, C.M., Müller, D.K., Tourism, Mobility and Second Homes, Channel View Publications, Clevedon, 2004
Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
Malhado, A., Araujo, L., Rothfuß, R., The attitude-behavior gap and the role of information in influencing sustainable mobility in mega-events, in: Cohen, S., Higham, J., Peeters, P., Gossling, S. (Hrsg), Understanding and Governing Sustainable Tourism Mobility, London, Routledge, SS. 104-122, 2014
Rockenbauch, R., Verkehrskonzeptionen für die Zukunft unter besonderer Berücksichtigung des Fahrradverkehrs Eine ökonomisch-politische Analyse, Lang, Frankfurt, 1996
Rockenbauch, R., Roth, J., Grundlagen zur Integration des Radverkehrs in die zukünftigen Verkehrskonzeptionen in Mainz, Georg-Förster-Institut Mainz, 1997
Schiller, P.L., Bruun, E.C., Kenworthy, J.R. An Introduction to Sustainable Transportation: Policy, Planning and Implementation, Earthscan, New York, 2010
Schröder, A., Das Phänomen der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raum-zeitlicher Systeme im Tourismus, Materialien zur Fremdenverkehrsgeografie, Heft 68, Trier, 2010

sowie weiterführende Literatur:

- Meffert, H. (Hrsg.), Verkehrsdienstleistungsmarketing, Gabler, Wiesbaden, 2000
Mobilitätsberatung Neue Lösungsstrategien im Konfliktfeld Verkehr, Tagungsband zur Mobilitätsberaterkonferenz 1994, Graz, 1994
Sterzenbach, R., Conrady, R., Luftverkehr, aktuellste Auflage, Oldenbourg, München
Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, Gabler, Wiesbaden, 1977
Laaser, C., Wettbewerb im Verkehrswesen, Tübingen, 1991
Frerich, J., Müller, G., Europäische Verkehrspolitik, Bd. 1 + 2 + 3, München, Wien, 2004, 2006
Fit for Cruises: Teaching units under <http://fit-for-cruises.fvw.de/>
Craig, C.S. and Douglas, S.P. (2005): International Marketing Research, 3rd. Edition, Wiley, West Sussex
Gilmore, A. (2003): Services Marketing and Management, Sage Publications, London
Kotler, P.; Keller, K. (2009): Marketing Management, 13.th Edition, Pearson Education, London
Internationales Verkehrswesen
Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage
weitere siehe: http://www.alexandria.unisg.ch/Publikationen/Zitation/Thomas_Bieger
Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004

Weiterhin wird jeweils projektspezifische Einstiegsliteratur in den relevanten (Fremd-) Sprachen im Rahmen der Vorlesungen bekanntgegeben.

[letzte Änderung 16.12.2019]

Reiseveranstaltung

Modulbezeichnung: Reiseveranstaltung
Modulbezeichnung (engl.): Tourist Travel Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-09
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-07 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 4. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-09 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-09 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-09 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-09 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach geeignet für Austauschstudenten mit learning agreement
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-331 Akteure der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 12.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Lehrbeauftragte
Dr. Acácia Malhado
[letzte Änderung 12.12.2019]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- Grundbegriffe der Touristik zu definieren und über aktuelle Marktstrukturen und Entwicklungen Auskunft zu geben,
- Besonderheiten touristischer Produkte auszudrücken und deren Konsequenzen für das Marketing von Reiseveranstaltern abzuleiten,
- Marketing-Konzepte von Reiseveranstaltern kritisch zu analysieren,
- in Teamarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) ein Pauschalreiseangebot für einen vordefinierten internationalen Markt (z.B. in der Großregion) zu entwickeln, das strategisches Marketing-Konzept für den (Incoming-)Reiseveranstalter anzufertigen und die Marketing-Instrumente sowie den entsprechenden Marketing-Mix auszuarbeiten,
- die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln und Handlungsempfehlungen auszusprechen.

[letzte Änderung 12.12.2019]

Inhalt:

- Grundlagen und Definitionen
- Besonderheiten touristischer Produkte und deren Konsequenzen für die Touristik
- Anbieterstruktur: Markt der Reiseveranstalter und Reisemittler
- Nachfrage nach Leistungen der Reiseveranstalter und Reisemittler
- Strategisches Marketing-Management in der Touristik
- Aspekte des operativen Managements von Reiseveranstalter (Leistungserstellung, Reisepreiskalkulation und Provisionssysteme)
- Reiseveranstaltung und Nachhaltigkeit

[letzte Änderung 08.04.2016]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristischer Unterricht. Fallstudien. Gruppenarbeiten und Übungen. Diskussion mit Studierenden (und ggf. Externen). Projektarbeit (Eigenständige Produktentwicklung und Marketingkonzeption durch Studierende sowie Präsentation)

[letzte Änderung 12.12.2019]

Literatur:

