

Modulhandbuch Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

erzeugt am 10.12.2012,12:13

Internationales Tourismus-Management (Bachelor) Pflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
Außenwirtschaft	BITM-520	5	4V	5	Prof. Dr. Leonhard Firlus
Bachelor-Abschlussarbeit	BITM-691	6	-	12	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung	BITM-412	4	4V	5	Prof. Peter Schorr
Daten- und Geschäftsprozessmanagement	BITM-330	3	4V	5	Prof. Dr. Stefan Selle
Grundlagen BWL	BITM-110	1	4V	5	Prof. Dr. Nicole Schwarz
Grundlagen Recht	BITM-130	1	4V	5	Prof. Dr. Holger Buck
Grundlagen Tourismuswirtschaft	BITM-111	1	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme	BITM-530	5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Interkulturelle Kompetenz	BITM-430	4	4V	5	Prof. Dr. Petra Garnjost
Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager	BITM-420	4	4V	5	Prof. Dr. Holger Buck
Investition und Finanzierung	BITM-410	4	4V	5	Prof. Dr. Matthias Gröhl
Jahresabschluss	BITM-210	2	4V	5	Prof. Dr. Timo Defren
Kolloquium	BITM-692	6	2V	3	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Kostenrechnung im Tourismus	BITM-310	3	4V	5	Prof. Dr. Michael Zell
Makroökonomie	BITM-350	3	4V	5	Prof. Dr. Christian Conrad
Management in der Tourismuswirtschaft	BITM-320	3	8V	10	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Marketing und Marktforschung im Tourismus	BITM-240	2	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Mathematik	BITM-140	1	4V	5	Prof. Dr. Teresa Melo
Mikroökonomie	BITM-120	1	4V	5	Prof. Dr. Gustav Vogt
Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik	BITM-510	5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Praktische Studienphase	BITM-690	6	12P	15	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Soft-Skills und Office Management	BITM-280	2	4V	5	Prof. Dr. Gustav Vogt
Statistik	BITM-230	2	4V	5	Prof. Dr. Teresa Melo
Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie	BITM-580	5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Wirtschaftsrecht	BITM-220	2	4V	5	Prof. Dr. Sybille Neumann

(25 Module)

Internationales Tourismus-Management (Bachelor) Wahlpflichtfächer (Übersicht)

Modulbezeichnung	Code	Studiensemester	SWS/Lehrform	ECTS	Modulverantwortung
American Spring Academy	BITM-W-14	5	4V	5	Prof. Dr. Michael Zell
Betriebliche Informationssysteme / SAP	BITM-W-19	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Enrico Lieblang

Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management	BITM-W-18	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Destinationsmanagement	BITM-W-01	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Englisch / Französisch 1	BITM-150	1	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Französisch 2	BITM-250	2	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Französisch 3	BITM-360	3	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Französisch 4	BITM-450	4	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Spanisch 1	BITM-160	1	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Spanisch 2	BITM-260	2	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Spanisch 3	BITM-370	3	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch / Spanisch 4	BITM-460	4	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Englisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management	BITM-W-15	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Entrepreneurship im Tourismus	BITM-W-02	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Petra Garnjost
Französisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management	BITM-W-16	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Freizeit- und Adventure-Management	BITM-W-03	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Hotelmanagement	BITM-W-04	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Kommunikationspolitik im Tourismus	BITM-W-05	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder

Kulturmanagement	BITM-W-06	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Petra Garnjost
MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events)	BITM-W-07	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Mobilitätsmanagement	BITM-W-08	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Qualitätsmanagement im Tourismus	BITM-W-11	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Reiseveranstaltung	BITM-W-09	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Achim Schröder
Spanisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management	BITM-W-17	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Sportmanagement	BITM-W-10	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Tourismussoziologie und psychologie	BITM-W-12	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Wellness- und Gesundheitstourismus	BITM-W-13	4 oder 5	4V	5	Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

(27 Module)

Internationales Tourismus-Management (Bachelor) Pflichtfächer

Außenwirtschaft

Modulbezeichnung: Außenwirtschaft
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-520
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5

Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-520 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 5. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-120 Mikroökonomie BITM-350 Makroökonomie [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Leonhard Firlus
Dozent: Prof. Dr. Leonhard Firlus [letzte Änderung 29.10.2012]
Lernziele/Kompetenzen: - Die Studierenden sind in der Lage, die Ursachen und Wirkungen der Handels in einem globalen Umfeld darzustellen und auf aktuelle Beispiele anwenden. - Sie können die Struktur einer Zahlungsbilanz aufzeigen und selbständig Buchungen von Transaktionen durchführen. - Sie sind in der Lage die Bildung von Wechselkursen sowie deren Bedeutung für die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu erläutern. - Sie können die Möglichkeiten und Grenzen einer expansiven Nachfragepolitik unter festen und flexiblen Wechselkursen darstellen. - Sie sind in der Lage, die zentralen Institutionen der Europäischen Union und der Aufgaben zu benennen. [letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Entwicklung des internationalen Handels
- Grundzüge der internationalen Handelstheorie und politik
- Zahlungsbilanz
- Devisenmärkte und Wechselkurse
- Gesamtwirtschaftliche Nachfrage in einer offenen Volkswirtschaft mit festen und flexiblen Wechselkursen
- Grundzüge der Europäischen Union

[letzte Änderung 05.09.2011]

Lehrmethoden/Medien:

Die Lehrveranstaltung besteht aus Vorlesung und Gruppenarbeit. Es wird erwartet, dass die Studierenden in Gruppen kleinere Ausarbeitungen zu ausgewählten Themen der Außenwirtschaft anfertigen und präsentieren.

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

- Krugman, Paul / Obstfeld, Maurice: International Economics. Addison-Wesley, Reading Mass., neuste Auflage.
- Maennig, Wolfgang / Wilfing, Bernd: Außenwirtschaft, Vahlen Verlag, München, neuste Auflage.
- Rose, Klaus und Karlhans Sauerheimer: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen Verlag, München, neuste Auflage
- Salvatore, Dominick: International Economics. John Wiley & Sons Inc., New York, neuste Auflage.

[letzte Änderung 05.09.2011]

Bachelor-Abschlussarbeit

Modulbezeichnung: Bachelor-Abschlussarbeit
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-691
SWS/Lehrform: -
ECTS-Punkte: 12
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung (Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-691 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 6. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 360 Arbeitsstunden.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

abgeschlossenes Grundlagenstudium

[letzte Änderung 05.09.2011]

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

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Prof. Dr. Achim Schröder

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Lehrbeauftragte

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Bachelor-Abschlussarbeit ist eine besondere Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine fachliche Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und einer praktisch verwertbaren Lösung zuzuführen.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

-Die Bachelor-Abschlussarbeit kann von einer Professorin/einem Professor oder einer/einem Lehrbeauftragten, die/der auf Antrag des Prüfungsausschusses einen entsprechenden Prüfungsauftrag erhalten hat, ausgegeben und betreut werden.

-Die/der Studierende hat das Recht, eine Professorin/einen Professor oder eine Lehrbeauftragte/einen Lehrbeauftragten seiner Wahl für die Betreuung ihrer/seiner Bachelor-Abschlussarbeit vorzuschlagen.

-Stimmt die/der Vorgeschlagene zu, vergibt sie/er mit Zustimmung des Prüfungsausschusses das Thema der Bachelor-Abschlussarbeit.

-Thema und Zeitpunkt sind aktenkundig zu machen.

-Die/der Studierende kann Themenwünsche äußern.

-Das Thema kann einmal und nur innerhalb vier Wochen nach Ausgabe zurückgegeben werden.

Die Bearbeitungszeit beträgt 3 Monate.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Die Bachelor-Abschlussarbeit ist eine besondere Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine fachliche Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und einer praktisch verwertbaren Lösung zuzuführen.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111, BITM-320, BITM-510 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird aktuelle unternehmensspezifische Literatur empfohlen (Handbücher der Unternehmen, Unternehmenspräsentationen etc.) sowie Fachzeitschriften.

Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge an der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (insbesondere § 42 Bachelor-Abschlussarbeit)

Leitfaden zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Fachliteratur zum Thema wissenschaftliches Arbeiten, z. B. Kornmeier, Martin, Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten - Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, 2007

Minto, B., Das Pyramiden-Prinzip Logisches Denken und Formulieren, Econ, Düsseldorf, 1993 (Urheberin und Ex-McKinsey)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung

Modulbezeichnung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-412

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 4

Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:
Deutsch

Prüfungsart:

Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-412 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL

BITM-210 Jahresabschluss

BITM-220 Wirtschaftsrecht

[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Peter Schorr

Dozent:

Prof. Peter Schorr

Lehrbeauftragte

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

- Die Studierenden können die Charakteristik und Rechtfertigung der wichtigsten deutschen Steuerarten nennen.
- Die Berechnung der Bemessungsgrundlage je nach Steuerart kann wiedergegeben werden.
- Die persönliche Einkommensteuerberechnung kann durchgeführt werden.
- Die Teilnehmer können Unterschiede in der Ertragsbesteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften aufzeigen sowie einen Steuerbelastungsvergleich rechnen.
- Die Besonderheiten der Steuerlehre im Tourismus können wiedergegeben werden.
- Die Prinzipien des Internationalen Steuerrechtes können auf unterschiedliche Problemstellungen angewendet werden.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Allgemeine Steuerlehre
 - Einkommensteuer
 - Körperschaftsteuer
 - Gewerbesteuer
 - Umsatzsteuer
 - Besonderheiten der Steuerlehre im Tourismus
 - Anknüpfungspunkte des deutschen Außensteuerrecht
 - Grundprobleme und Grundziele des internationalen Steuerrechts
 - Vermeidung bzw. Milderung der Doppelbesteuerung
- [letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Fallstudien
[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

Bornhofen: Steuerlehre 2, Wiesbaden, aktuelle Auflage.
Breithecker/Klapdor: Einführung in die Internationale Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, aktuelle Auflage.
[letzte Änderung 29.10.2012]

Daten- und Geschäftsprozessmanagement

Modulbezeichnung: Daten- und Geschäftsprozessmanagement

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-330

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 3

Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:
Deutsch

Prüfungsart:
Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:
BITM-330 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-W-19 Betriebliche Informationssysteme / SAP

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Stefan Selle

Dozent:

Prof. Dr. Christian Liebig

Prof. Dr. Enrico Lieblang

Prof. Dr. Stefan Selle

Lehrbeauftragte

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen durch die erfolgreiche Beendigung dieses Moduls in der Lage sein,

- Methoden des Geschäftsprozessmanagements zu beschreiben,
- Unternehmen (IT-gestützt) zu modellieren,
- Geschäftsprozesse und deren Schwachstellen zu analysieren,
- Grundlagen des Datenmanagements darzustellen,
- Datenbanken zu entwerfen, zu implementieren und zu anzuwenden.

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Inhalt:**I. Geschäftsprozessmanagement**

Prozesse, Geschäftsprozesse, Geschäftsprozessmanagement, Prozesslandkarte, Klassifizierung von Geschäftsprozessen, Prozessorientierung, Prozessmodellierung, Prozessoptimierung, Business Process Reengineering, Total Quality Management, Lean Management, Kaizen, Six Sigma Aris-Haus, Organigramm, Funktionsbaum, Wertschöpfungskettendiagramm, (erweiterte) Ereignisgesteuerte Prozesskette, Funktionszuordnungsdiagramm.

II. Datenmanagement

Drei-Ebenen-Modell, Tabellen und Relationen, Relationale Algebra, Binäre Suche, Schlüssel, Integrität, Transaktionen, Datensicherheit, Datenschutz, Data Warehouse, Entity Relationship Modell, Relationales Modell, Normalisierung, SQL (Structured Query Language).

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung mit integrierten Übungen und Fallstudien: Die Studierenden arbeiten selbstständig am PC, um konkrete Aufgabenstellungen mit betriebswirtschaftlichem Bezug direkt mit Hilfe geeigneter Anwendungssoftware (ARIS Business Designer, MS Visio, MS Access, MySQL) zu lösen. E-Learning-Unterstützung.

[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:**I. Geschäftsprozessmanagement**

- Schmelzer, H.J., Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, 7. Auflage, Hanser Verlag, München, 2010.
- Allweyer, T.: Geschäftsprozessmanagement, w31, Witten, 2005.
- Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 5. Auflage, Vieweg, Wiesbaden, 2007.
- Seidlmeier, H.: Prozessmodellierung mit ARIS, 2. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden, 2006.
- Becker, J., Kugeler, M., Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement, 5. Auflage, Springer, Berlin, 2007.
- Grief, J., Seidlmeier, H.: ARIS in IT-Projekten, Vieweg+Teubner, Wiesbaden, 2005.
- Scheer, A.-W.: Wirtschaftsinformatik, 2. Auflage, Springer, Berlin, 1998.
- Scheer, A.-W.: ARIS-Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen, 4. Auflage, Springer, Berlin, 2001.

II. Datenmanagement

- Schicker, E.: Datenbanken und SQL, 3. Auflage, Teubner Verlag, Wiesbaden, 2000.
- Schubert, M.: Datenbanken - Theorie, Entwurf und Programmierung relationaler Datenbanken, 2. Auflage, Vieweg+Teubner Verlag, Wiesbaden, 2007.
- Meier, A.: Relationale und postrelationale Datenbanken, 6. Auflage, Springer Verlag, Berlin, 2007.
- Steiner, R.: Grundkurs Relationale Datenbanken, 7. Auflage, Vieweg+Teubner Verlag, Wiesbaden, 2009.
- Bossert, T., Weikert, A.: Access 2010 für Windows - Grundlagen für Datenbankentwickler, Herdt-Verlag, Bodenheim, 2011.

[letzte Änderung 02.09.2011]

Grundlagen BWL

Modulbezeichnung: Grundlagen BWL

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-110

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-110 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-210 Jahresabschluss BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-310 Kostenrechnung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-410 Investition und Finanzierung BITM-412 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung BITM-430 Interkulturelle Kompetenz BITM-530 Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme BITM-580 Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie BITM-W-18 Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management BITM-W-19 Betriebliche Informationssysteme / SAP [letzte Änderung 29.10.2012]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nicole Schwarz
Dozent: Prof. Dr. Günter Pochmann Prof. Dr. Nicole Schwarz [letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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

Einführung BWL

- in ökonomischen und insbesondere in betriebswirtschaftlichen Dimensionen zu denken,
- den Gegenstand wirtschaftlicher Entscheidungen erklären zu können
- die Betriebswirtschaftslehre in das allgemeine Wissenschaftssystem einordnen zu können und die Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre differenzieren zu können
- die Ergiebigkeit des Einsatzes einzelner Produktionsfaktoren und deren kombinierten Einsatzes beurteilen zu können
- Sinn und Zweck betriebswirtschaftlicher Kennzahlen zu erläutern und wichtige Kennzahlen herleiten und anwenden zu können
- die Besonderheiten des strategischen Führungsprozesses zu erkennen
- ausgewählte Modelle zur Situationsanalyse und zur Generierung von Strategien beschreiben zu können
- einen Überblick über die Bezüge zu tourismusspezifischen und internationalen Besonderheiten der BWL zu geben.

Technik der Buchführung

- zu verstehen, wie die wirtschaftliche Realität im Innenbereich des Unternehmens und im Außenverhältnis zu Beschaffungs-, Absatz- und Finanzmärkten in den Zahlen des Unternehmens ihren Niederschlag findet.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:**Einführung BWL**

- Grundbegriffe und Grundzusammenhänge der BWL
- Wirtschaften und Wirtschaftswissenschaften
- Produktionsfaktoren
- Betriebliche Kennzahlen zur Messung der Effizienz des Faktoreinsatzes
- Strategische Unternehmensführung und Strategie-Ansätze
- Planung, Entscheidung und Kontrolle betriebswirtschaftlicher Prozesse
- Konzeptionen und Ansätze in den betrieblichen Bereichen Produktion und Absatz, Investition und Finanzierung

Buchführung

- Betriebliches Kontensystem
- Abbildung von Transaktionen der Anlagenwirtschaft, der operativen Tätigkeit und der Finanzierungstätigkeit

[letzte Änderung 02.09.2011]

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, 2. Aufl., Herne/Berlin 2006.

