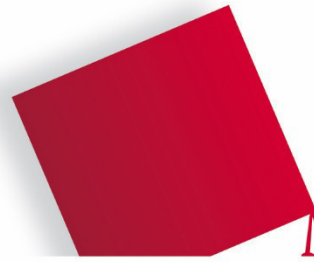


Fakultät für
Tourismus



HOCHSCHULE
FÜR ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN
MÜNCHEN

MODULHANDBUCH

Studiengang

Tourismus Management (Bachelor)

ab WS 2018/19

Fakultät

Fakultät für Tourismus

Bachelor Studiengang Tourismus Management Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des An- gebots	Dauer
R1.1	150 h	5 ECTS	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung: 4 SWS	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105 h	geplante Grup- pengröße 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Lehrveranstaltung soll die betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Tourismus-Managements vermitteln. Das beinhaltet zum einen einen strukturierten Überblick über die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, deren Bedeutung als Wissenschaft sowie deren Gegenstände und wissenschaftliche Methoden. Zum anderen werden diese Grundlagen stets auf touristische Unternehmen (Hotel- und Fluggesellschaften, Kreuzfahrt- und Veranstalterunternehmen sowie Event- und Messegesellschaften) bezogen, wobei die Unterschiede zu den im Tourismus zahlreich vertretenen öffentlichen Betrieben aufgezeigt werden</p> <p>Darüber hinaus sollen die Studierenden mit den Rahmenbedingungen des Wirtschaftens und den von Unternehmen zu treffenden fundamentalen Entscheidungen vertraut gemacht werden. Die Studierenden sollen über Kenntnisse hinsichtlich der grundlegenden wirtschaftlichen Zusammenhänge, auch zu verwandten Disziplinen, verfügen. Dabei werden die Spezifika des Dienstleistungsbereiches im Allgemeinen sowie der touristischen Dienstleistungsunternehmen im Besonderen herausgestellt, vor allem durch aktuelle Praxisbeispiele.</p> <p>Die von diesem Modul zu entwickelnde Hauptkompetenz liegt in einer betriebswirtschaftlichen Denkhaltung, die den Besonderheiten der Tourismusbranche angemessen Rechnung trägt.</p> <p>Methodische Lernziele:</p> <p>Fähigkeit zum Textstudium und kritischer Reflexion von Texten; Verstehen und Arbeiten mit den verschiedenen wissenschaftlichen Aussagekategorien</p> <p>Anwendung und Vertiefung mathematischer Kompetenzen für die Kalkulation und Optimierung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im Tourismus</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Zu Beginn der Veranstaltung werden Grundlagen gelegt, indem die Betriebswirtschaftslehre und der Tourismus getrennt voneinander vorgestellt werden, um dann in einem Modell des Tourismusmanagements zusammen zu finden. Elemente zur Wirtschaftsordnung, Tourismuspolitik und zur Bedeutung des Wettbewerbs bilden darauf aufbauend den Rahmen für das Tourismusmanagement. Insbesondere werden hier Unternehmen anhand ihrer Ziele, Strukturen und Prozesse beschrieben und ihre Rolle auf den Märkten erläutert.</p> <p>Im zweiten Hauptteil der Veranstaltung werden die Grundlagen betrieblicher Funktionsbereiche präsentiert. Die Studierenden sollen hier auch die wesentlichen Zusammenhänge zwischen diesen Teilfunktionen erkennen, bevor in den Folgesemestern die einzelnen Funktionen in eigenen Veranstaltungen vertieft und in speziellen Anwendungen im touristischen Kontext geübt werden.</p> <p>Im dritten Teil der Veranstaltung werden die Managementprozesse vorgestellt, die der Steuerung sowohl einzelner Funktionsbereiche als auch des Gesamtunternehmens dienen.</p> <p>Die Veranstaltung wird abgerundet durch die Darstellung wesentlicher Aspekte des strategischen Managements, die thematisch überleiten in die Veranstaltungen der Unternehmensführung im weiteren Studienverlauf. Dem Thema Nachhaltigkeit im Tourismus ist zum Ende des</p>				