- Ashworth, G., Goodall, B.: Marketing Tourism Places, 2. Auflage, London, 2013
- Bastian, H., Born, K. (Hrsg.): Der integrierte Touristikkonzern, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Dhiman, M.C, Chauhan, V.: International Travel Agency and Tour Operation Management, Hershey, IGI Global, 2019
- Dörnberg et al.: Reiseveranstalter-Management, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.): Reiseanalyse, aktuellste Auflage
- Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, De Gruyter, aktuellste Auflage
- Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München, aktuellste Auflage
- Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
- Lawton, L., Weaver, D.: Tourism Management, 5. Auflage, Wiley, 2014
- Leiper, N.: Tourism Management, Pearson Education Australia, 2004
- Lohmann, M. et al.: Urlaubsreisetrends 2025. Entwicklung der touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland. Die Reiseanalyse Trendstudie, 2014
- Moutinho, L., Vargas-Sanchez, A.: Strategic Management in Tourism, 3. Auflage, Boston, CABI, 2018
- Mundt, J. W.: Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, Oldenbourg, München, Wien, aktuelle Auflage
- Page, S.J.: Tourism management, 5. Auflage, London, Routledge, 2015
- Pender, L., Sharpley, R.: The Management of Tourism, London, Sage Publications, 2005
- Swarbrooke, J., Horner, S.: Consumer Behaviour in Tourism, 3. Auflage, London, Routledge, 2016
- Swarbrooke, J., Horner, S.: Business Travel and Tourism, London, Routledge, 2012
- Tsiotsou, R.H. Goldsmith, R.E: Strategic marketing in Tourism Services, UK, Emerald, 2012
- Voigt, P.: Internationales Reiseveranstalter-Management, München, Oldenbourg, 2012
- Weaver, D., Oppermann, M.: Tourism Management, Boston, CABI, 2000
- [letzte Änderung 12.12.2019]

Tourismussoziologie und -psychologie

Modulbezeichnung: Tourismussoziologie und -psychologie
Modulbezeichnung (engl.): Tourism Sociology and Psychology
Studiengang: Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020
Code: BITM-W-12
SWS/Lehrform: 4SU (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: DFBTO-W-08 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2018, 5. Semester, Wahlpflichtfach BITM-W-12 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2013, Wahlpflichtfach BITM-W-12 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2015, Wahlpflichtfach BITM-W-12 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2017, Wahlpflichtfach BITM-W-12 Internationales Tourismus-Management, Bachelor, ASPO 01.10.2020, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 105 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-112 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus [letzte Änderung 11.12.2019]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

[letzte Änderung 26.06.2017]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den Begriffen und Konzepten der Tourismussoziologie u. -psychologie
- den Dimensionen der Tourismussoziologie und psychologie
- den Zusammenhängen von Tourismus und Gesellschaft
- dem theoretischen Verständnis über allgemeine Konzepte der Tourismussoziologie
- den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Mobilität/Tourismus/Reisen
- der Analyse und der Gestaltung(sfähigkeit) besonderer Reiseformen ausgehend von soziologischen und psychologischen Konzepten.

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen der Tourismussoziologie und psychologie

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Phänomenen bzgl. Tourismus und Gesellschaft
- Kulturelle Verankerung des Reisens
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Kulturen im Tourismus

Berufspraktische Bezüge:

- Soziologische und psychologische Wissenschafts- und Managementkonzepte im Tourismus und der Gesellschaft
- Soziologische und psychologische Methoden im Tourismus
- Sozialkompetenz
- insbesondere soziologische und psychologische Wissenschafts- und Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige und verantwortliche Tourismuswirtschaft

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten der Tourismussoziologie und psychologie verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Kontext der Tourismussoziologie und psychologie anwenden (strategische Planung der sozialwissenschaftlichen Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse in der Tourismussoziologie und psychologie beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte in der Tourismussoziologie und psychologie planen umsetzen und kontrollieren
- im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
- Grundlagen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
- effizienter kommunizieren sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 10.12.2019]

Inhalt:

- Begriffe der Tourismussoziologie und -psychologie
- Theorien und Methoden der Tourismussoziologie und -psychologie
- Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Mobilität/Tourismus/Reisen
- Gesellschaftliche Folgen des Tourismus
- Analyse und Gestaltung besonderer Reiseformen
- Anwendungsfelder

[*letzte Änderung 10.12.2019*]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminar
- Fallstudien

[*letzte Änderung 10.12.2019*]

Sonstige Informationen:

"Improve your German": Lectures will be held in German, but international exchange students can do their assessments in English!

[*letzte Änderung 11.12.2019*]

Literatur:

Basisliteratur:

Heuwinkel, K. (2018). *Tourismussoziologie*. München: UTB

Weitere Literatur:

Apostolopoulos, Y./Leivadi, St./Yiannakis, A. (Hrsg.) (1996), *The Sociology of Tourism. Theoretical and Empirical Investigations*, London.

Berger/Luckmann (1996): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Fischer, Frankfurt

Cohen, E. (Hrsg.) (2004). *Contemporary Tourism: Diversity and Change*. Amsterdam: Elsevier.

Elias, Norbert (1993): *Was ist Soziologie?* 5. A., Weinheim.

Enzensberger, H. M. (1964, 1976), *Eine Theorie des Tourismus*, in: ders., *Einzelheiten*. Bd. 1: *Bewußtseins-Industrie*, Frankfurt a. M. 1964.

Goffman, E. (2003). *Wir alle spielen Theater*. München: Piper.

Hahn, H. & Kagelmann, H.J. (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München.

Krippendorf, J. (1986). *Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen*. München: dtv.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Routledge (2. A. 1989 mit neuer Einleitung, 3. A. 1999 mit Vorwort von Lucy Lippard)

Sharpley, R. (2018). *Tourism, Tourist, and Society*. 5. A. London: Routledge

Spode, H., Ziehe, I. (Hrsg.) (2005) *Gebuchte Gefühle. Tourismus zwischen Verortung und Entgrenzung*. München/Wien: Profil-Verlag. 3-89019-556-3

Vester, H.-G. (1988). *Zeitalter der Freizeit*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Urry, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage

Weber, M. (1995): *Schriften zur Soziologie*, Stuttgart: Reclam

Weiterhin wird jeweils themenspezifische Einstiegsliteratur im Rahmen der Veranstaltung bekanntgegeben.

[*letzte Änderung 10.12.2019*]