-Jung, H., Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl., München 2010.

-Olfert, H. / Rahn H.J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl., Ludwigshafen 2010.

-Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 17. Aufl., München und Wien 2008.

-Schmalen, H / Pechtl H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 14. Aufl., Stuttgart 2009.

-Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 5. Aufl., Stuttgart 2007.

-Wöhe, G. / Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Aufl., München 2010.

Buchführung

-Bieg, Hartmut: Buchführung. NWB-Verlag. Herne, neueste Auflage

-Wöhe, Günter/ Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. Vahlen, München, neueste Auflage

[letzte Änderung 25.10.2012]

Grundlagen Recht

Modulbezeichnung: Grundlagen Recht
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-130
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-130 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-220 Wirtschaftsrecht

BITM-420 Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Holger Buck

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck

Prof. Dr. Sybille Neumann

Prof. Dr. Barbara Weitz

Lehrbeauftragte

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden

- kennen die für internationale Tourismusmanager wichtigsten Grundlagen des deutschen Zivilrechts und dessen Einbindung in den internationalen und europäischen Rahmen
 - verstehen die Funktion und Mechanismen des Zivilrechts und vertiefen das Recht der Rechtsgeschäfte
 - gehen selbstständig mit Gesetzestexten um, legen die einzelnen Vorschriften aus und setzen sie zueinander in Bezug
 - verstehen die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis
 - entwickeln Lösungsvorschläge für konkrete Fälle zu Rechtsgeschäften und Schuldverhältnissen, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten
 - überprüfen das Ergebnis anhand allgemeiner rechtlicher Wertentscheidungen
- [*letzte Änderung 25.10.2012*]

Inhalt:

Rechtsordnung, internationale und europäische Einflüsse, Aufbau der Gerichtsbarkeit
Rechtssubjekte des Privatrechts (Personen, Verbraucher, Unternehmer, Kaufmann)
Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärung, Rechtsgeschäfte allgemein, Verträge, Abstraktionsprinzip)
Einbeziehung und Grundzüge der Inhaltskontrolle von AGB
Mängeln bei Rechtsgeschäften (Nichtigkeit wegen Form oder Inhalts, Anfechtbarkeit)
Stellvertretung
Verjährung
Einführung Schuldverhältnisse
Leistungsmodalitäten und Arten der Erfüllung
Rücktritt und Verbraucherwiderruf
Beteiligung Dritter am Schuldverhältnis
[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung anhand von einführenden Fällen mit integrierter Übung zum Lösen von Zivilrechtsfällen
Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien
Lernmaterial über Internet (Schaubilder, Schemata, Übungsfälle)
[letzte Änderung 01.09.2011]

Literatur:

Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen, München, aktuelle Auflage
Führich, E. & Werdan, I.: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, Vahlen, München, aktuelle Auflage
Hirsch, C.: Der Allgemeine Teil des BGB, Carl Heymanns, München, aktuelle Auflage
Hirsch, C.: Allgemeines Schuldrecht, Nomos, Baden-Baden, aktuelle Auflage
Wörten, R. & Metzler-Müller, K.: BGB AT, Vahlen, München, aktuelle Auflage
Wörten, R. & Metzler-Müller, K.: Schuldrecht AT, Vahlen, München, aktuelle Auflage
[letzte Änderung 25.10.2012]

Grundlagen Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Grundlagen Tourismuswirtschaft

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-111

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 1

Pflichtfach: ja

<p>Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch</p>
<p>Prüfungsart: Klausur + Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)</p>
<p>Zuordnung zum Curriculum: BITM-111 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Pflichtfach</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft BITM-430 Interkulturelle Kompetenz BITM-510 Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik BITM-530 Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme BITM-580 Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie BITM-W-01 Destinationsmanagement BITM-W-02 Entrepreneurship im Tourismus BITM-W-03 Freizeit- und Adventure-Management BITM-W-04 Hotelmanagement BITM-W-05 Kommunikationspolitik im Tourismus BITM-W-06 Kulturmanagement BITM-W-07 MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events) BITM-W-08 Mobilitätsmanagement BITM-W-09 Reiseveranstaltung BITM-W-10 Sportmanagement BITM-W-11 Qualitätsmanagement im Tourismus BITM-W-12 Tourismussoziologie und psychologie BITM-W-13 Wellness- und Gesundheitstourismus BITM-W-14 American Spring Academy [letzte Änderung 30.10.2012]</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</p>
<p>Dozent: Prof. Dr. Petra Garnjost (Vorlesung) Prof. Dr. Ralf Rockenbauch (Vorlesung) Prof. Dr. Achim Schröder (Vorlesung) [letzte Änderung 25.10.2012]</p>

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben Grundlagenwissen zu

- den Grundbegriffen und der Abgrenzung der Tourismuswirtschaft
- den grundlegenden ökonomischen und insbesondere tourismuswirtschaftlichen Dimensionen
- der Entwicklung und Bedeutung des Tourismus
- den Besonderheiten des Tourismussektors (touristische Wertschöpfungskette)
- Marktstrukturen, Marktteilnehmern (Anbieter, Nachfrager, Organisationen)
- den Begriffen der Tourismus- und Verkehrsbranche.

Die Studierenden

- lernen Grundlagen im Bereich Personal kennen (Personal als Produktionsfaktor, Personalwirtschaftliche Entscheidungsbereiche: Personalbeschaffung, Personalauswahl, Personalentwicklung, Personalführung, Entgeltpolitik, Besonderheiten in internationalen Tourismusunternehmen)
- erwerben Grundlagenwissen um personalwirtschaftliche Fragestellungen in Unternehmen zu erläutern
- gewinnen Einblicke im Bereich Organisation und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Unternehmen erläutern (Ablauforganisation: Darstellung und Bewertung von Prozessen; Aufbauorganisation: Ansätze der Organisationstheorie, Grundmodelle, Projektorganisation, Führungsorganisation, Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Tourismusunternehmen)
- erlernen Funktionen, Elemente und Strukturen von Managementsystemen

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit Auslandsmärkten als Quell- und Zielmärkte des internationalen Tourismus
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Unternehmen

Berufspraktische Bezüge:

- Managementkonzepte
- Betriebswirtschaftliche Methoden
- Sozialkompetenz

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

Die Studierenden erlernen Grundlagen der Teamarbeit und die Anwendung moderner Präsentationstechniken.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Einführung Tourismuswirtschaft

- Grundbegriffe und Abgrenzung der Tourismuswirtschaft
- Entwicklung und Bedeutung des Tourismus
- Besonderheiten des Tourismussektors im Überblick
- Die Nachfrageseite im Tourismus das Tourismussubjekt
- Die Angebotsseite im Tourismus das Tourismusobjekt
- Der Tourismusmarkt aus volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Sicht
- Die Tourismuspolitik aus betriebswirtschaftlicher Sicht
- Nachhaltiges Management im Tourismus
- Aktuelle Entwicklungen im regionalen, nationalen und internationalen Tourismus

Personal

- Personal als Produktionsfaktor
- Personalwirtschaftliche Entscheidungsbereiche: Personalbeschaffung, Personalauswahl, Personalentwicklung, Personalführung, Entgeltpolitik
- Besonderheiten in internationalen Tourismusunternehmen

Organisation

- Ablauforganisation: Darstellung und Bewertung von Prozessen
- Aufbauorganisation: Ansätze der Organisationstheorie, Grundmodelle, Projektorganisation, Führungsorganisation, Organisatorischer Wandel
- Besonderheiten internationaler Tourismusunternehmen

[letzte Änderung 01.09.2011]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung, Übungen und Diskussion mit Studierenden sowie Präsentationen durch Studierende

[letzte Änderung 25.10.2012]

Literatur:

- Bea, Franz Xaver/Dichtl, Erwin/Schweitzer, Marcell (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Band 1: Grundfragen. aktuellste Auflage
- Bieger, T., Tourismuslehre Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., aktuellste Auflage
- Bierle, Klaus: Betriebswirtschaftslehre Band 1. aktuellste Auflage
- Bierle, Klaus: Betriebswirtschaftslehre Band 2. aktuellste Auflage
- Böventer, E. von, Ökonomische Theorie des Tourismus, Campus, Frankfurt, aktuellste Auflage.
- Breidenbach, R., Freizeitwirtschaft und Tourismus, aktuellste Auflage
- Freyer, W. (Hrsg.), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, aktuellste Auflage.
- Kaspar, C., Die Tourismuslehre im Grundriss, aktuellste Auflage
- Kieser, A.,Walgenbach, P., Organisation. aktuellste Auflage.Aufl. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Kotler, Ph., Bliemel, F.: Marketing-Management, Stuttgart aktuellste Auflage.
- Meffert, H., Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden, 2000.
- Mundt, J., Einführung in den Tourismus, aktuellste Auflage
- Mundt, J., Tourismuspolitik, Wien, aktuellste Auflage
- Pompl, W., Touristikmanagement 1, aktuellste Auflage
- Pompl, W., Touristikmanagement 2, aktuellste Auflage
- Pompl, W./Lieb, M.G. (Hrsg.): Internationales Tourismus Management, München, aktuellste Auflage
- Roth, P./Schrand, A. (Hrsg.): Touristikmarketing, München, aktuellste Auflage
- Schierenbeck, H., Wöhle C. B. , Grundzüge der Betriebswirtschaft, 17. Überarb. Und erweiterte Aufl. Oldenbourg, München Wien, 2008
- Linder-Lohmann, D., Lohmann, F., Schirmer, U., Personalmanagement, Heidelberg 2008
- Scholz, C., Grundzüge des Personalmanagements, München, 2011.
- Schulz et al.: Grundlagen des Tourismus. Lehrbuch in 5 Modulen, München, 2010
- Wöhe, G., Döring, U, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Aufl. 2010.

Fachzeitschriften: Fremdenverkehrswirtschaft (FVW), Internationales Verkehrswesen, Reiseanalyse der F.U.R., Statistiken der World Tourism Organisation und von IPK International, Schriftenreihe der Deutschen Verkehrswissenschaftlichen Gesellschaft e. V. (DVWG), Touristik Report, usw. Tageszeitungen und Zeitschriften (z. B. Handelsblatt, FAZ, FTD, Wirtschaftswoche u.v.a.m.)

Weitere aktuelle themenbezogene Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekanntgegeben

[letzte Änderung 25.10.2012]

Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme

Modulbezeichnung: Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-530
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + Präsentation (60 Minuten, Gewichtung 1:1, Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-530 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 5. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein,

- Tourismus als Informationsgeschäft zu charakterisieren sowie die Bedeutung von Information und Kommunikation im Tourismus auszudrücken,
- Grundzüge des Informationsmanagements touristischer Leistungsanbieter sowie von Reiseveranstaltern und Reisemittlern aufzuzeigen,
- wesentliche Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme im Tourismus zu umschreiben und sich in grundlegende Anwendungsfälle einzuarbeiten,
- Konsequenzen aktueller Trends und zukünftige Entwicklungen für den Tourismus abzuschätzen,
- Konzepte und Kriterien für die Bewertung von Informations-, Kommunikations- und Reservierungssystemen abzuleiten, um diese systematisch zu analysieren,
- zu einer spezifischen Frage- bzw. Problemstellung im Team ein Konzept zu entwickeln, dessen Umsetzung zu organisieren sowie die zentralen Ergebnisse des Projekts in einer Präsentation zu vermitteln.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Tourismus als Informationsgeschäft
- Informationsmanagement touristischer Leistungsanbieter sowie von Reiseveranstaltern und Reisemittlern
- Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme touristischer Leistungsanbieter, Reiseveranstalter und -mittler (z.B. Amadeus, Galileo, Micros, Sabre, Worldspan)
- Marketingmanagement-Systeme und Systeme für Endkunden
- Aktuelle Trends und zukünftige Entwicklungen

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Vorlesung und Diskussionen
- Fallstudien
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- Praktikum am PC

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Amersdorffer, D. et al.: Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder. Springer 2010.
- Behrens, J.: Social Media im Destinationsmarketing - Planung, Umsetzung, Monitoring. Wissenschaft & Praxis, 2012
- Brözel, C., Wagner, A., Bochert, R.: Tourismus und Internet. Uni-Edition, 2010
- Buhalis, D.: eTourism Information technology for strategic tourism. Harlow, 2003
- Carter, R., Bédard, F.: E-Business for Tourism Information Technology for Strategic Tourism. WTO Business. Madrid, 2001.
- Egger, R.: Grundlagen des eTourism. Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus, Shaker, Aachen, 2005.
- Egger, R.; Jooss, M.: mTourism: Mobile Dienste im Tourismus, Gabler, Wiesbaden, 2010.
- Schulz, A, Weithöner, U., Goecke, R. (Hrsg.): Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, aktuelle Auflage
- Verband Internet Reisevertrieb (VIR): Daten und Fakten zum Onlinereisemarkt, aktuelle Auflage
- Schulungssysteme der GDS-Anbieter online (z. B. Amadeus eLearning)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Interkulturelle Kompetenz

Modulbezeichnung: Interkulturelle Kompetenz
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-430
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-430 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL
BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Petra Garnjost

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost
Prof. Dr. Stefanie Jensen
Lehrbeauftragte
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls sollen die Lernenden in der Lage sein

- die Spezifika ausgewählter nationaler Kulturen hinsichtlich Geschichte, Landeskultur, touristischen Highlights und wirtschaftlicher Situation zu erläutern,
- einen Überblick über den Managementstil und Does+Don'ts im Geschäftsalltag ausgewählter nationaler Kulturen zu geben
- Inhalte zu ausgewählten nationalen Kulturen frei und selbständig zu recherchieren und anhand von vorgegebenen Kriterien auszuwerten
- in einer Arbeitsgruppe auf ein vorgegebenes Ziel und Timing hin erfolgreich und selbstgesteuert zu arbeiten. Dies umfasst die eigenständige Verteilung von Arbeitspaketen in der Gruppe, deren jeweilige individuelle Ausarbeitung durch die einzelnen Gruppenmitglieder und die Zusammenführung zu einer Gruppenleistung. Hierzu gehört auch das Lösen von ggf. auftretenden Konflikten in der Gruppe bzw. deren Eskalation an die Lehrenden.
- eine schriftliche Ausarbeitung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Grundsätze in englischer Sprache anzufertigen und eine Präsentation in Englisch in einem vorgegebenen Zeitrahmen zu halten.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Vermittlung von Kenntnissen auf dem Gebiet der Kulturforschung, beispielsweise durch die Teilnahme an der Summer European Academy in Zusammenarbeit mit der Texas A&M University oder der European Spring Academy in Zusammenarbeit mit der Singapore Management University (SMU)
- Interdisziplinäre Lehrveranstaltung unter Vermittlung von Geschichte, Kultur, wirtschaftlichen und touristischen Kerndaten eines Landes und deren Einfluss auf Managementstile und Gepflogenheiten im Geschäftsalltag anhand aktueller Themen (zum Teil ergänzt durch Exkursionen)
- strukturierte Diskussionen, Übungen und Workshops
- Strukturierte Projektarbeit im Team
- Erarbeitung einer schriftlichen Ausarbeitung und Darstellung der Ergebnisse mit Hilfe moderner Präsentationstechniken.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung im seminaristischen Stil mit hoher Beteiligung der Studierenden, Diskussionsrunden, Gruppenarbeit, Gruppenpräsentationen, schriftliche Ausarbeitungen

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

Jeweils in aktueller Auflage:

- Lewis, When Cultures Collide Nicholas Brealey International, (USA)
- Hofstede/Hofstede/Minkov, Cultures and Organizations, McGrawHill (USA)
- Schneider/Barsoux, Managing Across Cultures, Harlow (UK)
- Deresky, Global Management, New Jersey
- Rothlauf, Interkulturelles Management, München/Wien
- Rodrigues, C.; International Management: A Cultural Approach, Cincinnati (Ohio)

zusätzlich Literatur zu ausgewählten nationalen Kulturen

[letzte Änderung 29.10.2012]

Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

Modulbezeichnung: Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-420
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:

Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch

Prüfungsart:

Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-420 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-130 Grundlagen Recht

BITM-220 Wirtschaftsrecht

[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Holger Buck

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

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

- Inhomogenität, Rechtsquellen, Rechtsnatur und Bestandteile des Internationalen Privat-rechts
- Das UN-Kaufrecht (CISG)
- Das Internationale Privatrecht (Kollisionsrecht), insbesondere die Rom I-Verordnung
- Gerichtliche Durchsetzung von Ansprüchen (EuGVVO) sowie Streitvermeidung und Streitschlichtung
- Wichtige Verträge des Internationalen Privatrechts, Verhandeln internationaler Verträge

B. Recht für Tourismusmanager (in deutscher Sprache):

- Pauschalreise
- AGB im Reiserecht
- Individualreise, insbesondere Flugreise (Montrealer Übereinkommen, EU-Verordnungen), einschließlich der Passagierrechte
- Geschäftsreise
- Reisevermittlungsrecht
- Haftungsfragen in der Touristik
- Reiseversicherungen
- Rechtsformen für das Betreiben von Hotels
- Teilzeit-Wohnrecht
- Eventrecht

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen anhand von ausgewählten Fällen und Verträgen

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:**Internationales Vertragsrecht:**

- Schlechtriem, P. & Butler, P.: UN Law on International Sales, Springer, Berlin, aktuelle Auflage
- Ferrari, F. & Leible, S. (eds): Rome I Regulation, Sellier, München, 2009
- Gutmann, D.: Droit international privé, Dalloz, Paris, aktuelle Auflage
- Gildeggen, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte, Vahlen, München, aktuelle Auflage
- Rauscher, T.: Internationales Privatrecht, C.F. Müller, Heidelberg, aktuelle Auflage

Recht für Tourismusmanager:

- Führich, E.: Reiserecht, Beck, München, aktuelle Auflage
- Führich, E.: Basiswissen Reiserecht, Vahlen, München, aktuelle Auflage
- Grant, D. & Mason, S.: Holiday Law, Sweet & Maxwell, London, aktuelle Auflage
- Gülleemann, D.: Veranstaltungsmanagement und Recht, Wolters Kluwer, Köln, aktuelle Auflage
- Py, P.: Droit du tourisme, Dalloz, Paris, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 29.10.2012]

Investition und Finanzierung

Modulbezeichnung: Investition und Finanzierung
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-410
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-410 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-140 Mathematik BITM-210 Jahresabschluss [letzte Änderung 26.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Matthias Gröhl
Dozent: Prof. Dr. Timo Defren Prof. Dr. Matthias Gröhl Prof. Dr. Andy Junker Lehrbeauftragte [letzte Änderung 26.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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 erinnern 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 verstehen können,
- den Kapitalfreisetzungseffekt und Kapazitätserweiterungseffekt beschreiben können,
- Sinn und Zweck der horizontalen Kapitalstrukturregeln verstehen sowie die Berechnungsformeln anwenden können,
- den langfristigen und kurzfristigen Kapitalbedarf ermitteln können,
- eine kurzfristige Liquiditätsplanung erstellen können.

[letzte Änderung 26.10.2012]

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 26.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Übung

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

Becker, H.P.: Investition und Finanzierung, akt. Aufl., Gabler, Wiesbaden.
Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft : Analyse, Entscheidung und Umsetzung, akt. Aufl., Pearson, München.
Bieg, H./Kußmaul, H.: Investition, akt. Aufl., Vahlen, München.
Bieg, H./Kußmaul, H.: Finanzierung, akt. Aufl., Vahlen, München.
Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, akt. Aufl., NWB, Herne.
Däumler, K.-D./Grabe, J.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeits-rechnung, akt. Aufl., NWB, Herne und Berlin.
Gräfer, H. /Schiller, B. /Rösner, S.: Finanzierung, akt. Aufl., ESV, Berlin.
Jahrmann, F.-U.: Finanzierung, akt. Aufl., NWB, Herne.
Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, akt. Aufl., Vahlen München.
Wöhe, G. / Bilstein, J. / Ernst, D. / Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmens-finanzierung, akt. Aufl., Vahlen, München.
Zantow, R.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, akt. Aufl., Pearson, München.

[letzte Änderung 26.10.2012]

Jahresabschluss

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

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL

[letzte Änderung 25.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-410 Investition und Finanzierung

BITM-412 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung

BITM-W-18 Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management

[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Timo Defren

Dozent:

Prof. Dr. Jochen Pilhofer

Prof. Dr. Günter Pochmann

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

- Vermittlung der Grundlagen des Jahresabschlusses und der Jahresabschlusspolitik
- Reflexion der Bestandteile des Jahresabschlusses
- Grundbegriffe der internationalen Rechnungslegung
- Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung
- Verständnis für die Bilanzierung gemäß Bilanzansatz und Bilanzbewertung
- Abstrakte und konkrete Bilanzierungsfähigkeit
- Kenntnisse im Bereich der Zugangs- und Folgebewertung der wesentlichen Jahresabschlussposten
- Sensibilisierung für Besonderheiten des Jahresabschlusses im Tourismus und bei Verkehrsunternehmen

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

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

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung, Fallstudien
 [letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf, aktuelle Auflage.
 Bieg, H. u. a.: Handbuch der Rechnungslegung nach IFRS. Wiesbaden, aktuelle Auflage.
 Bieg, H./ Kußmaul, H.: Externes Rechnungswesen, München, aktuelle Auflage.
 Coenenberg, A.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart, aktuelle Auflage.
 Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin 2011
 Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Wiesbaden, aktuelle Auflage.
 Grefe, C.: Kompakt-Training Bilanzen, Ludwigshafen, aktuelle Auflage.
 Kudert, S./Sorg, P.: Rechnungswesen leicht gemacht, Berlin, aktuelle Auflage 2011
 Meyer C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Herne/Berlin, aktuelle Auflage.
 Wöhe, G./Kußmaul, H., Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München 2010
 Wichtige Wirtschaftsgesetze, aktuelle Auflage, NWB-Verlag.
 Wichtige Steuergesetze, aktuelle Auflage, NWB-Verlag.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Kolloquium

Modulbezeichnung: Kolloquium
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-692
SWS/Lehrform: 2V (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 3
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Schriftl.Ausarbeitung(zur Praxisphase)mit Präsentation(zu Praxisphase+Abschlussarbeit)/Gewichtung 1:1/ Wdh semesterweise
Zuordnung zum Curriculum: BITM-692 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 6. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 3 Creditpoints 90 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 60 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

abgeschlossenes Grundlagenstudium

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

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

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Prof. Dr. Achim Schröder

Prof. Dr. Nicole Schwarz

Lehrbeauftragte

[*letzte Änderung 31.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Das Kolloquium ist eine besondere Prüfungsleistung. Es soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, die im Rahmen des Studiums, der praktischen Studienphase und der Abschlussarbeit erworbenen Kompetenzen anzuwenden.

Das Kolloquium besteht im wesentlichen aus 3 Teilen. Der erste Teil ist eine Information zum Thema wissenschaftliches Arbeiten, die in der Regel vor dem 6. Semester durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften angeboten wird. Der zweite Teil (Kurzpräsentation zur praktischen Studienphase) und dritte Teil (Präsentation zur Abschlussarbeit) sind Prüfungsleistungen der Studierenden, die im Rahmen einer Präsentation abgeprüft werden. Die Präsentation findet in der Regel am Ende des 6. Semesters statt.

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Inhalt:

-Das Kolloquium kann von einer Professorin/einem Professor oder einer/einem Lehrbeauftragten, die/der auf Antrag des Prüfungsausschusses einen entsprechenden Prüfungsauftrag erhalten hat, durchgeführt werden.

-Kurzpräsentation zur praktischen Studienphase (Unternehmen, Zeitraum und Tätigkeiten)

-Präsentation zur Abschlussarbeit

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Lehrmethoden/Medien:

Das Kolloquium ist eine besondere Prüfungsleistung. Es soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, die im Rahmen des Studiums, der praktischen Studienphase und der Abschlussarbeit erworbenen Kompetenzen anzuwenden.

Interaktive Veranstaltung mit starker Beteiligung der Studierenden
(wissenschaftliches Kolloquium, Präsentation, Diskussion, Dokumentation
[letzte Änderung 05.09.2011])

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111, BITM-320, BITM-510 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird aktuelle unternehmensspezifische Literatur empfohlen (Handbücher der Unternehmen, Unternehmenspräsentationen etc.) sowie Fachzeitschriften.

Insbesondere zu empfehlen:

- Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
 - Theisen, M.R., Wissenschaftliches Arbeiten, Verlag Vahlen, München, aktuellste Auflage
 - Franz, Susanne, Powerpoint, Verlag Markt und Technik, München, aktuellste Auflage
 - Kornmeier, M., Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten - Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, aktuellste Auflage
 - Minto, B., Das Pyramiden-Prinzip Logisches Denken und Formulieren, Econ, Düsseldorf, 1993 (Urheberin und Ex-McKinsey)
- [letzte Änderung 29.10.2012]

Kostenrechnung im Tourismus

Modulbezeichnung: Kostenrechnung im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-310
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-310 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-110 Grundlagen BWL

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-W-18 Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Michael Zell

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden

- sind in der Lage die grundlegenden Begriffe der Kostenrechnung wiederzugeben und kennen die Aufgaben des internen Rechnungswesens.
- verfügen über ein grundlegendes Verständnis über den Aufbau und den Ablauf der Teilbereiche Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträgerrechnung.
- kennen die grundlegenden Konzepte und Instrumente der oben 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 25.10.2012*]

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 25.10.2012*]

Lehrmethoden/Medien:

Die Lehrveranstaltung umfasst Vorlesung, Übungsaufgaben und Fallstudien.
 [letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

Benz, C.: Touristikkostenrechnung, Gabler Verlag, aktuelle Auflage.
 Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung 1, 8. Aufl., nbw Verlag, Herne/Berlin, aktuelle Auflage.
 Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Wiesbaden, aktuelle Auflage.
 Posluschny, P., Kostenrechnung für die Gastronomie, 3. Aufl., München, 2010.
 Zell, M., Kosten- Performancemanagement: Grundlagen Instrumente Fallstudie, Gabler-Verlag, 2008.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Makroökonomie

Modulbezeichnung: Makroökonomie

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-350

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 3

Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:
 Englisch

Prüfungsart:
 Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:
 BITM-350 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:
 Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):
 BITM-120 Mikroökonomie
 [letzte Änderung 25.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-520 Außenwirtschaft
[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Christian Conrad

Dozent:

Prof. Dr. Christian Conrad
[letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studenten können:

1. die Grundzüge der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wiedergeben.
2. zentrale makroökonomische Größen, wie das Bruttoinlandsprodukt erklären und in den makroökonomischen Gesamtkontext einordnen.
3. die Komponenten und Determinanten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und des gesamtwirtschaftlichen Angebots nennen und vergleichen.
4. das Zusammenspiel von gesamtwirtschaftlicher Nachfrage und gesamtwirtschaftlichem Angebot angebots- und nachfrageseitig erklären und das Gleichgewicht auf den verschiedenen Modellmärkten errechnen.
5. wirtschaftliche Krisen wie die Große Depression 1929 und die Finanzkrise 2007/2008 makroökonomisch erklären und die richtigen Wirtschaftspolitischen Maßnahmen herleiten.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

0. Introduction
1. Macroeconomic accounting (MA)
2. Neoclassic macro model
3. Inflation
4. The monetary policy of the European Central Bank
5. Business cycles and unemployment
6. The Keynes Theory

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Übung
[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

European Central Bank: The implication of monetary policy in the euro area, Frankfurt, newest edition.
Felderer, Bernhard/Homburg, Stefan: Macroeconomics and New Macroeconomics, Berlin, newest edition.
Frenkel, Michael: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, newest edition.
Mankiw, Gregory N.: Macroeconomics, London, New York, newest edition.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Management in der Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Management in der Tourismuswirtschaft
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-320
SWS/Lehrform: 8V (8 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 10
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-320 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 120 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 10 Creditpoints 300 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 180 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus [letzte Änderung 25.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-430 Interkulturelle Kompetenz BITM-510 Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik BITM-530 Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme BITM-580 Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie BITM-W-01 Destinationsmanagement BITM-W-02 Entrepreneurship im Tourismus BITM-W-03 Freizeit- und Adventure-Management BITM-W-04 Hotelmanagement BITM-W-05 Kommunikationspolitik im Tourismus BITM-W-06 Kulturmanagement BITM-W-07 MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events) BITM-W-08 Mobilitätsmanagement BITM-W-09 Reiseveranstaltung BITM-W-10 Sportmanagement BITM-W-11 Qualitätsmanagement im Tourismus BITM-W-12 Tourismussoziologie und psychologie BITM-W-13 Wellness- und Gesundheitstourismus BITM-W-14 American Spring Academy BITM-W-18 Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management [letzte Änderung 30.10.2012]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost
Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Prof. Dr. Achim Schröder
Prof. Dr. Nicole Schwarz
Lehrbeauftragte
[letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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, 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

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 25.10.2012]

Inhalt:

- Grundlagen zum Management in der Tourismuswirtschaft (Grundbegriffe und Besonderheiten im Tourismusmanagement)
- Grundlagen des Projekt- und Prozessmanagement (Projektorganisation, Führungsorganisation, Organisatorischer Wandel)
- Strategisches und operatives Management im Tourismus
- Gestaltungsfelder innerhalb des Marketing-Mix im Tourismus (Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik und insbesondere Prozesspolitik)
- Planungs- und Steuerungsmethoden im Projektmanagement im Tourismus (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, 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 25.10.2012]

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 tourism, 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
- 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
- Cooper, C. (u. a.) (Hrsg.), Tourism development environmental and community issues, aktuellste Auflage
- Deresky, Global Management, Strategic and Interpersonal, New Jersey
- 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
- Dettmer, H. (Hrsg.), Tourismus-Marketing-Management, Oldenbourg, München, 1999
- Dülfer, E.: International Management in Diverse Cultural Areas / Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, München/Wien 1999 (zweisprachiges Buch!).
- Franz, S., Powerpoint, Verlag Markt und Technik, München aktuellste Auflage
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
- Hasenstab, M.: Interkulturelles Management, Berlin 1999.
- 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
- 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: CAB International
- 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
- Forsberg, K. et al, (2000), Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.
- Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
- 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 Aufl
- [letzte Änderung 25.10.2012]

Marketing und Marktforschung im Tourismus

Modulbezeichnung: Marketing und Marktforschung im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-240
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftl. Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-240 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-140 Mathematik [letzte Änderung 25.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
BITM-530 Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme
BITM-580 Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie
BITM-W-01 Destinationsmanagement
BITM-W-02 Entrepreneurship im Tourismus
BITM-W-03 Freizeit- und Adventure-Management
BITM-W-04 Hotelmanagement
BITM-W-05 Kommunikationspolitik im Tourismus
BITM-W-06 Kulturmanagement
BITM-W-07 MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events)
BITM-W-08 Mobilitätsmanagement
BITM-W-09 Reiseveranstaltung
BITM-W-10 Sportmanagement
BITM-W-11 Qualitätsmanagement im Tourismus
BITM-W-12 Tourismussoziologie und psychologie
BITM-W-13 Wellness- und Gesundheitstourismus
BITM-W-14 American Spring Academy
BITM-W-18 Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management
[*letzte Änderung 30.10.2012*]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder
Prof. Dr. Nicole Schwarz
[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

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 reflektieren,
- die Bedeutung der Konsumentenverhaltensforschung auszudrücken,
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) aufzuzeigen sowie mit branchenspezifischen und internationalen Besonderheiten in Bezug zu setzen,

- 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 25.10.2012]

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, Distributionspolitik, Prozesspolitik in internationalen Tourismusunternehmen

Marktforschung

- Grundlagen und Aufgaben der Marktforschung
- Unterschiedliche Formen von Marktforschung (Primär-/Sekundär-, Eigen-/Fremd-, quantitative/qualitative Marktforschung)
- Phasen und Konzeption des Marktforschungsprozesses
- Bedeutung von Information im Marketingentscheidungsprozess
- Auswahlverfahren
- Methoden und Instrumente der Informationsgewinnung