	<p>Moduls ein komplettes Kapitel gewidmet.</p> <p><u>Gliederung:</u></p> <p>1. Grundlagen: Betriebswirtschaftslehre und Tourismus</p> <p>1.1 Betriebswirtschaftslehre: Kaufmännisches Denken und Handeln lernen</p> <p>1.2 Tourismus: Die Sehnsucht nach Traumstränden und -renditen</p> <p>1.3 Tourismusmanagement: Handlungsfelder einer Betriebswirtschaftslehre des Tourismus</p> <p>1.4 Ordnungspolitische Rahmen: Wirtschaftsordnung und Tourismuspolitik</p> <p>1.5 Unternehmen im Wettbewerb</p> <p>2. Funktionsbereiche: Kernelemente touristischer Wertschöpfung</p> <p>2.1 Investition und Finanzierung</p> <p>2.2 Beschaffung</p> <p>2.3 Produktion</p> <p>2.4 Marketing</p> <p>3. Managementprozesse: Lenken und Entscheiden im Tourismus</p> <p>3.1 Planung</p> <p>3.2 Rechnungswesen und Controlling</p> <p>3.3 Personalmanagement</p> <p>3.4 Organisation</p> <p>4. Werte und Strategien: Fragen nach Sinn, Wegen und Verantwortung im Tourismus</p> <p>4.1 Unternehmensidentität und Unternehmenspolitik</p> <p>4.2 Strategisches Management</p> <p>4.3 Nachhaltiges Tourismusmanagement</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Primär seminaristischer Unterricht und Literaturstudium. Fallbeispiele zu Beginn neuer Themen und kleinere Übungsaufgaben</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Einfache Gewichtung</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Felix Kolbeck, Prof. Dr. Marion Rauscher, Prof. Dr. Lukas Schönberger</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Basisliteratur: Kolbeck, Felix; Rauscher, Marion (2015): Tourismus-Management. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, 2. Auflage, München.</p> <p>Schlüsselqualifikationen: Vernetztes, themenübergreifendes wirtschaftliches Denken. Souveränität im Umgang mit einer „betriebswirtschaftlichen Denkhaltung“ im praktischen Kontext des Tourismus. Problembewusstsein und Lösungsorientierung.</p>

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Recht (Law)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 1.2	150 h	5 ECTS	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesungen: 4 SWS R 121 Wirtschaftsprivatrecht	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • haben ein grundlegendes Verständnis für die rechtlichen Beziehungen insbesondere im Wirtschaftsleben und kennen die hierzu einschlägigen unterschiedlichen Rechtsquellen und Rechtsgebiete; • können beurteilen, ob und mit welchem Inhalt eine Rechtsbeziehung zwischen den Beteiligten zustande gekommen ist, auch unter Berücksichtigung verbraucherschützender Vorschriften, Allgemeiner Geschäftsbedingungen und der Besonderheiten des elektronischen Geschäftsverkehrs, sowie verschiedener Formen der Stellvertretung; • sind in der Lage zu beurteilen, welche Rechte und Pflichten sich für die Beteiligten aus vertraglichen und gesetzlichen Schuldverhältnissen ergeben, auch bei Leistungsstörungen in der Abwicklung eines Vertrags; • können ausgewählte Vertragsformen des Bürgerlichen Gesetzbuchs voneinander abgrenzen; • kennen wichtige Grundlagen des Handelsrechts und können diese anwenden; • sind dialogfähig gegenüber Spezialisten, zum Beispiel Rechtsanwälten, deren Rat sie in komplexeren Zusammenhängen benötigen 				
3	Inhalte Einführung und Grundlagen, insbes. Rechtssystem, Rechtsquellen Willenserklärung und Rechtsgeschäft; Mängel bei Rechtsgeschäften Stellvertretung Inhalt von Schuldverhältnissen Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen Verbraucherverträge und besondere Vertriebsformen Beendigung von Schuldverhältnissen Schadensersatz Leistungsstörungen (insbes. Unmöglichkeit, Verzug, Schlechtleistung, Nebenpflichtverletzung)				

	<p>Einbeziehung Dritter in das Schuldverhältnis; Gläubiger- und Schuldnermehrheit; Forderungsabtretung</p> <p>Kaufvertrag</p> <p>Gebrauchsüberlassungsverträge: Miete, Pacht, Darlehen</p> <p>Dienstvertrag, Werkvertrag</p> <p>Grundzüge Bereicherungs- und Deliktsrecht</p> <p>Grundzüge des Sachenrechts</p> <p>Einführung in das Handelsrecht; Kaufmannsbegriff</p> <p>Handelsregister; Firma</p> <p>Hilfspersonen und Vertreter des Kaufmanns; Handelsgeschäfte</p>
4	Lehrformen: seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine
6	Prüfungsformen: schriftliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: einfache Gewichtung
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Ch. Achilles-Pujol
11	Sonstige Informationen

