

Übersicht: Informationstechnologie-Lehrinhalte im Hospitality Management Master

Informationstechnologie (IT) ist eine wichtige Querschnittsfunktion, die im Zuge der **Digitalisierung** alle Felder des Tourismus durchdringt und von Arbeitgebern als Grundwissen vorausgesetzt wird. Ergänzend zum Modulhandbuch werden hier Module des Studiengangs mit wesentlichen IT-Inhalten aufgeführt:

1. Sem	Unternehmensführung (Pflichtmodul M 1.2H) M 121H Führung internationaler und multinationaler Unternehmen (2 SWS); Web-basierte Planspiel-Simulationen und Planungsrechnung mit Tabellenkalkulation
	Qualitäts- und Prozessmanagement (Pflichtmodul M 1.5H) M 152H Moderne IT-Systeme & Prozesse (2 SWS) Projekt-Cases: Einführung eines QM-Systems, Launch Hotel-Web-Auftritt/Mobile App Projektcontrolling-Software: PERT, Meilenstein-Trendanalyse & Earned Value Analyse IT-Applikationslandschaften Hotellerie & Gastronomie mit Schnittstellen & QM-Bezug Fokus auf Warenwirtschaft, Einkaufs-&Bestellplattformen, MIS/Balanced Scorecard; Wirtschaftlichkeit von IT-Investitionen; Modellierung/Simulation von Prozessen & Wartesystemen mit Tabellenkalkulation & Prozess-Simulationssoftware
2. Sem	Rechnungswesen & Controlling (Pflichtmodul M 2.2H) M 222H Operatives und strategisches Hospitality Controlling (2 SWS) IT-Systeme und Prozesse des Hotel-Controllings: FIBU, KLR, Management Reporting, Datenexport aus PMS, Datenimport, Datenaufbereitung und -Visualisierung in FIBU, KLR, Steuerverfahren; Datenvisualisierung, Interpretation, Forecast & Kennzahlenanalyse mit Tabellenkalkulation, Report-/Benchmark-Diensten
	Distributionsmanagement (Pflichtmodul M 2.5H) M 251H eMarketing (2 SWS), M 252H Hotel Revenue Management Systeme (2 SWS) Web-Technologien: TCP/IP, HTTP/S, HTML/CSS, JavaScript, Web-Templates/CMS, serverseitige Scripte, SQL/ODBC, XML, WebServices, AJAX, IBEs, Dynamic Packaging Engines, (Meta) Search-Engines, Semantic Web, Apps; IT-Management: Make or Buy, Zentralisierung/Dezentralisierung, IT-Beschaffung, Datenschutz & Datensicherheit; IT-Applikationslandschaften von Hotels, Hotelketten und Hotelkooperationen; Prozesse des Online-Marketing, der Multi-Channel Distribution, des SEO, SEM, CRM; Lineare, ganzzahlige & nicht-lineare Optimierung in Online Marketing & Distribution; Algorithmen & Systeme des Hotel Revenue Managements, Hotel Controlling und MIS
	Empirische Forschung (Pflichtmodul M 2.6H) (4 SWS) Fortgeschrittene Methoden der empirischen quantitativen Marktforschung und ihre Umsetzung mit Statistik-Software-Paketen am Computer; Datenvisualisierung, Statistik-Auswertungen z.B. zur Kundenzufriedenheit oder zur Usability von Websites, statistische Methoden wie multivariate Regression, Varianzanalyse, Cluster-Analyse, etc. bis zu Data Mining und Arbeit mit Geodaten

Zusätzlich gibt es Seminare, Fallstudien und PBLV-Veranstaltungen, die sich mit aktuellen Themen der **Digitalisierung im Tourismus** beschäftigen. Das **Career Center der Hochschule München** bietet allen Studierenden außerdem praxisorientierte MS-Office- und Visual-Basic-Kurse mit einem Zertifikat an.