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung und Übung

Fallbeispiele aus dem Tourismus, z.B. Konkurrenzanalyse, Destinationsforschung, Gästebefragung

[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler, Wiesbaden, aktuelle Auflage

Fantapié Altobelli, Claudia: Marktforschung : Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage

Fantapié Altobelli, Claudia; Hoffmann, Sascha: Grundlagen der Marktforschung, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage

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

Koch, Jörg: Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage

Kotler, P. et al: Grundlagen des Marketing. München: Pearson Studium, aktuelle Auflage

Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München, Vahlen, aktuelle Auflage

Meffert, H. et al.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler, aktuelle Auflage

Meffert, Heribert et al.: Internationales Marketing-Management, Kohlhammer, Stuttgart, aktuelle Auflage

Meffert, Manfred; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen -Konzepte Methoden, Gabler, Wiesbaden, aktuelle Auflage

Schnell/Hill/Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage

Seitz, Erwin; Meyer, Wolfgang: Tourismusmarktforschung, Vahlen, München, aktuelle Auflage
Marktforschungsstudien im Tourismus, z.B. Reiseanalyse, Deutscher Reisemonitor, Tourismus in Zahlen

[letzte Änderung 25.10.2012]

Mathematik

Modulbezeichnung: Mathematik

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-140

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 1

Pflichtfach: ja

<p>Arbeitssprache: Englisch/Deutsch</p>
<p>Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)</p>
<p>Zuordnung zum Curriculum: BITM-140 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Pflichtfach</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-230 Statistik BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-410 Investition und Finanzierung BITM-W-19 Betriebliche Informationssysteme / SAP [<i>letzte Änderung 29.10.2012</i>]</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Teresa Melo</p>
<p>Dozent: Prof. Dr. Teresa Melo Dozenten des Studiengangs [<i>letzte Änderung 25.10.2012</i>]</p>

Lernziele/Kompetenzen:

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

- ökonomische Probleme in der Sprache der Mathematik zu modellieren,
- die Grundformalismen der Differential- und Integralrechnung sowie der Matrizenrechnung zu erklären,
- fundamentale mathematische Methoden der Analysis und der linearen Algebra an kleinen Beispielen zu erproben,
- Grundkonzepte und Rechenmethoden der Finanzmathematik im Hinblick auf Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung zu beherrschen,
- ökonomische lineare Optimierungsprobleme zu modellieren und zu lösen,
- die Eigenschaften und Anwendungsmöglichkeiten mathematischer Methoden aufzuzeigen und deren Grenzen einzuschätzen,
- die mittels mathematischer Methoden erhaltenen Ergebnisse ökonomisch zu interpretieren und umzusetzen,
- analytische Fähigkeiten durch selbständiges Lösen von Aufgaben aus dem Themenbereich zu entwickeln.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Differentialrechnung:

- Funktionen einer Veränderlichen, Differentiationsregeln
- Anwendung der Differentialrechnung auf betriebswirtschaftliche Grundfunktionen
- Funktionsbegriff mit mehreren Veränderlichen, partielle Ableitung, Extremwerte mit und ohne Berücksichtigung von Nebenbedingungen

Integralrechnung:

- Begriff der Stammfunktion, elementare Integrationsregeln
- Spezielle Integrationstechniken: partielle Integration, Substitution
- Bestimmtes Integral und ökonomische Anwendungen der Integralrechnung

Elemente der Finanzmathematik:

- Verzinsungsmodelle
- Rentenrechnung
- Tilgungsrechnung

Grundzüge der linearen Algebra:

- Beschreibung von betriebswirtschaftlichen Prozessen mit Hilfe von Matrizen (z.B. Produktionsprozesse)
- Elementare Rechnungen mit Matrizen, Matrizenmultiplikation
- Erstellung linearer Gleichungssysteme und Lösungsmethoden (z.B. Gauß-Algorithmus)

Lineare Optimierung:

- Modellbildung für betriebswirtschaftliche Problemstellungen (z.B. Produktion, Logistik, Marketing, Investition)
- Grafische Lösungsmethode für lineare Optimierungsprobleme
- Simplex-Methode und ökonomische Interpretation von optimalen Lösungen

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vortrag und Diskussion in der Großgruppe, 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 02.09.2011*]

Literatur:

Gohout, Operations Research: Einige ausgewählte Gebiete der linearen und nichtlinearen Optimierung, 4. erw. Auflage, Oldenbourg Verlag, 2009

Karmann, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 6. Auflage, Oldenbourg Verlag, München/Wien, 2008

Luderer, Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, 8. überarb. u. erw. Auflage, Vieweg+ Teubner, Wiesbaden, 2011

Salomon/Poguntke, Wirtschaftsmathematik, 2. Auflage, Fortis Verlag, Köln, 2003

Sydsaeter/Hammond, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug, 3. Auflage, Pearson Studium, München, 2008

Tietze, Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 15. Auflage, Vieweg, Wiesbaden, 2010

Tietze, Einführung in die Finanzmathematik - Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen: Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, Derivative Finanzinstrumente, 10. aktualisierte Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden, 2010

Werners, Grundlagen des Operations Research mit Aufgaben und Lösungen, 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg, 2008

Zimmermann: Operations Research: Methoden und Modelle für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker, 2. Auflage, Vieweg, Wiesbaden, 2008

Englische Literatur:

Hillier, Lieberman: Introduction to Operations Research, 9th edition, McGraw Hill Higher Education, 2010

Simon, Blume: Mathematics for Economists, W.W. Norton Company, New York, London, 1994

Sydsæter, Hammond: Essential Mathematics for Economic Analysis; 3rd edition, Prentice Hall, 2008

Sydsæter, Hammond, Seierstad, Strøm: Further Mathematics for Economic Analysis, 2nd edition, Prentice Hall, 2008

Winston: Operations Research: Applications and Algorithms, 4th edition, Duxbury Press 2004

[*letzte Änderung 02.09.2011*]

Mikroökonomie

Modulbezeichnung: Mikroökonomie

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-120

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-120 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-350 Makroökonomie BITM-510 Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik BITM-520 Außenwirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Gustav Vogt
Dozent: Eleonore Martin M. Sc. Andreas Reichert [letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Der/die Studierende soll nach erfolgreicher Teilnahme

- komplexe mikroökonomische Sachverhalte mittels abstrahierenden Denkens beschreiben und erklären können
- das methodische Wissen insbesondere bei der mikroökonomischen Analyse des Verhaltens von Haushalten und Unternehmen in verschiedenen Marktformen anwenden können
- Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Bausteinen und Themengebieten der Mikroökonomie herstellen können
- mikroökonomische Fragestellungen aus der Sicht unterschiedlicher Denkansätze beschreiben können
- durch kritische Reflexionen mögliche Grenzen der mikroökonomischen Denkweise aufzeigen können
- sich in Gruppen anhand von Fachliteratur selbständig in neue Fragestellungen einarbeiten können

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Grundbegriffe der Volkswirtschaftslehre, Güternachfrage, Grundlagen der Produktionstheorie, Grundlagen der Kostentheorie, Güterangebot, Märkte und Preisbildung, Preisbildung bei vollständiger Konkurrenz, Preisbildung im Monopol, Preisbildung bei monopolistischer Konkurrenz, Preisbildung im Oligopol, Spieltheoretische Lösungsansätze, Marktversagen (asymmetrische Information, externe Effekte, öffentliche Güter)

[letzte Änderung 01.09.2011]

Lehrmethoden/Medien:

Lehrvortrag, Übungen

Die Lehrveranstaltung ist methodisch als eine Mischung aus Vorlesung und Übung konzipiert, in der die Studierenden mit den Prinzipien ökonomischen Denkens sowie den Instrumenten ökonomischer Analyse vertraut gemacht werden (verbal, grafisch, mathematisch).

[letzte Änderung 01.09.2011]

Literatur:

- Mankiw, N. G., Taylor, M. P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, neueste Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
- Pindyck, R. S., Rubinfeld, D.L., Mikroökonomie, neueste Auflage, Pearson Studium, München
- Schumann, J., Meyer, U., Ströbele W., Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, neueste Auflage, Berlin u.a.
- Varian, H. R., Grundzüge der Mikroökonomik, neueste Auflage, Oldenbourg, München
- Vogt, G., Faszinierende Mikroökonomie, neueste Auflage, Oldenbourg,

[letzte Änderung 25.10.2012]

Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik

Modulbezeichnung: Nachhaltige Tourismusökonomie und -politik
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-510
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Schriftl. Ausarbeitung (ca. 20 Seiten) mit Präsentation (ca. 30 Minuten) (Gewichtung 1:1; Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-510 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 5. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-120 Mikroökonomie BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Ausgehend von einigen theoretischen Grundlagen der Wirtschaftspolitik und einer Diskussion zu zentralen ordnungspolitischen Fragen, sollen die Studierenden ihre im Rahmen der mikro- und makroökonomischen Lehrveranstaltungen gewonnene Kenntnisse vertiefen und auf wesentliche Handlungsfelder der Wirtschafts- und Tourismuspolitik anwenden. Dabei geht es zunächst um das Kennenlernen von Instrumenten und ihren Wirkungsweisen, aber auch um die Bedeutung institutioneller Rahmenbedingungen. Insgesamt sollen die Studierenden einen Einblick gewinnen in die Möglichkeiten und Grenzen wirtschaftspolitischen Handelns im Tourismus (insbesondere Leitbild des nachhaltigen Tourismus und Ansätze der politischen Ökonomie im Tourismus).

Sensibilisierung der Studierenden für

- ökonomische Bedeutung des Tourismus
- verschiedenen Akteure im Tourismus (Einfluss- und Entscheidungsträger)
- Managementbereiche in der touristischen Praxis (Managementkonzept, Normative Planung, Wirtschafts- und Unternehmensethik, strategisches Management)

Erwerb von tourismuswirtschaftlicher Urteils- und Handlungskompetenz
Gestaltung (-sfähigkeit) (inter-) nationaler Wirtschafts- und Tourismuspolitik

Erwerb der Methodenkompetenz zur Analyse der (inter-) nationalen Wirtschafts- und Tourismuspolitik unter Berücksichtigung der tourismusspezifischen Besonderheiten

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, Marktteilnehmern (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

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

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationaler Tourismuspolitik
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Politikkonzepte
- Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden
- Sozialkompetenz
- Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere Politik- und Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die Tourismus- und Verkehrsbranche

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten der Teamarbeit und die Anwendung moderner Präsentationstechniken sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Theoretische Grundlagen der Wirtschaftspolitik
 - Allokatives Marktversagen und die Rolle des Staates
 - Haushaltsprozess in der Bundesrepublik Deutschland
 - Spezielle Wirtschaftspolitik mit besonderen aktuellen und/oder touristischen Bezügen
 - Wachstumspolitik, Konjunkturpolitik, Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik, Geldpolitik (Preisniveaustabilisierungspolitik), Regionalpolitik, Umweltpolitik, Entwicklungspolitik
 - Definition von Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - Zusammenhänge und Probleme in Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - tourismuswirtschaftliche Kennziffern
 - Träger, Ziele und Instrumente der Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - Besonderheiten der Wirtschafts- und Tourismuspolitik
 - Leitbild des nachhaltigen Tourismus
 - Ansätze der politischen Ökonomie im Tourismus
 - Neuere Ansätze in der Volkswirtschaftslehre (Moderne Konsumtheorie, Institutionenökonomie, Spieltheorie)
 - Managementbereiche in der touristischen Praxis (Managementkonzept, Normative Planung, Wirtschafts- und Unternehmensethik, strategisches Management)
- [letzte Änderung 05.09.2011]

Lehrmethoden/Medien:

Seminaristische Vorlesung, Segeln Selbstgesteuertes Lernen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten, Diskussion mit Studierenden und auch Externen 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 29.10.2012]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die im Modul BITM-320 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird folgende Literatur empfohlen:

- Bartling, H., Luzius, F., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Vahlen, München, neuste Auflage
- Becker, C. u. a. Tourismus und nachhaltige Entwicklung, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1996
- Bieger, T., Tourismuslehre Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., 2004
- Böventer, E. von, Ökonomische Theorie des Tourismus, Campus, Frankfurt, 1989
- Branchenreport "Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung" aktuellste Auflage.
- Clausen, A., Grundwissen Unternehmensethik, Stuttgart, 2010
- Club of Rome, Die erste globale Revolution Bericht zur Lage der Welt 20 Jahre nach Die Grenzen des Wachstums, Frankfurt/M., 1992
- Conrad, C., Moral und Wirtschaftskrisen, Enron, Hamburg 2010
- Dietzfelbinger, D., Praxisleitfaden Unternehmensethik, Wiesbaden, 2008
- Freyer, W. (Hrsg.), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 7. Auflage, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Göbel, E., Unternehmensethik, Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart 2010
- Götzelmann, A., Wirtschaftsethik Workshop kompakt, Norderstedt, 2010
- Kaspar, C., Die Tourismuslehre im Grundriss, 5. Auflage, Haupt, Bern u. a., 1996
- Koch, Walter und Christian Czogalla: Grundlagen der Wirtschaftspolitik, UTB, Stuttgart aktuellste Auflage
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Mundt, J., Einführung in den Tourismus, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Mundt, J., Tourismuspolitik, Oldenbourg, München, 2004
- Mussel, Gerhard und Jürgen Pätzold: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 4. Auflage. Vahlen Verlag, München 2001
- Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland, Band 10: Freizeit und Tourismus, Institut für Länderkunde Leipzig (Hrsg.), Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, Berlin, 2000
- Noll, B., Grundriss Wirtschaftsethik, 2010
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, 2001
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Ramb, B.-T., Tietzel, M. (Hrsg.), Ökonomische Verhaltenstheorie, Vahlen, München, 1993
- Rockenbach, Ralf, Verkehrskonzeptionen für die Zukunft unter besonderer Berücksichtigung des Fahrradverkehrs Eine ökonomisch-politische Analyse, Lang, Frankfurt, 1996
- Schelling, T., Micromotives and Macrobbehavior, Norton, New York, 1978
- Schröder, A., Das Phänomen der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raumzeitlicher Systeme im Tourismus, Materialien zur Fremdenverkehrsgeografie, Heft 68, Trier, 2010
- Zimmermann, Horst und Klaus-Dirk Henke: Finanzwissenschaft, Vahlen Verlag, München, aktuellste Auflage
- [letzte Änderung 29.10.2012]

Praktische Studienphase

Modulbezeichnung: Praktische Studienphase
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-690
SWS/Lehrform: 12P (12 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 15
Studiensemester: 6
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Wnn die praktische Studienphase formal nachgewiesen wird, gilt sie als bestanden; Bewertung erfolgt im Modul BITM-692.
Zuordnung zum Curriculum: BITM-690 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 6. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 180 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 15 Creditpoints 450 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 270 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: abgeschlossenes Grundlagenstudium [letzte Änderung 05.09.2011]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Petra Garnjost Prof. Dr. Ralf Rockenbauch Prof. Dr. Achim Schröder Prof. Dr. Nicole Schwarz [letzte Änderung 30.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die praktische Studienphase ist eine besondere Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, die bisher erworbenen Kompetenzen in der Praxis anzuwenden.