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Einführung in den Tourismus					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 1.3	150 h	5 ECTS	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung; 4 SWS R131 Einführung in den Tourismus	Kontaktzeit 4 SWS / 45h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Vorlesung vermittelt einen breiten Überblick über die Tourismuswirtschaft und ausgewählte Managementtechniken. Dabei wird angestrebt, dass <ul style="list-style-type: none"> • für einzelnen Teilsektoren der Tourismuswirtschaft die wichtigsten Branchen Kennzahlen und die führenden Unternehmen national wie international bekannt sind, • die Nachfrageseite mit den wichtigsten touristischen Quellmärkten und daraus abzuleitende Folgerungen für das Management beschrieben werden kann, • die Angebotsseite je Teilsektor mit den führenden Marktpartnern sowie für die Sektoren typische Managementtechniken verstanden wurden. 				
3	Inhalte <ol style="list-style-type: none"> I. Grundlagen: das System Tourismus als Teil des Wirtschaftssystems, Geschichte des Tourismus, Tourismus und Umwelt, Umweltmanagement II. Destinationen: Charakter von Destinationen, Management von heterogenen Leistungsträgern, regionales Markenmanagement III. Informieren und Buchen: Eigenschaften des touristischen Produktes, Informations- und Buchungsverhalten von Kunden, Reiseveranstalter als Produzenten, Reisemittler, rechtlicher Rahmen des Vermittlungsprozesses, Buchungs- und Reservierungssysteme, CRM-Systeme, Qualitäts- und Beschwerdemanagement IV. Verkehrsträger: Bedeutung des Verkehrs für den Tourismus, Verkehrsmittelwahl, Bus, Bahn und Flugzeug als Verkehrsträger, Vertriebsmanagement am Beispiel der DB AG, Rechtlicher Rahmen des Airline-Sektors vor und seit der Deregulierung und Reaktion der Akteure hierauf, Revenue Management und Flottenplanung von Airlines V. Hotelmanagement: Abgrenzung gastronomie- und hotellerie-spezifischer Betriebsarten (z.B. Hotel, Hotel garni, Motel, Boardinghouse); Zahlen – Daten – Fakten zur Hospitality Industrie, insbesondere zum (inter-)nationalen Hotelmarkt; aktuelle Hoteltrends und deren Bedeutung Abteilungen und Managementaufgaben eines Hotels; Kennzahlen des Gastgewerbes; branchenspezifische Probleme; Besonderheiten des Hospitality Project Development 				
4	Lehrformen: Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen: Schriftliche Prüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): <i>keine</i>
9	Stellenwert der Note für die Endnote: einfache Gewichtung
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Bausch, Prof. Dr. Busacker, Prof. Dr. von Freyberg
11	Sonstige Informationen