- (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 § 58 Abs. 1 FhG 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 eingesetzt war und die Tätigkeiten im Unternehmen den Studieninhalten des Studiengangs entsprechen.
- (5) Die praktische Studienphase ist im nicht-deutschsprachigen Ausland zu verbringen. Ausländische Studierende, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, können die praktische Studienphase auf Antrag auch in Deutschland verbringen

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Die praktische Studienphase kann von einer Professorin/einem Professor oder einer/einem Lehrbeauftragten, die/der auf Antrag des Prüfungsausschusses einen entsprechenden Prüfungsauftrag erhalten hat, ausgegeben und betreut werden.
- Die/der Studierende hat das Recht, eine Professorin/einen Professor oder eine Lehrbeauftragte/einen Lehrbeauftragten seiner Wahl für die Betreuung ihrer/seiner praktische Studienphase vorzuschlagen.
- Unternehmen, Zeitraum und Tätigkeiten sind aktenkundig zu machen.
- Die/der Studierende ist selbstständig für die Organisation der praktischen Studienphase zuständig.
- Über die praktische Studienphase ist eine Dokumentation zu erstellen.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Die praktische Studienphase ist eine besondere Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, die bisher erworbenen Kompetenzen in der Praxis anzuwenden.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-111, BITM-320, BITM-510 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird aktuelle unternehmensspezifische Literatur empfohlen (Handbücher der Unternehmen, Unternehmenspräsentationen etc.) sowie Fachzeitschriften.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Soft-Skills und Office Management

Modulbezeichnung: Soft-Skills und Office Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-280
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-280 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Gustav Vogt
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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

- frei, sicher und souverän vor einer Gruppe zu sprechen
 - die Grundsätze einer substanziell überzeugenden Argumentation benennen und in konkreten Gesprächen und Vorträgen anwenden zu können
 - die Kriterien einer gelungenen Präsentation u.a. mit PowerPoint wiederzugeben und anzuwenden
 - mit Hilfe einer Textverarbeitung Dokumente zu erstellen
 - mit einem Tabellenkalkulationsprogramm umzugehen
- [letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Soft Skills

- freier Vortrag
- überzeugender Sprechstil
- Schulung der Sprechtechnik
- souveräne Körpersprache
- überzeugende Argumentation
- Abbau von Lampenfieber

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 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

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

[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

- Hartmann, M., Funk, R. und Nietmann, H.: Präsentieren, neueste Auflage, Verlag Beltz
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 2010 für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim, 2010.
Von Braunschweig, C., Spieß, S., Stulle, K.: Word 2010 für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim, 2010.
Wies, P.: Excel 2010 für Windows Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim, 2010.
Wies, P.: Excel 2010 für Windows Fortgeschrittene Techniken, Herdt-Verlag

[letzte Änderung 25.10.2012]

Statistik

Modulbezeichnung: Statistik
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-230
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Klausur
Zuordnung zum Curriculum: BITM-230 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-140 Mathematik [letzte Änderung 25.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Teresa Melo
Dozent: Prof. Dr. Teresa Melo Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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

- wirtschaftlich grundlegende Konzepte der deskriptiven Statistik zur univariaten und bivariaten Datenanalyse zu beschreiben,
- Konzepte zur grafischen Darstellung von empirischen Daten auszuführen,
- geeignete Verfahren für eine statistische Datenanalyse auszuwählen und diese eigenständig für begrenzte Untersuchungsgegenstände anzuwenden,
- Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen statistischen Merkmalen zu identifizieren,
- Zufallsphänomene mit Hilfe von Konzepten der Wahrscheinlichkeitstheorie zu beschreiben und zu modellieren,
- grundlegende Methoden der Wahrscheinlichkeitstheorie zu beschreiben und auf exemplarische ökonomische Situationen anzuwenden,
- die wichtigsten diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen (u.a. Binomial- und Normalverteilung) anzuwenden,
- grundlegende Verfahren der schließenden Statistik wie das Prinzip von Punkt- und Intervallschätzern und das Testen von Hypothesen zu erläutern,
- Probleme der betriebswirtschaftlichen Praxis mit Hilfe adäquater statistischer Methoden zu lösen und die erhaltenen Ergebnisse zu interpretieren,
- den Anwendungsbezug zu anderen Feldern des betriebswirtschaftlichen Studiums und dessen Praxis herzustellen,
- die Grenzen der verwendeten statistischen Methodik zu identifizieren und kritisch zu diskutieren.

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Deskriptive Statistik:

- Klassifizierung von Merkmalen
- Häufigkeitstabellen für klassierte und nicht klassierte Daten
- Grafische Darstellung univariater Datensätze
- Beschreibung univariater Datensätze mit Hilfe von Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaßen
- Bivariate Datenanalyse: Grafische Darstellung von Datensätzen und Untersuchung des Zusammenhangs statistischer Merkmale (Kontingenz, Korrelation, Rangkorrelation)
- Lineare Regression
- Statistiksoftware (z.B. SPSS)

Wahrscheinlichkeitsrechnung:

- Wahrscheinlichkeitsbegriffe: Laplace-Wahrscheinlichkeit, statistische Wahrscheinlichkeit, Wahrscheinlichkeit nach Kolmogorov
- Elementare Rechenregeln, Satz der totalen Wahrscheinlichkeit, Satz von Bayes
- Diskrete und stetige Zufallsvariablen
- Spezielle Verteilungsmodelle (u.a. Binomial- und Normalverteilung)

Schließende Statistik:

- Eigenschaften und Konstruktion von Schätzfunktionen
 - Schätzung von Parametern (Punkt- und Intervallschätzung)
 - Formulierung statistischer Hypothesen
 - Testverfahren für Erwartungswerte, Anteilswerte und Varianzen
- [letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vortrag und Diskussion in der Großgruppe, 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.

Fallbeispiele aus dem Tourismus, z.B. Konkurrenzanalyse, Destinationsforschung, Gästebefragung
[letzte Änderung 02.09.2011]

Literatur:

Bamberg, Baur, Krapp: Statistik, 14. korr. Auflage, Oldenbourg, 2008
Bamberg, Baur, Krapp: Statistik - Arbeitsbuch, 8. überarb. Auflage, Oldenbourg, München, 2008
Caputo, Fahrmeir, Künstler, Lang, Pigeot-Kübler, Tutz: Arbeitsbuch Statistik, 5. Auflage, Springer, Berlin, 2009
Fahrmeir, Künstler, Pigeot, Tutz: Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, 6. überarbeitete Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2007
Mosler, Schmid: Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik, 3. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2006
Mosler, Schmid: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, 2. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2006
Schira: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 3., aktualisierte Auflage, Pearson Studium, 2009
Schwarze: Grundlagen der Statistik, Band 1, 11. vollständig über. Auflage, Reihe: NWB Studium Betriebswirtschaft, nwb Verlag, 2009
Schwarze: Grundlagen der Statistik, Band 2: Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, 9. vollständig über. Auflage, Reihe: NWB Studium Betriebswirtschaft, nwb Verlag, 2009
Toutenburg, Heumann: Arbeitsbuch zur deskriptiven und induktiven Statistik, 2. Auflage, Springer, 2009
Toutenburg, Heumann: Deskriptive Statistik: Eine Einführung in Methoden und Anwendungen mit R und SPSS, 6. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2008
Toutenburg, Heumann: Induktive Statistik: Eine Einführung mit R und SPSS, 4. überab. und erw. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2008

Englische Literatur:

Aczel: Complete Business Statistics, McGraw Hill, 2006
Bowerman, O'Connell, Murphree: Business Statistics in Practice, 6th edition, McGraw-Hill/Irvin, 2011
Dretzke: Statistics with Microsoft Excel, 4th edition, Pearson, 2009
Field: Discovering Statistics using SPSS, 3rd edition, SAGE Publications, 2009
Sweeney, Williams, Anderson: Fundamentals of Business Statistics, 6th edition, Cengage Learning Emea, 2011

[letzte Änderung 25.10.2012]

Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie

Modulbezeichnung: Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-580
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5

Pflichtfach: ja
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-580 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 5. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [<i>letzte Änderung 29.10.2012</i>]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [<i>letzte Änderung 29.10.2012</i>]
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden sollen in der Lage sein: - die Bedeutung räumlicher Unterschiede in Natur, Wirtschaft und Kultur als Triebfeder des Tourismus aufzuzeigen und im Rahmen von Managementstrategien zu berücksichtigen, - räumliche Ausstattungs- und Standortfaktoren zu erfassen sowie deren Potenzial zur touristischen Inwertsetzung kritisch zu analysieren, - (regional-) wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus und dessen Bedeutung für die regionalwirtschaftliche Entwicklung abzubilden und mit ökologischen und sozio-kulturellen Effekten in Bezug zu setzen, - Kenntnisse und grundlegende Methoden der Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie in eigenen Projekten praxisnah anzuwenden, die zentralen Ergebnisse zu dokumentieren und der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren. [<i>letzte Änderung 29.10.2012</i>]

Inhalt:

- Grundlagen der Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie
- Tourismus und Raum
- Standortfaktoren im Tourismus: Ursprüngliches und abgeleitetes Angebot
- Geschichte des Reisens und Formen des modernen Tourismus
- Reiseverkehrsgeografie
- Tourismusräume: Strukturen, Wirkungen und Managementstrategien
- Grundlagen der Wirtschafts-, Regional- und Siedlungsplanung
- Ausgewählte Konzepte und Modelle der Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie
- Standort- und Potenzialanalysen
- Regionalmarketing und Destinationsmanagement

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Diskussion mit Studierenden
- Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und ggf. Exkursionen werden die Studierenden zu einer selbstständigen und kritischen Analyse im Rahmen der Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusgeografie angeleitet.
- Projektarbeit

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Becker, C. et al.: Tourismus und nachhaltige Entwicklung, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1996
- Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.
- Bieger, T.: Tourismuslehre Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., aktuelle Auflage
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, 2009
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, 2009
- Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Oldenbourg, München, Wien, aktuelle Auflage
- Hall, C. M.; Page, S.: The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space, Routledge, London, 2006
- Heineberg, H.: Einführung in die Anthropogeographie, Humangeographie, Schöningh, Paderborn, aktuelle Auflage
- Institut für Länderkunde (Hrsg.) Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland. Verschiedene Bände, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, Berlin, versch. Jahrgänge
- Knox, P. L.; Marston, S. A.: Humangeographie, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, , aktuelle Auflage
- Kulke, E.: Wirtschaftsgeographie, Schöningh, Paderborn, aktuelle Auflage
- Schmude, J.: Tourismusgeographie, WBG, Darmstadt, aktuelle Auflage
- Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 29.10.2012]

Wirtschaftsrecht

Modulbezeichnung: Wirtschaftsrecht
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-220
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch

Prüfungsart:

Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise)

Zuordnung zum Curriculum:

BITM-220 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-130 Grundlagen Recht

[letzte Änderung 25.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-412 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Aspekte internationaler Unternehmensbesteuerung

BITM-420 Internationales Vertragsrecht und Recht für Tourismusmanager

[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck

Prof. Dr. Sybille Neumann

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden

- kennen die wichtigsten Vertragstypen im Wirtschaftsrecht; insbesondere das Kaufrecht
- kennen das Handels- und Gesellschaftsrecht
- gehen selbständig mit den relevanten Gesetzestexten um
- verstehen die Relevanz der Vorschriften für die geschäftliche Praxis
- entwickeln Lösungsvorschläge für konkrete Fälle zum Kauf-, Handels- und Gesellschaftsrecht, indem sie das Problem klassifizieren, den Sachverhalt unter die Merkmale der maßgeblichen Vorschriften subsumieren und daraus das Ergebnis ableiten

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Gesamtüberblick über besondere schuldrechtliche Verträge, vertiefend Kaufvertrag nach BGB; exemplarisch anhand des Kaufvertrags Recht der Leistungsstörungen

Handelsrecht: Aufgabe, Funktionen und Aufbau; Kaufmannseigenschaft; Handels- und

Unternehmensregister; Firma; handelsrechtliche Vollmachten; Handelsgeschäfte

Gesellschaftsrecht: Personen- und Kapitalgesellschaften (insb. GbR, OHG, KG, GmbH und AG)

nebst kurzer Vorstellung europäischer Gesellschaftsformen

[letzte Änderung 25.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung anhand von einführenden Fällen mit integrierte Übung zum Lösen von Fällen
Visualisierung durch Stichworte an der Tafel, Folien
Lernmaterial über Internet (Schaubilder, Schemata, Übungsfälle)
[letzte Änderung 25.10.2012]

Literatur:

- Hirsch, Christoph, Schuldrecht Besonderer Teil, Nomos, Baden-Baden, aktuelle Auflage
- Brox, Hans/Walker, Wolf, Besonderes Schuldrecht, C.H. Beck München, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Handelsrechts, Vahlen, München, aktuelle Auflage
- Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Gesellschaftsrechts, Vahlen, München, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 25.10.2012]

Internationales Tourismus-Management (Bachelor) Wahlpflichtfächer

American Spring Academy

Modulbezeichnung: American Spring Academy
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-14
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-14 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 5. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
[*letzte Änderung 30.10.2012*]

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

Prof. Dr. Michael Zell

Dozent:

Prof. Dr. Holger Buck
Prof. Dr. Petra Garnjost
Prof. Dr. Stefanie Jensen
Prof. Dr. Michael Zell
[*letzte Änderung 30.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, sich auf eine Studienexkursion ins Ausland vorzubereiten. Dabei lernen sie, sich die kulturellen Gepflogenheiten, die wirtschaftliche Situation, die politischen Rahmenbedingungen und den geschichtlichen Hintergrund des Gastlandes selbständig anzueignen.

Die Studierenden werden befähigt, englischsprachige Literatur zu wirtschaftswissenschaftlichen und anderen Themen auszuwerten. Ebenso können sie in ausländischen Datenbanken selbständig recherchieren.

Die interkulturellen Aspekte des Moduls befähigen die Studierenden, Sachinformationen aus unterschiedlichen Bereichen zu einem Gesamtbild über das Gastland zu verknüpfen.

Die Studierenden werden durch die unterschiedlichen Projektthemen in die Lage versetzt, komplexe Zusammenhänge aus heterogenen Themenbereichen in englischer Sprache zu präsentieren (ggfs. auch ohne die typischen, in Hörsälen verfügbaren Hilfsmittel).

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls durch die gemeinsamen Treffen mit Studierenden und Vertretern des Gastlandes ihr Einfühlungsvermögen, ihre Kooperationsfähigkeit und ihre Sprachkenntnisse weiterentwickelt. Sie haben außerdem ein hohes Maß an Engagement, Leistungsbereitschaft, Selbstständigkeit und Kreativität unter Beweis gestellt.

Zusätzlich sind die Studierenden nach Abschluss des Moduls in der Lage, sich in einem methodisch geordneten Ablauf auf geschäftliche Besuche und Arbeitstreffen im Ausland vorzubereiten.

[*letzte Änderung 30.10.2012*]

Inhalt:

Schwerpunktmäßige Inhalte der Veranstaltung sind:

- Besuch von Lehrveranstaltungen, Workshops und Diskussionsrunden an der Partnerhochschule in den USA.
- Exkursionen zu Unternehmen und Institutionen im Umfeld der Partnerhochschule bzw. der besuchten Region.

Im Zusammenhang mit diesen Aktivitäten werden Themen aus den Gebieten von Wirtschaft, Kultur, Geschichte und Politik der USA bzw. der besuchten Region ausgearbeitet und präsentiert, zum Beispiel:

- Die Beziehungen zwischen der EU und den USA
- Das politische System der USA
- Wirtschaftliche Beziehungen zwischen US-Bundesstaaten und dem Saarland bzw. Deutschland
- Schlüsselindustrien und wirtschaftliche Situation der besuchten Region
- Entwicklung und Bedeutung des Tourismus in den USA
- Nachhaltigkeitsaspekte in der amerikanischen Wirtschaft
- Vergleichende Darstellung des deutschen und des US-amerikanischen Hochschulsystems
- Der American Dream Anspruch und Realität
- Kulturelle und wirtschaftliche Aspekte der USA als Einwanderungsland
- Vergleich der Rechtssysteme zwischen Deutschland und den USA

[letzte Änderung 30.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Seminar mit freien mündlichen Vorträgen und Diskussionen.

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

Themenbezogene Literaturempfehlungen.

[letzte Änderung 05.09.2011]

Betriebliche Informationssysteme / SAP

Modulbezeichnung: Betriebliche Informationssysteme / SAP

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-W-19

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-19 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-140 Mathematik BITM-330 Daten- und Geschäftsprozessmanagement [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Enrico Lieblang
Dozent: Prof. Dr. Christian Liebig Prof. Dr. Enrico Lieblang Prof. Dr. Stefan Selle Lehrbeauftragte [letzte Änderung 29.10.2012]
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden können: - die Grundlagen der Abwicklung von Geschäftsprozessen mit ERP-Systemen beschreiben und datentechnische Zusammenhänge aufzeigen, - Geschäftsprozesse mit SAP ERP durchführen, - Wissensmanagementsysteme (Technologien, Prozesse und Methoden) beschreiben, - ein Wiki zur Nutzung im Unternehmen installieren, konfigurieren und verwenden - Grundlagen des E-Business wiedergeben, - Webanwendungen mit Hilfe eines CMS bzw. HTML, CSS, JavaScript und PHP erstellen. [letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

1) Enterprise Resource Planning mit SAP

Grundlagen eines ERP-Systems, Stammdatenpflege Einkauf, Einkaufsaktivitäten Banf, Anfrage, Angebot, Bestellung, Bestandsführung, Rechnungsprüfung

Umsetzung der Prozessschritte anhand eines durchgehenden Beispiels

2 a) Wissensmanagementsysteme und neue Medien

Grundbegriffe, Wissenskreislauf, Prozesse und Methoden des Wissensmanagements, Content Management Systeme, Dokumentenmanagementsysteme, Groupware, Workflow Management Systeme, Internet-Suchtechnologien, Business Intelligence, Web 2.0, Wikis, Blogs, soziale Netzwerke.

2 b) E-Business und Internetanwendungen

Architektur von Webanwendungen, Grundbegriffe des E-Business, Gestaltung von Web-Seiten mittels HTML und CSS, Programmiermöglichkeiten mit JavaScript und PHP.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

Vorlesung integriert mit selbstständigem Arbeiten am PC, um konkrete Aufgabenstellungen mit betriebswirtschaftlichen Bezug und Fallbeispiele aus dem Tourismus direkt mit Hilfe geeigneter Anwendungssoftware (SAP ERP, MediaWiki, CMS Joomla) zu lösen. Des Weiteren wird E-Learning als Unterstützung eingesetzt.

[letzte Änderung 05.09.2011]

Literatur:

1) Enterprise Resource Planning mit SAP

- Frick, Gadatsch, Schäffer-Külz: Grundkurs SAP ERP, Vieweg, Wiesbaden 2008.

- Hesseler, Görtz: Basiswissen ERP-Systeme, W3L Herdecke-Witten, 2007.

2 a) Wissensmanagementsysteme und neue Medien

- Probst, G., Raub, S., Romhardt, K.: Wissen managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. 5 Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2006.

- Kilian, D., Krismer, R., Loreck, S., Sagmeister, A.: Wissensmanagement Werkzeuge für Praktiker. 3. Auflage, Linde Verlag, Wien, 2007.

2 b) E-Business und Internetanwendungen

- Kollmann, T.: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2007.

- Münz, S., Nefzger, W.: HTML Handbuch, Franzis Verlag, Poing, 2005.

- Müller, P.: Webseiten Gestalten mit CSS, Markt + Technik, München, 2007.

- Münz, S., Nefzger, W.: JavaScript Referenz, Franzis Verlag, Poing, 2003.

- Kannengiesser, C., Kannengiesser, M.: PHP5 / MySQL5, Franzis Verlag, Poing, 2. Auflage, 2007.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management

Modulbezeichnung: Controlling in ausgesuchten Bereichen im Internationalen Tourismus-Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-18
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-18 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-110 Grundlagen BWL BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-210 Jahresabschluss BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-310 Kostenrechnung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Lehrbeauftragte [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen Dimensionen im Controlling bei touristischen Leistungsträgern
- dem theoretischen Verständnis über Kosten-, Qualitäts- und Risikokontrolle bei touristischen Leistungsträgern
- den Besonderheiten im Rechnungswesen bei touristischen Leistungsträgern
- Controlling-Umfang und Instrumenten in Abhängigkeit vom Projekttypen (Fortschritts-, Maßnahmen-, Ampelcontrolling)
- den Unterschieden zwischen strategischem Controlling vs. operativem Controlling (Implementierung von Strategien, Informationssystem unter besonderer Berücksichtigung des Rechnungswesens, Operatives Controlling)
- Controlling-Instrumenten als neue Instrumente strategischer Unternehmensplanung (Abgrenzung von Prozesscontrolling, Implementierungscontrolling, Plankosten- und Erlösrechnung, Strecken- und Netzergebnisrechnung, BSC, EFQM, Yield-Management, Business-Pläne).

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen im Controlling touristischer Organisationen und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in touristischen Organisationen analysieren und präsentieren

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Controlling-Methoden und Unternehmen
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Tourismus, Sport und Verkehr

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Controlling-Konzepte in der Tourismus-, Sport- und Verkehrswirtschaft
- Controlling-Methoden aus betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Sicht in Tourismus, Sport und Verkehr
- Sozialkompetenz
- Projekte, Controlling-Instrumente, Gastvorträge, (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere Controlling- und Managementkonzepte sowie Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Unternehmenssteuerung

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 des Controllings bei touristischen Leistungsträgern verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Controlling im Tourismus anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Controlling bei touristischen Leistungsträgern beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Controlling bei touristischen Leistungsträgern planen umsetzen und kontrollieren
- im Rahmen von Controlling-Instrumenten 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
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Grundlagen zum Controlling bei touristischen Leistungsträgern
Definition von Controlling bei touristischen Leistungsträgern
Theoretisches Verständnis über Kosten-, Qualitäts- und Risikokontrolle bei touristischen Leistungsträgern
Besonderheiten im Rechnungswesen bei touristischen Leistungsträgern
Controlling-Umfang und Instrumente in Abhängigkeit vom Projekttyp (Fortschritts-, Maßnahmen-, Ampelcontrolling)
Strategisches Controlling vs. operatives Controlling (Implementierung von Strategien, Informationssystem unter besonderer Berücksichtigung des Rechnungswesens, Operatives Controlling)
Abgrenzung von Prozesscontrolling, Implementierungscontrolling, Plankosten- und -erlösrechnung
Strecken- und Netzergebnisrechnung
BSC
EFQM
Yield-Management
Business-Pläne als neues Instrument strategischer Unternehmensplanung
[letzte Änderung 05.09.2011]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung mit Übungsaufgaben
- Segeln Selbstgesteuertes Lernen
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- 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]

Literatur:

Zusätzlich zur Basisliteratur die in den Modulen BITM-110, BITM-111, BITM-210, BITM-240, BITM-310 sowie BITM-320 bereits angegeben wurde (siehe dort) wird folgende Literatur empfohlen:

- Meffert, H. (Hrsg.), Verkehrsdienstleistungsmarketing, Gabler, Wiesbaden, 2000
- Sterzenbach, R., Conrady, R., Luftverkehr, aktuellste Auflage, Oldenbourg, München
- Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, Gabler, Wiesbaden, aktuellste Auflage
- Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, W. Wittmann et al. (Hrsg.), Stuttgart, Sp. 4551-4559, aktuellste Auflage
- Aberle, G., Transportwirtschaft, München, Wien, aktuellste Auflage
- Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Wiesbaden, aktuelle Auflage.
- Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung 1, nbw Verlag, Herne/Berlin, aktuelle Auflage.
- Horngrén, C.T., Foster, G., Dater, S.M.: Cost Accounting A Managerial Emphasis, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ), latest edition.
- Posluschny, P., Kostenrechnung für die Gastronomie, München, aktuellste Auflage
- Grimmeisen, M., Implementierungscontrolling: Wirtschaftliche Umsetzung von Change-Programmen (Information - Organisation Produktion, aktuellste Auflage

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Destinationsmanagement

Modulbezeichnung: Destinationsmanagement
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-01
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-01 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- Besonderheiten des touristischen Produkts auszudrücken und deren Konsequenzen für das Management touristischer Destinationen abzuleiten,
- Zusammenhänge im Destinationsmanagement aufzuzeigen und die Gestaltungsfähigkeit (inter-) nationaler Destinationsmanagementorganisationen zu erläutern,
- touristische Potenziale von Destinationen systematisch zu analysieren,
- touristische Effekte in Zielgebieten abzubilden sowie Konzepte zur nachhaltigen Entwicklung mit Tourismus zu entwickeln,
- Marketing-Konzepte touristischer Destinationen kritisch zu analysieren und die Ergebnisse mit der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu debattieren.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Grundlagen des Destinationsmanagements
- Destinationen im Wettbewerb: Marketing-Management touristischer Destinationen
- Geschäftsmodelle und Rechtsformen von Destinationen
- Verbandsstrukturen im Destinationsmanagement
- Ökonomische, ökologische und sozio-kulturelle Effekte des Tourismus
- Vom Sanften Tourismus zur Nachhaltigen Entwicklung mit Tourismus
- Qualitätsmanagement und Servicequalität im Destinationsmanagement

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Vorlesung und Diskussionen
- Fallstudien
- Rollenspiele
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Becker, C. et al.: Tourismus und nachhaltige Entwicklung, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1996
 - Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.
 - Bieger, T.: Management von Destinationen, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
 - Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, 2009
 - Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, 2009
 - Eisenstein, B.: Grundlagen des Destinationsmanagements, München, aktuelle Auflage
 - Eurostat: Portrait of the Regions, <http://circa.europa.eu/irc/dsis/regportraits/info/data/en/index.htm>
 - Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Gmeiner, aktuelle Auflage
 - Mancini, M.: Selling Destinations, Delmar Cengage Learning, aktuelle Auflage
 - OECD: OECD Tourism Trends and Policies 2010
 - Pechlaner, H.; Fischer, E.: Strategische Produktentwicklung im Standortmanagement. Wettbewerbsvorteile für den Tourismus, ESV, 2009
 - Schaumann, P.: The Guide to Successful Destination Management, John Wiley & Sons, 2004.
 - Siller, L.: Strategisches Management alpiner Destinationen: Kultur als Wettbewerbsvorteil für nachhaltigen Erfolg. (Schriften zu Tourismus und Freizeit;10) Berlin, 2010
 - Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage
 - WTO: A practical guide to tourism destination management. Madrid, aktuelle Auflage
- [letzte Änderung 29.10.2012]

Englisch / Französisch 1

Modulbezeichnung: Englisch / Französisch 1
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-150
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: nein

<p>Arbeitsprache: Englisch/Französisch</p>
<p>Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)</p>
<p>Zuordnung zum Curriculum: BITM-150 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Wahlpflichtfach</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-250 Englisch / Französisch 2 [letzte Änderung 26.10.2012]</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld</p>
<p>Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 26.10.2012]</p>
<p>Lernziele/Kompetenzen: Festigung und Ausbau der vier sprachlichen Fertigkeiten in der Allgemeinsprache Erwerb grundlegender Kenntnisse der Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus Erwerb grundlegender landeskundlicher Kenntnisse der Zielsprachenländer Erwerb fremdsprachlicher Präsentationstechniken Sensibilisierung für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen Sensibilisierung im Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden [letzte Änderung 25.10.2012]</p>

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit (fachsprachlich orientierte Textproduktion)
 Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters
 Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen
 Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen
 Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
 Erweiterung der allgemeinsprachlichen Wortschatzes
 Erweiterung des allgemeinsprachlichen und Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes
 [letzte Änderung 25.10.2012]

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 25.10.2012]

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 02.09.2011]

Englisch / Französisch 2

Modulbezeichnung: Englisch / Französisch 2
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-250
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2

Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Französisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-250 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-150 Englisch / Französisch 1 [letzte Änderung 26.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-360 Englisch / Französisch 3 [letzte Änderung 26.10.2012]
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 26.10.2012]
Lernziele/Kompetenzen: Beherrschung relevanter Hörverstehenstechniken Erwerb von Kenntnissen und Techniken zur Schreibfertigkeit Erwerb weitergehender Kenntnisse der Fachsprache des Tourismus Erweiterter Erwerb landeskundlicher Kenntnisse der Zielsprachenländer Vertiefte Sensibilisierung für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen Sensibilisierung in Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden [letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum (fachorientierten) Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit
Behandlung von am Tourismus orientierten Fragestellungen
Behandlung berufsrelevanter Situationen des Hörverstehens
Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten
Fortgesetzte Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
Fortgesetzte Erweiterung des allgemeinsprachlichen und weiterer Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes
[letzte Änderung 02.09.2011]

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 25.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
Hörverstehentexte (Audio / Video)
Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
Internetressourcen
[letzte Änderung 02.09.2011]

Englisch / Französisch 3

Modulbezeichnung: Englisch / Französisch 3
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-360
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein

<p>Arbeitssprache: Englisch/Französisch</p>
<p>Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)</p>
<p>Zuordnung zum Curriculum: BITM-360 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Wahlpflichtfach</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-250 Englisch / Französisch 2 [letzte Änderung 26.10.2012]</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: BITM-450 Englisch / Französisch 4 [letzte Änderung 29.10.2012]</p>
<p>Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Tinnefeld</p>
<p>Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 26.10.2012]</p>
<p>Lernziele/Kompetenzen: Erwerb relevanter Leseverstehenstechniken Befähigung zur verstehenden Lektüre längerer schriftlicher fremdsprachlicher Texte mit touristischer Inhalten Erwerb vertiefter Kenntnisse des Tourismus-Vokabulars Konfrontation und Auseinandersetzung mit interkulturellen Besonderheiten der Zielsprachenländer in Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden [letzte Änderung 25.10.2012]</p>
<p>Inhalt: Übungen zum (fachorientierten) Leseverstehen Vertiefte Behandlung von am Tourismus orientierten Fragestellungen Behandlung berufsrelevanter Aspekte des Leseverstehens Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten Lektüre längerer schriftlicher Texte bis hin zu der Textsorte Roman Behandlung ausgewählter fremdsprachengrammatischer Feinheiten Fortgesetzter Aufbau des fachsprachlichen Wortschatzes [letzte Änderung 02.09.2011]</p>

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 25.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 02.09.2011]

Englisch / Französisch 4

Modulbezeichnung: Englisch / Französisch 4
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-450
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Französisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-450 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-360 Englisch / Französisch 3

[letzte Änderung 29.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-W-15 Englisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management

BITM-W-16 Französisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management

[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

- Erwerb relevanter Sprechfertigkeitstechniken
- Befähigung zu spontanen, fundierten Stellungnahmen
- Befähigung zur Führung komplexer Diskussionen
- Erwerb eines funktionalen Diskussionsvokabulars
- Beherrschung des allgemeinsprachlichen und fachsprachlichen Wortschatzes der vorausgegangenen Module
- Befähigung zur Diskussion von interkulturellen Besonderheiten der Zielsprachenländer
- Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache

Einübung von Stehgreifreden

Einübung von Small Talk Situationen

Bewältigung tourismusrelevanter, oraler Situationen

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen; Fallstudien

Behandlung ausgewählter Phänomene der fachsprachlichen Grammatik

Synopse des allgemeinsprachlichen und fachsprachlichen Wortschatzes der vorausgegangenen Module

[letzte Änderung 05.09.2011]

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 29.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Englisch / Spanisch 1

Modulbezeichnung: Englisch / Spanisch 1
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-160
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 1
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-160 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 1. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-260 Englisch / Spanisch 2

[*letzte Änderung 26.10.2012*]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs

[*letzte Änderung 26.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Festigung und Ausbau der vier sprachlichen Fertigkeiten in der Allgemeinsprache
Erwerb grundlegender Kenntnisse der Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften und des Tourismus

Erwerb grundlegender landeskundlicher Kenntnisse der Zielsprachenländer

Erwerb fremdsprachlicher Präsentationstechniken

Sensibilisierung für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen

Sensibilisierung im Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

Inhalt:

Übungen zum Hör- und Leseverstehen, zur Sprech- und Schreibfertigkeit fachsprachliche Textproduktion)

Behandlung touristischer Fragestellungen in Anlehnung an die Fachveranstaltungen des Semesters

Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen

Erstellung und Abhaltung fachorientierter Präsentationen

Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik

Erweiterung der allgemeinsprachlichen Wortschatzes

Erweiterung des allgemeinsprachlichen und Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[*letzte Änderung 25.10.2012*]

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 25.10.2012]

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 02.09.2011]

Englisch / Spanisch 2

Modulbezeichnung: Englisch / Spanisch 2
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-260
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-260 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 2. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-160 Englisch / Spanisch 1
[letzte Änderung 26.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-370 Englisch / Spanisch 3
[letzte Änderung 26.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 26.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Beherrschung relevanter Hörverstehenstechniken
Erwerb von Kenntnissen und Techniken zur Schreibfertigkeit
Erwerb weitergehender Kenntnisse der Fachsprache des Tourismus
Erweiterter Erwerb landeskundlicher Kenntnisse der Zielsprachenländer
Vertiefte Sensibilisierung für interkulturelle Inhalte und Erfahrungen
Sensibilisierung in Hinblick auf die Lebens-, Studien- und künftigen Berufsrealität der Studierenden