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Tourismusökonomie I - Grundlagen der Volkswirtschaftslehre					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 1.4	150 h	5 ECTS	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung mit Übungen: 4 SWS R 141 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen Kenntnisse über grundlegende theoretische Zusammenhänge der Volkswirtschaftslehre, insbesondere der Mikro- und Makroökonomie erwerben. Sie sollen die analytische Fähigkeit erlernen, komplexe ökonomische Zusammenhänge mit Hilfe der ökonomischen Grundprinzipien des Denkens in Alternativen, des Rationalverhaltens und des Marginalkalküls zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten. Darüber hinaus sollen sie bei der Beurteilung aktueller wirtschaftspolitischer Fragestellungen eine fundierte Urteilskraft entwickeln. Hierfür sind sowohl Kenntnisse über die Funktionsweise des Marktes und die Bedeutung des Wettbewerbs für die Güterallokation sowie die Auswirkungen staatlicher Interventionen in die Marktpreisbildung zu erwerben, um Marktergebnisse auch wohlfahrtstheoretisch beurteilen zu können. Auf der Grundlage der Kreislaufanalyse sollen die Studierenden das Zusammenwirken gesamtwirtschaftlicher Aggregatgrößen verstehen und deren Bedeutung für die Erreichung der wirtschaftspolitischen Ziele einschätzen können. Darüber hinaus sollen Sie grundlegende tourismusökonomische Begrifflichkeiten und Zusammenhänge lernen und einen Transfer volkswirtschaftlicher Zusammenhänge in tourismusökonomische Fragestellungen erreichen können.				
3	Inhalte 1) Volkswirtschaftliche Grundbegriffe: Knappheit – Produktionsstruktur – Transformationskurve – Allokation – Arbeitsteilung und Tausch – Lenkung und Koordinierung – Geld- und Fiskalpolitik - Verteilung – Konjunktur und Wachstum 2) Wirtschaftssysteme: Ideal- und realtypische Wirtschaftssysteme – Funktionsweise der Marktwirtschaft – Soziale Marktwirtschaft – Paretokriterium – Marktversagen: Marktmacht, externe Effekte, öffentliche Güter – Staatsversagen – Politische Ökonomie 3) Nachfrage- und Angebotstheorie: Nutzentheorie – optimaler Haushaltsplan – Determinanten der Güternachfrage – Nachfrageelastizitäten – aggregierte Nachfrage – Konsumentenrente – (Angebot an Ersparnis) – Produktionstheorie und –funktionen – kurz- und langfristige Kostenfunktionen – optimaler Produktionsplan – Determinanten des Güterangebots (und der Faktornachfrage) 4) Markt- und Preistheorie: Marktformen und -verhalten bzw. -strategien - vollständige Konkurrenz – Monopol – (monopolistische Konkurrenz – Oligopol) – Preistheorie – Preisfunktionen – (Preisdynamik) – Staatseingriffe in die Preisbildung: Höchst- und Mindestpreise, Steuern und Subventionen,				

	<p>Preisstabilisierung – (Preisbildung auf Faktormärkten)</p> <p>5) Volkswirtschaftliche Kreisläufe, Daten und Rechenwerke Volkswirtschaftlicher Kreislauf – Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Gesamtwirtschaftliche Finanzierungsrechnung – Zahlungsbilanz</p> <p>6) Grundbegriffe geld- und währungstheoretischer Elemente Funktionen und Formen des Geldes – Überblick zu Währung und Währungssystemen – Devisen, Devisenmarkt, Auf- und Abwertungen – Terms of Trade</p> <p>7) Grundbegriffe klassischer und keynesianischer Makroökonomie und Politik: Klassisches Modell – Keynesianischer Multiplikator</p> <p>8) Einführende Grundlagen der Tourismusökonomie werden begleitend zu den entsprechenden Themenpunkten oben behandelt: Touristische Produkte und deren Produktionsfaktoren – Determinanten der Tourismusnachfrage – touristische Wertschöpfung und TSA – die Destination als „kleine Volkswirtschaft“</p> <p>9) Selbststudium aktueller wirtschaftspolitischer Entwicklungen und Themen anhand geeigneter Medien: Tages- und/oder Wochenzeitungen – Journale – Fachzeitschriften – Hörfunk und Fernsehen - Internet</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht mit Übungen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>schriftliche Prüfung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Einfache Gewichtung</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Sonja Munz</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Baßeler, Ulrich; Heinrich, Jürgen; Utecht, Burkhard (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. Übungsbuch. 19. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Bofinger, Peter (2015): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. 4. Aufl. München, Boston [u.a.]: Pearson Studium.</p> <p>Krugman, Paul R., Wells, Robin (2017): Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Letzner, V. (2013): Tourismusökonomie. Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen.</p>

München, Oldenbourg Verlag.

Mankiw, N. Gregory; Mark P., Herrmann, Wagner, Adolf, Taylor, Marco (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 4. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Wirtschaftslexika, z.B. Gabler Wirtschafts-Lexikon

Wirtschafts- und Politikteil einer überregionalen Tageszeitung, z.B. SZ, FAZ, Handelsblatt