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum (fachorientierten) Hörverstehen und zur Schreibfertigkeit
Behandlung von am Tourismus orientierten Fragestellungen
Behandlung berufsrelevanter Situationen des Hörverstehens
Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten
Fortgesetzte Wiederholung der grundlegenden Schulgrammatik
Fortgesetzte Erweiterung des allgemeinsprachlichen und weiterer Aufbau eines funktionalen fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 02.09.2011]

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 25.10.2012]

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 02.09.2011]

Englisch / Spanisch 3

Modulbezeichnung: Englisch / Spanisch 3
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-370
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 3
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Englisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-370 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 3. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-260 Englisch / Spanisch 2
[letzte Änderung 26.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-460 Englisch / Spanisch 4
[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 26.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Erwerb relevanter Leseverstehenstechniken
Befähigung zur verstehenden Lektüre längerer schriftlicher fremdsprachlicher Texte mit touristischer Inhalten
Erwerb vertiefter Kenntnisse des Tourismus-Vokabulars
Konfrontation und Auseinandersetzung mit interkulturellen Besonderheiten der Zielsprachenländer in Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden

[letzte Änderung 25.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum (fachorientierten) Leseverstehen
Vertiefte Behandlung von am Tourismus orientierten Fragestellungen
Behandlung berufsrelevanter Aspekte des Leseverstehens
Behandlung berufsrelevanter schriftlicher Textsorten
Lektüre längerer schriftlicher Texte bis hin zu der Textsorte Roman
Behandlung ausgewählter fremdsprachengrammatischer Feinheiten
Fortgesetzter Aufbau des fachsprachlichen Wortschatzes

[letzte Änderung 05.09.2011]

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 25.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Englisch / Spanisch 4

Modulbezeichnung: Englisch / Spanisch 4
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-460
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten / Gewichtung 1:1 / Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-460 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), 4. Semester, Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-370 Englisch / Spanisch 3
[letzte Änderung 29.10.2012]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

BITM-W-17 Spanisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management
[letzte Änderung 29.10.2012]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Erwerb relevanter Sprechfertigkeitstechniken
Befähigung zu spontanen, fundierten Stellungnahmen
Befähigung zur Führung komplexer Diskussionen
Erwerb eines funktionalen Diskussionsvokabulars
Beherrschung des allgemeinsprachlichen und fachsprachlichen Wortschatzes der vorausgegangenen Module
Befähigung zur Diskussion von interkulturellen Besonderheiten der Zielsprachenländer
Orientierung an der künftigen Berufsrealität der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache
Einübung von Stehgreifreden
Einübung von Small Talk Situationen
Bewältigung tourismusrelevanter, oraler Situationen
Berufsrelevante Rollenspiele und Simulationen; Fallstudien
Behandlung ausgewählter Phänomene der fachsprachlichen Grammatik
Synopsis des allgemeinsprachlichen und fachsprachlichen Wortschatzes der vorausgegangenen Module

[letzte Änderung 05.09.2011]

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 29.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Englisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management

Modulbezeichnung: Englisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-15
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten, Gewichtung 1:1, Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-15 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-450 Englisch / Französisch 4
[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Intensive Anwendung der vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten
Befähigung zur Durchführung längerer, fundierter Präsentationen in der Fremdsprache
Befähigung zur Führung komplexer, vielschichtiger Diskussionen
Anwendung eines funktionalen Diskussionsvokabulars
Befähigung zur selbständigen Aufrechterhaltung und Erweiterung des eigenen fremdsprachlichen Wortschatzes
Befähigung zur Lösung komplexer tourismusspezifischer Probleme in der Fremdsprache
Befähigung zur Beherrschung interkulturell relevanter Problemsituationen
Anregung zur intellektuellen Integration der im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen sowie der landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache unter Berücksichtigung unterschiedlicher Register
Registerspezifische Schreibübungen
Rollenspiele und Simulationen
Anwendung der fachsprachlichen Grammatik
Nutzung der und gegenseitiger Austausch über die im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen, die landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

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 29.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Entrepreneurship im Tourismus

Modulbezeichnung: Entrepreneurship im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-02
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-02 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
[*letzte Änderung 29.10.2012*]

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

Prof. Dr. Petra Garnjost

Dozent:

Prof. Dr. Petra Garnjost
[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden

- verstehen die grundlegenden Begriffe und Konzepte unternehmerischen Denkens und Handelns.
- kennen Erfolgsfaktoren von Gründungen im Tourismus
- verfügen über ein Grundverständnis zum Aufbau eines Business-Plans.
- können Kreativitätstechniken zur Entwicklung von Gründungsideen im Tourismus anwenden.
- kennen die notwendigen Entwicklungsschritte von der Gründungsidee zum Gründungskonzept.
- sind in der Lage im Team eine Gründungsidee bis zum Gründungskonzept weiterzuentwickeln und sich hierfür selbstständig zu organisieren.
- können ihr erarbeitetes Gründungskonzept in einem Businessplan darlegen unter Anwendung von Präsentationstechniken mündlich zu präsentieren.

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Inhalt:

- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Erfolgreiche Gründungen im Tourismus
- Franchisekonzepte im Tourismus
- Anwendung von Kreativitätstechniken zur Generierung von Gründungsideen
- Aufbau eines Businessplans
- Bewertung von Businessplänen
- Erstellung eines Businessplans

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Lehrmethoden/Medien:

- Vorlesung und Diskussionen
- Fallbeispiele
- Projektarbeit

(Entwicklung einer Geschäftsidee und Entwicklung eines Business Plans)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

Ateljevic, J.; Page, S.J.(ed.): Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives, Advances in Tourism Research, 2009.

Lee-Ross, D.; Lashley, C.: Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry, Butterworth-Heinemann, 2009.

Siller von Linde, H.: Entrepreneurship und Tourismus: Unternehmerisches Denken und Erfolgskonzepte aus der Praxis, 2010

Kussmaul, Business-Plan

McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 2010.

Oehrich, M: Betriebswirtschaftslehre: Eine Einführung am Business-Plan, 2010.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Französisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management

Modulbezeichnung: Französisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-16
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Französisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten, Gewichtung 1:1, Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-16 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-450 Englisch / Französisch 4
[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Intensive Anwendung der vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten
Befähigung zur Durchführung längerer, fundierter Präsentationen in der Fremdsprache
Beherrschung der vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten
Befähigung zur Durchführung längerer, fundierter Präsentationen in der Fremdsprache
- Befähigung zur Führung vielschichtiger Diskussionen
- Befähigung zur Anwendung eines funktionalen Diskussionsvokabulars
- Befähigung zur selbständigen Aufrechterhaltung und Erweiterung des eigenen fremdsprachlichen Wortschatzes
- Befähigung zur Lösung tourismusspezifischer Probleme in der Fremdsprache
- Befähigung zur Lösung interkulturell relevanter Problemsituationen
- Anregung zur intellektuellen Integration der im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen sowie der landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache unter Berücksichtigung unterschiedlicher Register
Registerspezifische Schreibübungen
Rollenspiele und Simulationen
Anwendung der fachsprachlichen Grammatik
Nutzung der und gegenseitiger Austausch über die im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen, die landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

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 29.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Freizeit- und Adventure-Management

Modulbezeichnung: Freizeit- und Adventure-Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-03
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-03 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent:

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen Dimensionen im Tourismus insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven der Freizeitwirtschaft
- den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Tourismus in Regionen (Naherholung)
- dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von abenteuer- und erlebnispädagogischen touristischen Angeboten
- dem strategisches Marketing von Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen
- den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Besonderheiten des Tourismussektors im Bereich Erlebnismarketing
- Marktstrukturen, Marktteilnehmern in der Freizeitwirtschaft (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

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

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Freizeit- und Adventure-Segment

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Politikkonzepte in der Freizeitwirtschaft
- Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Freizeitwirtschaft
- Sozialkompetenz
- Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere abenteuer- und erlebnispädagogische Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Freizeitwirtschaft

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 Freizeitwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Freizeit- und Adventure-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Freizeit- und Adventure-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Freizeit- und Adventure-Management planen umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Freizeit- und Adventure-Management)
- 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
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Entwicklungen und Perspektiven der Freizeitwirtschaft
 - Erlebnismarketing
 - Ansätze der modernen Konsumtheorie im Tourismus in Regionen (Naherholung)
 - Grundlagen im Freizeit- und Adventure-Management
 - Strategisches Marketing von Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen
 - Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- [letzte Änderung 29.10.2012]

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]

Literatur:

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

- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie, Berlin, aktuellste Auflage
- weitere siehe: <http://homepages.uni-tuebingen.de/gerd.nufer/index.html>
- 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
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
- Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kulturosoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Hotelmanagement

Modulbezeichnung: Hotelmanagement

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-W-04
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-04 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- Grundbegriffe der Hotellerie und der Hotelbranche zu definieren,
- Angebotsstrukturen sowie Produktkonzepte in der internationalen Hotelbranche zu charakterisieren,
- 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 und
- die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

Dettmer, H. (Hrsg.): Organisations-/Personalmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Hamburg, 2005
Dreyer, A., Dehner, C.: Kundenzufriedenheit im Tourismus, München, aktuelle Auflage
Freyer, W. (Hrsg.): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München, aktuelle Auflage
Gardini, M. A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements im Tourismus, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
Hänssler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Oldenbourg, München, Wien, aktuelle Auflage
Henschel, U. K.: Hotelmanagement, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
Henselek, H., Hotelmanagement. Planung und Kontrolle, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
Hotelverband Deutschland (IHA): Hotelmarkt Deutschland. aktuelle Auflage.
Knirsch, J.: Hotels - Planen und Gestalten. Leinfelden-Echterdingen, aktuelle Auflage
Reid, R.: Hospitality marketing management, Hoboken, aktuelle Auflage
Soller, J. (Hrsg.): Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie: Strategien und Konzepte für dauerhaften Erfolg, Berlin, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 29.10.2012]

Kommunikationspolitik im Tourismus

Modulbezeichnung: Kommunikationspolitik im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-05
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-05 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft
BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus
BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft
[*letzte Änderung 29.10.2012*]

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

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent:

Prof. Dr. Achim Schröder
[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- kommunikationswissenschaftliche Ansätze in praktischen Anwendungsfällen umzusetzen,
- strategische Bedeutung, Instrumente und Gestaltungsmöglichkeiten der Kommunikationspolitik im Rahmen des Marketings touristischer Leistungsträger aufzuzeigen,
- in Teamarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) eine Kommunikationsstrategie bzw. ein Kommunikationskonzept für eine touristische Organisation o.ä. anzufertigen und
- unter Berücksichtigung der Marketing-Strategie und Zielgruppen entsprechende Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln sowie geeignete Instrumente auszuwählen und zu gestalten,
- die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln.

[*letzte Änderung 29.10.2012*]

Inhalt:

- Theoretische Grundlagen der Kommunikationspolitik und kommunikationswissenschaftlicher Ansätze
- Strategische Bedeutung der Kommunikationspolitik
- Kommunikationspolitik im Rahmen des touristischen Marketing-Mix
- Aufgabenfelder und Zielgruppen der Kommunikationspolitik (z.B. Corporate Identity, Investor Relations, Verkaufsförderung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Werbung)
- Entwicklung von Kommunikationsstrategien und -konzepten
- Planung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen
- Auswahl, Gestaltung und Einsatz von Kommunikationsinstrumenten (Pressemitteilungen, Newsletter, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften, Veranstaltungsorganisation etc.)
- Budgetierung und Controlling

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Fallstudien
- Rollenspiele
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 2010
- Deuschl, Dennis E.: Travel and Tourism Public Relations: An Introductory Guide for Hospitality Managers, 2005
- Falkenberg, Viola: Pressemitteilungen schreiben: Die Standards professioneller Pressearbeit, Frankfurt, 2008
- Freyer, Walter: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München, 2009
- Gerke, Thorsten: Tourismuswerbung. Marketing für Reisebüros, Reiseportale, Reiseveranstalter, Verkehrsträger und Destinationen, 2006
- Gordon, Averill Elizabeth: Public Relation, 2011
- Lutz, Andreas: Praxisbuch Pressearbeit. So machen Sie sich, Ihr Unternehmen, Ihre Organisation bekannt, Wien, 2010
- Schulz-Bruhdoel, Norbert; Fürstenau, Katja: Die PR- und Pressefibel: Ein Praxisbuch für Ein- und Aufsteiger: Zielgerichtete Medienarbeit. Das Praxisbuch für Ein- und Aufsteiger, Frankfurt, 2010

[letzte Änderung 05.09.2011]

Kulturmanagement

Modulbezeichnung: Kulturmanagement

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-06
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch/Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-06 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Petra Garnjost
Dozent: Prof. Dr. Petra Garnjost [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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:

- Vorlesung und Diskussionen
- Fallstudien
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- ggf. Exkursion

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Aust, N. u.a. (Hrsg.), Kulturmanagement - Theorie und Praxis einer professionellen Kunst, de Gruyter, 1997
 Dreyer, A., Kulturtourismus, 2. Auflage, Oldenbourg, München, 2000
 Heinrichs, W., Klein, A., Kulturmanagement von A Z 600 Begriffe für Studium und Praxis, 2. Auflage, Beck-DTV, 2001
 Heinrichs, W., Kulturmanagement - Eine praxisorientierte Einführung, 2. Auflage, Primus, 1999
 Heinze, T., Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus - Ein Leitfaden für Kulturmanager, VS Verlag für Sozialw., 2002
 Klein, A. (Hrsg.), Kompendium Kulturmanagement Handbuch für Studium und Praxis, Vahlen, München, 2004
 Klein, A., Projektmanagement für Kulturmanager, VS Verlag für Sozialw., 2004

[letzte Änderung 29.10.2012]

MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events)

Modulbezeichnung: MICE Management (Meetings, Incentives, Conferences, Events)
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-07
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-07 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

- 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
- touristische 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 aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im MICE Management

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, 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 29.10.2012]

Inhalt:

Entwicklungen und Perspektiven im MICE Management
Erlebnismarketing
Ansätze der modernen Konsumtheorie bei Incentives und Events
Grundlagen im MICE Management
Strategisches Marketing von Unternehmen im MICE Segment
Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und
Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
[letzte Änderung 05.09.2011]

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]

Literatur:

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

- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie, Berlin, aktuellste Auflage
- weitere siehe: <http://homepages.uni-tuebingen.de/gerd.nufer/index.html>
- 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
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
- Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Mobilitätsmanagement

Modulbezeichnung: Mobilitätsmanagement
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-08
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-08 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den ökonomischen Dimensionen im Kontext von Tourismus, Mobilität und Verkehr insbesondere bzgl. der Zusammenhänge im Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen
- den Ansätze der modernen Konsumtheorie 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)
- Theoretisches 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.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

- dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management planen umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungs-Management)
- 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
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Grundlagen zum Mobilitätsmanagement
Definition von Verkehrswissenschaft
Zusammenhänge und Probleme im Verkehrssektor
verkehrswirtschaftliche Kennziffern
Volkswirtschaftliche Ansätze insbesondere der modernen Konsumtheorie im Verkehr
Verkehrspolitik
Träger, Ziele und Instrumente der Verkehrspolitik
Verkehrsbetriebslehre
Überblick zu den verkehrsbetrieblichen Besonderheiten der Verkehrsträger
Eisenbahn, Fahrradverkehr, Luftverkehr, Motorisierter Individualverkehr, Schifffahrt
Planungsprozesse und -tools der Angebotsplanung in Verkehrsbetrieben
von den Verkehrssimulationen zum Fahrplan
(Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl, Netzgrafik, Umlaufplanung)
Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern
(Netzmanagement DB und Luft; Fahrzeuge und Infrastruktur)
Verkehrssimulationen (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl)
Strategisches Marketing von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern
Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) im (inter-) nationalen sowie inter- und intramodalen Kontext
Ansätze der modernen Konsumtheorie im Tourismus und Verkehr
[letzte Änderung 05.09.2011]

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]

Literatur:

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

- Meffert, H. (Hrsg.), Verkehrsdienstleistungsmarketing, Gabler, Wiesbaden, 2000
Mobilitätsberatung Neue Lösungsstrategien im Konfliktfeld Verkehr, Tagungsband zur Mobilitätsberaterkonferenz 1994, Graz, 1994
Rockenbauch, Ralf, 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-Forster-Institut Mainz, 1997
Sterzenbach, R., Conrady, R., Luftverkehr, aktuellste Auflage, Oldenbourg, München
Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, Gabler, Wiesbaden, 1977
Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, W. Wittmann et al. (Hrsg.), 5. Aufl., Stuttgart, Sp. 4551-4559, 1993
Grandjot, H., Verkehrspolitik, Grundlagen, Funktionen und Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Hamburg, 2002
Aberle, G., Transportwirtschaft, 4. Aufl., München, Wien, 2003
Laaser, C., Wettbewerb im Verkehrswesen, Tübingen, 1991
Frerich, J., Müller, G., Europäische Verkehrspolitik, Bd. 1 + 2 + 3, München, Wien, 2004, 2006
Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
Schröder, A., Das Phänomen der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raumzeitlicher Systeme im Tourismus, Materialien zur Fremdenverkehrsgeografie, Heft 68, Trier, 2010
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
Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
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 29.10.2012]

Qualitätsmanagement im Tourismus

Modulbezeichnung: Qualitätsmanagement im Tourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-11
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5

Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-11 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [letzte Änderung 29.10.2012]
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden sollen in der Lage sein: - Bedeutung und Besonderheiten von Qualitätsmanagement und Servicequalität im Tourismus auszudrücken, - verschiedene Qualitätsmanagement-Arten und -Ansätze zu charakterisieren und zu vergleichen, - in Teamarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Qualitätskriterien für touristische Produkte bzw. Dienstleistungen zu entwickeln, um darauf aufbauend ein Qualitätsmanagementkonzept anzufertigen, - die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren. [letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Die Bedeutung von Qualität in der Tourismusbranche
- Grundlagen des Qualitätsmanagements
- Qualitätsarten und Qualitätsstufen
- Qualitätsmanagement-Ansätze, -Zertifikate und -Gütesiegel
- Analyse- und Messmethoden von Dienstleistungsqualität
- Konzeption, Implementierung und Controlling von Qualitätsmanagement
- Qualitätsmanagement als Führungsaufgabe
- Beschwerdemanagement
- Fallbeispiele aus unterschiedlichen touristischen Segmenten

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Vorlesung und Diskussionen
- Fallstudien
- Rollenspiele
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Bruhn, Manfred: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin, 2011
- Eckhoff, Manon: Qualität und Qualifizierung im Tourismus: Anforderungen an ein ganzheitliches Qualitäts- und Qualifizierungssystem in einer Destination (Schriftenreihe des IMT; 2), München, 2007
- Kandampully, Jay: Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure, 2001
- Müller, Hansruedi: Qualitätsorientiertes Tourismus-Management: Wege zu einer kontinuierlichen Weiterentwicklung, Bern, 2004
- Pechlaner, Harald (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Tourismus: Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit (Management und Unternehmenskultur; 15), Wien, 2006
- Pompl, Wilhelm; Lieb, Manfred G. (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Tourismus, München [u.a.], 1997
- Romeiß-Stracke, Felizitas: Service-Qualität im Tourismus: Grundsätze und Gebrauchsanweisungen für die touristische Praxis, München, 1995
- Weiermair, Klaus; Pikkemaat, Birgit (Hrsg.): Qualitätszeichen im Tourismus: Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen (Schriften zu Tourismus und Freizeit; 3), Berlin, 2004

[letzte Änderung 29.10.2012]

Reiseveranstaltung

Modulbezeichnung: Reiseveranstaltung

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-W-09
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-09 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Achim Schröder
Dozent: Prof. Dr. Achim Schröder [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

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 strategisches Marketing-Konzept für einen Reiseveranstalter o.ä. anzufertigen sowie Marketing-Instrumente und 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.

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Lehrmethoden/Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

[letzte Änderung 29.10.2012]

Literatur:

- Bastian, H., Born, K. (Hrsg.), Der integrierte Touristikonzern, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
- Bieger, T., Tourismuslehre. Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., aktuelle Auflage
- Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
- Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München, aktuelle Auflage
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, de Gruyter, Berlin u. a., aktuelle Auflage
- Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
- Mundt, J. W.: Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, Oldenbourg, München, Wien, aktuelle Auflage
- Nahrstedt, W. (Hrsg.), Reiseleiter und Reisemanager, Bielefeld, 1992
- Schmeer-Sturm, M.L, Reiseleitung und Gästeführung, München, 2012
- Schneider, O.: Die Ferienmacher eine gründliche und grundsätzliche Betrachtung über das Jahrhundert des Tourismus, TourCon, 2001
- Voigt, P.: Internationales Reiseveranstalter-Management, München, Oldenbourg, 2012

[letzte Änderung 29.10.2012]

Spanisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management

Modulbezeichnung: Spanisch im Mobilitäts- Sport- und Tourismus-Management
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-17
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Spanisch
Prüfungsart: Klausur + schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (60 Minuten, Gewichtung 1:1, Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-17 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

BITM-460 Englisch / Spanisch 4
[letzte Änderung 29.10.2012]

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

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent:

Dozenten des Studiengangs
[letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Beherrschung der vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten
Befähigung zur Durchführung längerer, fundierter Präsentationen in der Fremdsprache
- Befähigung zur Führung vielschichtiger Diskussionen
- Befähigung zur Anwendung eines funktionalen Diskussionsvokabulars
- Befähigung zur selbständigen Aufrechterhaltung und Erweiterung des eigenen fremdsprachlichen Wortschatzes
- Befähigung zur Lösung tourismusspezifischer Probleme in der Fremdsprache
- Befähigung zur Lösung interkulturell relevanter Problemsituationen
- Anregung zur intellektuellen Integration der im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen sowie der landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache unter Berücksichtigung unterschiedlicher Register
Registerspezifische Schreibübungen
Rollenspiele und Simulationen
Anwendung der fachsprachlichen Grammatik
Nutzung der und gegenseitiger Austausch über die im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen, die landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

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 29.10.2012]

Literatur:

Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
 Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
 Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
 Internetressourcen
 [letzte Änderung 05.09.2011]

Sportmanagement

Modulbezeichnung: Sportmanagement
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-10
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5
Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-10 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch
Dozent: Prof. Dr. Ralf Rockenbauch <i>[letzte Änderung 29.10.2012]</i>

Lernziele/Kompetenzen:

- Erwerb von Grundlagenwissen der modernen Konsumtheorie im Kontext des Sportmanagement
- Grundverständnis über Zusammenhänge im Sportmanagement
- Theoretisches Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Sportangeboten und -veranstaltungen
- Strategische Planung der Marketing-Instrumente für Organisationen im Sport
- 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 Sportmanagement insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven des Sports / Sporttourismus
- den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sportmanagement
- dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Sportangeboten
- dem strategisches Marketing von Sport- und Freizeitbetrieben
- den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Besonderheiten des Sport- und Tourismussektors im Bereich Sportmarketing
- Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Sport / Sporttourismus (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen im Sportmanagement und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen des Sports und der Freizeitwirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Sportorganisationen)

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Sport- und Freizeitbetrieben
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Sport- und Freizeit-Segment

Berufspraktische Bezüge:

- Management- und Politikkonzepte in der Sport- und Freizeitwirtschaft
- Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Sport- und Freizeitwirtschaft
- Sozialkompetenz

- Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere sportwissenschaftliche, abenteuer- und erlebnissportliche Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Sport- und Freizeitwirtschaft

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 Sport- und Freizeitwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Sport- und Freizeit-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Sport- und Freizeit-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Sport- und Freizeit-Management planen umsetzen und kontrollieren (Prozesspolitik im Rahmen des Marketing-Mix im Sport- und Freizeit-Management)
- 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
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

Entwicklungen und Perspektiven im Sport und der Sportwirtschaft
Freizeit- und Leistungssport
Sport und Tourismus
Sportmarketing
Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sport und Sportmanagement
Grundlagen im Sportmanagement
Strategisches Marketing von Organisationen im Sport
Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und
Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen
Kontext

[letzte Änderung 05.09.2011]

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]

Literatur:

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

- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie, Berlin, aktuellste Auflage
weitere siehe: <http://homepages.uni-tuebingen.de/gerd.nufer/index.html>
- Nufer, G., Event-Marketing, aktuellste Auflage
- 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
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
- Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
- Schauer, P., Sportveranstaltungen der Vereine, Wiesbaden, 1993
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981
- Entenmann, A., Handbuch der Vereinsführung, Stuttgart u.a., aktuellste Auflage
- Bellmann, A., Sportmarketing in der Praxis, Essen, aktuellste Auflage

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Tourismussoziologie und psychologie

Modulbezeichnung: Tourismussoziologie und psychologie

Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)

Code: BITM-W-12

SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-12 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft [letzte Änderung 29.10.2012]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Dozent: Dozenten des Studiengangs [letzte Änderung 29.10.2012]

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den Dimensionen der Tourismussoziologie und psychologie
- den Phänomenen bzgl. Tourismus und Gesellschaft
- dem theoretischen Verständnis über allgemeine Konzepte der Tourismussoziologie
- den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Mobilität/Tourismus/Reisen
- Tourismus als Kulturphänomen
- den Begriffen in Tourismussoziologie u. -psychologie
- der Analyse und der Gestaltung(sfähigkeit) besonderer Reiseformen.

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen der Tourismussoziologie und psychologie

Internationale und interkulturelle Bezüge

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

Berufspraktische Bezüge:

- Sozialwissenschaftliche und psychologische Wissenschafts- und Managementkonzepte in im Tourismus und der Gesellschaft
- Sozialwissenschaftliche und psychologische Methoden im Tourismus
- Sozialkompetenz

- Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere sozialwissenschaftliche und psychologische Wissenschafts- und Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige 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 (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Grundlagen der Tourismussoziologie und psychologie
- Tourismus und Gesellschaft
- Allgemeine Konzepte der Tourismussoziologie
- Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Mobilität/Tourismus/Reisen
- Tourismus als Kulturphänomen
- Begriffe in Tourismussoziologie u. -psychologie
- Analyse und Gestaltung besonderer Reiseformen
- Strategische Planung der Marketing-Instrumente von Mobilitäts-/Tourismus-/Reiseformen
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) im Kontext der Tourismussoziologie und psychologie

[letzte Änderung 29.10.2012]

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]

Literatur:

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

- Bieger, T., Tourismuslehre Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., 2004
 Freyer, W. (Hrsg.), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Auflage, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
 Hahn, H. & Kagelmann, H.J., Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. München, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H. W., Ökologie von Freizeit und Tourismus, Opladen, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W., Arbeit. Freizeit. Lebenssinn? Opladen: Leske, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W., Konsum in der Freizeit. Hamburg: B.A.T. (Bd. 7, B.A.T. Schriftenreihe zur Freizeitforschung), aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W., Freizeit, Konsum und Lebensstil (Hg. v. Arbeitgeberverband der Metallindustrie Köln). Köln: Eigenverlag, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W., Typologie des Freizeitkonsumenten (S. 116-120). In Szallies & G. Wiswede (Hg.), Wertewandel und Konsum. Landsberg: Moderne Industrie, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W., Freizeitstile der Deutschen in Ost und West, Forschungsergebnisse des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts. Hamburg: B.A.T., aktuellste Auflage
 Opaschowski, Horst, W., Tourismus - Eine systematische Einführung. Opladen (Leske & Budrich), aktuellste Auflage
 Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
 Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
 Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
 Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
 Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995
 Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
 Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
 Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
 Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage

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

[letzte Änderung 29.10.2012]

Wellness- und Gesundheitstourismus

Modulbezeichnung: Wellness- und Gesundheitstourismus
Studiengang: Internationales Tourismus-Management (Bachelor)
Code: BITM-W-13
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 5

Studiensemester: 4 oder 5
Pflichtfach: nein
Arbeitsprache: Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
Zuordnung zum Curriculum: BITM-W-13 Internationales Tourismus-Management (Bachelor), Wahlpflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Stunden. Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 5 Creditpoints 150 Stunden. Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 90 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): BITM-111 Grundlagen Tourismuswirtschaft BITM-240 Marketing und Marktforschung im Tourismus BITM-320 Management in der Tourismuswirtschaft <i>[letzte Änderung 29.10.2012]</i>
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel
Dozent: Dozenten des Studiengangs <i>[letzte Änderung 29.10.2012]</i>

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Grundlagenwissen zu

- den Dimensionen des Wellness- und Gesundheitstourismus
- den Phänomenen bzgl. des Gesundheitsmarktes & gesellschaftlichen Trends
- dem theoretischen Verständnis über Gesundheitstourismus (Nachfrage- und Angebotstrends)
- den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Wellness- und Gesundheitstourismus
- den Begriffen im Wellness- und Gesundheitstourismus (Prävention, Kur & Reha, Wellness)
- der Analyse und der Gestaltung(sfähigkeit) besonderer Angebote im Wellness- und Gesundheitstourismus.

Die Studierenden

- gewinnen Einblicke in die Grundlagen des Wellness- und Gesundheitstourismus

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit (inter-) nationalen Phänomenen bzgl. Wellness- und Gesundheitstourismus
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Unternehmen / Organisationen im Wellness- und Gesundheitstourismus

Berufspraktische Bezüge:

- Ökonomische, medizinische und sozialwissenschaftliche Wissenschafts- und Managementkonzepte im Wellness- und Gesundheitstourismus
- Ökonomische, medizinische und sozialwissenschaftliche Methoden im Wellness- und Gesundheitstourismus
- Sozialkompetenz

- Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
- insbesondere ökonomische, medizinische und sozialwissenschaftliche Wissenschafts- und Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den nachhaltigen Wellness- und Gesundheitstourismus

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 des Wellness- und Gesundheitstourismus verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden
- grundlegende Planungs- und Steuerungsmethoden im Kontext des Wellness- und Gesundheitstourismus anwenden (strategische Planung der Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
- grundlegende dienstleistungsspezifische Prozesse im Wellness- und Gesundheitstourismus beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
- grundlegende dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Wellness- und Gesundheitstourismus 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 (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
- Grundlagen der Motivation und Teamarbeit anwenden

[letzte Änderung 29.10.2012]

Inhalt:

- Grundlagen zum Wellness- und Gesundheitstourismus
- Gesundheitsmarkt & gesellschaftliche Trends
- Gesundheitstourismus (Nachfrage- und Angebotstrends)
- Gesundheitsurlaub (Prävention, Kur & Reha, Wellness)
- Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Wellness- und Gesundheitstourismus
- Begriffe in Wellness- und Gesundheitstourismus
- Analyse und Gestaltung besonderer Angebote im Wellness- und Gesundheitstourismus
- Strategische Planung der Marketing-Instrumente für Wellness- und Gesundheitstourismus
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) im Kontext des Wellness- und Gesundheitstourismus

[letzte Änderung 29.10.2012]

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]

Literatur:

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

- Becker, C. (Hrsg.) u.a. (1999): Kurorte der Zukunft. Neue Ansätze durch Gesundheitstourismus, Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, Heft 49. Selbstverlag Trier.
- Berg, W., Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus, Oldenbourg, München 2008
- Herrick, D., Medical Tourism: Global Competition in Health Care, NCPA Policy Report No. 304, Dallas 2007
- Geiger, A. u. a. (Hrsg.): Unternehmen Wellness Handbuch für Betriebe der Wellness und Medizinischen Wellness. Pabst Science Publishers, 2005
- KAUFMANN, E. L. (1999): Wellness-Tourismus: Marktanalyse und Qualitätsanforderungen für die Hotellerie Schnittstellen zur Gesundheitsförderung. In: FIF der Universität Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus. Band 38. Bern
- Wiesner, K., Wellnessmanagement, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2007
- Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage

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

[letzte Änderung 29.10.2012]