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Sprachmodul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 1.5	150 h	5 ECTS	1 Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht, Übung: 4 SWS R151 Sprachmodul	Kontaktzeit 4 SWS/ 45h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Kurs 1 - Niveau A1: Hochschulspezifische sprachliche Grundkenntnisse in der Zweitsprache (Französisch/ Italienisch/ Spanisch/ Chinesisch/ Russisch/ Japanisch) zur Bewältigung einfacher und bekannter Alltagssituationen. Basiskenntnisse der Kultur des Zielsprachenlandes. Kurs 2 - Niveau A2: Hochschulspezifische sprachlich erweiterte und vertiefte Grundkenntnisse in der Zweitsprache (Französisch/ Italienisch/ Spanisch/ Chinesisch/ Russisch/ Japanisch) zur Bewältigung einfacher Alltagssituationen. Kenntnis grundlegender kultureller Aspekte der Kultur des Zielsprachenlandes. Kurs 3 – Niveau B1: Hochschulspezifische, fach- und berufsorientierte sprachliche und interkulturell-kommunikative Kompetenz in der Fremdsprache (Französisch/ Italienisch/ Spanisch) zur Bewältigung einfacher Situationen des Studien- und Berufsalltags. Interkulturelle Kompetenz durch Kenntnis grundlegender Aspekte der Kultur des Zielsprachenlandes. Kurs 4: - Niveau B2: Fortgeschrittene hochschul- fach-, berufs- und kulturspezifische sprachliche sowie interkulturelle Kompetenz zur Bewältigung akademischer und beruflicher Situationen im In- und Ausland. (Französisch/ Italienisch/ Spanisch)				
3	Inhalte Kurs 1 – Niveau A1: Sprachliche Grundlagen in Französisch/ Italienisch/ Spanisch/ Chinesisch/ Russisch/ Japanisch, systematische Einführung in den aktiven Gebrauch der Allgemeinsprache, Übungen in den rezeptiven und produktiven Fertigkeiten sowie einfache Grammatikarbeit im funktionalen und kulturspezifischen Kontext. Kurs 2 - Niveau A2: Erweiterung und Vertiefung der sprachlichen Grundlagen in Französisch/ Italienisch/ Spanisch/ Chinesisch/ Russisch/ Japanisch, Fortführung der systematischen Einführung in den aktiven Gebrauch der Allgemeinsprache in einfachen akademischen und beruflichen Situationen, Übungen in den Fertigkeiten Lesen, Hören, Sprechen, Schreiben und stufenadäquate Grammatikarbeit im funktionalen und kulturspezifischen Kontext. Materialien zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen. Kurs 3 – Niveau B1: Förderung des aktiven Gebrauchs der Fremdsprache (Französisch/ Italienisch/ Spanisch) in akademischen und beruflichen Situationen durch gezielte Übungen in den rezeptiven (Lesen und Hören) und produktiven (Sprechen und Schreiben) Fertigkeiten. Einfache authentische Lernmaterialien (Filme, Interviews, Preetexte, etc.). Stufenadäquate Grammatikarbeit im funktionalen und kulturspezifischen Kontext. Kulturell und interkulturell relevante Themen.				

	Kurs 4 – Niveau B2: Aktiver, fortgeschrittener Gebrauch der Fremdsprache (Französisch/ Italienisch/ Spanisch) in akademischen und berufsorientierten Situationen. Vertiefung der rezeptiven (Lesen und Hören) und produktiven (Sprechen und Schreiben) Fertigkeiten. Authentische Lernmaterialien (Filme, Interviews, Presstexte, etc.) zu kultur-, fach- und, berufsspezifischen Themen des Zielsprachenlandes. Analyse wichtiger interkultureller kommunikativer Aspekte. Stufenadäquate Grammatikarbeit im funktionalen und kulturspezifischen Kontext.
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit, Rollenspiele, Projektorientiertes Arbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Gruppeneinteilung nach Spracheinstufungstest
6	Prüfungsformen Schriftliche Prüfung 60 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Inhaltlicher Bezug zu: R 5.5, Intercultural Skills II; anerkannt als entsprechendes UNICert Modul für den Erwerb des UNICert-Zertifikates an der FK 13
9	Stellenwert der Note für die Endnote Einfache Gewichtung
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende FK13 Prof. Dr. Mattedi-Puhr-Westerheide / Prof. Dr. Begona Prieto Peral
11	Sonstige Informationen Anwesenheitspflicht von 80%

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Empirische Forschung I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 1.6	150 h	5 ECTS	1. Sem.	Jedes Semester,	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht, Übungen: 4 SWS a) R 161 Wirtschaftsmathematik b) R 162 Statistik I	Kontaktzeit 4 SWS / 45h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen a) Wirtschaftsmathematik: Es soll zunächst, aufbauend auf die unterschiedlichen Vorkenntnisse, eine gemeinsame Basis geschaffen werden. Für die Bereiche Statistik, Finanzmathematik und Optimierung sollen die mathematischen Grundlagen vermittelt werden. Anhand von praktischen Beispielen wird die Fähigkeit geschult, Probleme abstrakt zu formulieren und mathematisch zu lösen. b) Statistik I: Die Studierenden sollen Einsicht in die Möglichkeiten und Grenzen erhalten, fachliche Fragestellungen betriebs- und volkswirtschaftlicher Art mittels deskriptiver statistischer Analysen zu beantworten. Sie sollen befähigt werden, grundlegende statistische Methoden – basierend auf dem Einsatz von Computerprogrammen – in den Funktionsbereichen eines Betriebes, in einer Institution oder einer Destination einzusetzen.				
3	Inhalte <u>a) Wirtschaftsmathematik:</u> 1) Analysis: Grundlagen der Differential- und Integralrechnung mit einer und mehreren Veränderlichen. 2) Finanzmathematik: 2.1 Zinsrechnung: Verschiedene Verzinsungsarten und deren Anwendungen. 2.2 Renten: Berechnung von Barwert, Endwert, Rate, Zinsfuß, Laufzeit 2.3 Zahlungsströme: Rendite, Kapitalwert, effektive Verzinsung, allgemeine Rentabilitätsbetrachtungen. 3) Ansätze Lineare Algebra und Optimierung: 3.1 Lösung von Gleichungssystemen. 3.2 Mathematische Formulierung innerbetrieblicher Zusammenhänge. 3.3 Matrizenrechnung. 3.4 Lineare Optimierung <u>b) Statistik I:</u> 1) Grundbegriffe und Grundlagen der Statistik: Grundbegriffe – Aufgaben – Projektorganisation – Träger 2) Erstellung und Umgang mit empirischen Verteilungen: Erhebung und Aufbereitung von Daten – Darstellung in Form von Häufigkeitsverteilungen – Berechnung und Interpretation von Lage- und Streuungsmaßen				

	<p>3) Ermittlung und Anwendung von Verhältniszahlen: Gliederungs-, Beziehungs- und Messzahlen – Kennzahlen – Indexzahlen – Methoden der Preisbereinigung</p> <p>4) Messung zweidimensionaler Zusammenhänge: Kreuztabellen – Regressions-, Korrelations- und Kontingenzanalyse</p> <p>5) Zeitreihenanalyse: Zeitreihenzerlegung – Trendermittlung – Prognose</p> <p>6) Computerprogramme: Grundlagen der Anwendung von Tabellenkalkulations- und Statistik-Software</p>
4	<p>Lehrformen Vorlesungen mit Übungen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen Schriftliche Prüfung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote Einfache Gewichtung</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Humpe</p>
11	<p>Sonstige Informationen Literatur: a) Wirtschaftsmathematik: Financial Management in Theory and Practice, Eugene F. Brigham und Michael C. Ehrhardt Principles of Corporate Finance, Richard A. Brealey und Stewart C. Myers Basic Mathematics for Economists, Mike Rosser von Taylor & Francis Mathematics for Economists, Malcolm Pemberton und Nicholas Rau Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Differential- und Integralrechnung, Jochen Schwarze b) Statistik I: Zwerenz, K.: Statistik. Einführung in die computergestützte Datenanalyse</p>

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Rechnungswesen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.1	150 h	5 ECTS	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung: 4 SWS R 211 Rechnungswesen	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 180 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Buchführung: Die Studierenden haben <ul style="list-style-type: none"> • die Fähigkeit zu entscheiden, ob ein Unternehmer verpflichtet ist, Bücher zu führen, • Sensibilität für die Konkretisierung Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung • Kenntnisse zur Durchführung einer Inventur, • die Fähigkeit zur Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle bis hin zur Erstellung der Schlussbilanz Bilanzierung: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • wissen um die Bedeutung der Bilanzierung als Abschluss der Buchführung (Zwecke, Adressaten, Lesarten) • kennen die Basiselemente der Bilanzierung • kennen Grundzüge der aktuellen Weiterentwicklungen der Bilanzierung in Wissenschaft und Praxis • können die Auswirkungen typischer touristischer Geschäftsmodelle auf die Bilanzierung darstellen und hinsichtlich grundsätzlicher Auswirkungen auf Liquidität, Finanzierung und Solidität beurteilen. • haben Kenntnisse erworben zur Bilanzierung von Anlage- und Umlaufvermögen sowie Eigen- und Fremdkapital inkl. relevanter Rechnungsabgrenzungsposten • kennen die Bedeutung und den Aufbau der Gewinn- und Verlustrechnung sowie ihrer typischen Ausprägungen in der Tourismuswirtschaft (u.a. Grundstruktur von Deckungsbeitragsrechnungen) 				
3	Inhalte Buchführung: Zunächst wird das Betriebliche Rechnungswesen als Informationssystem vorgestellt, deren Aufgaben und Ziele erläutert sowie Grundbegriffe definiert und erklärt. Nach der Erarbeitung der				

	<p>rechtlichen Grundlagen der Buchhaltung bildet das System der kaufmännischen Buchführung den Schwerpunkt der Veranstaltung. Hierzu gehören z.B. folgende Themenfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz, • Buchführung als Fortschreibung der Bilanz in kontenmäßiger Darstellung, • Buchung laufender Geschäftsvorfälle in Bestands- und Erfolgskonten, • Gewinn- und Verlustrechnung nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren, • Bestimmung von Anschaffungs- und Herstellungskosten sowie Abschreibungsregeln, • Verbuchung von Umsatzsteuer und Vorsteuer <p>Bilanzierung:</p> <p>Aufbauend auf dem Modulteil Buchführung werden zunächst Charakter, Ziele und Bestandteile des Jahresabschlusses vorgestellt.</p> <p>Hierbei werden die Besonderheit der Geschäftsmodelle von Tourismus- und Hotelunternehmen herausgestellt, insbesondere die Auswirkungen von anlagevermögens-intensiven Strategien (Fluggesellschaften, Kreuzfahrtunternehmen, Hotelunternehmen) im Gegensatz zu „asset-light-Strategien“ (Reiseveranstalter und -vertriebe).</p> <p>Der Bilanzierungsprozess (Ansatz, Bewertung, Ausweis) wird dargestellt und einige darin enthaltene Schlüsselfragen thematisiert. Anschließend werden, auch anhand zahlreicher aktueller Bilanzbeispiele aus der Tourismuswirtschaft, Ansatz und Bewertung einzelner Bilanzpositionen entsprechend ihrer Reihenfolgen in der Bilanzsystematik des HGB vorgestellt. Die Auswirkungen der für die Tourismuswirtschaft sehr bedeutsamen Kundenanzahlungen und Lieferantenkredite werden ebenso gewürdigt, wie die Auswirkungen verschiedener Leasingstrategien auf die Bilanzwerte.</p> <p>Themen u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bilanz als Objekt: Charakter, Ziele und Bestandteile des Jahresabschlusses • Die Bilanzierung als Prozess • Grundlegende Fragen des Bilanzansatzes • Auswirkungen typischer Beteiligungsstrukturen im Tourismus auf die Bilanzierung • Relevante Bewertungsverfahren im Rahmen der Bilanzierung touristischer Unternehmen • Bedeutung und Behandlung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten im Rahmen der Bilanzierung touristischer Unternehmen • Bilanzierung von Anlage- und Umlaufvermögen sowie Eigen- und Fremdkapital inkl. relevanter Rechnungsabgrenzungsposten anhand von aktuellen Beispielen typischer Tourismusunternehmen • Die Gewinn- und Verlustrechnung im Jahresabschluss
4	Lehrformen: seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine
6	Prüfungsformen: schriftliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine

9	Stellenwert der Note für die Endnote: einfache Gewichtung
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: a) Prof. Dr. Felix Kolbeck b) StB Prof. Dr. Michael Reitsam c) Prof. Dr. Sven Sterzenbach
11	Sonstige Informationen

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Personalmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.2	90 h	3 ECTS	2	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung: 2 SWS	Kontaktzeit 2 SWS / 22,5 h	Selbststudium 67,5 h	geplante Gruppengröße je 50-80 / Gruppe	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Vorlesung „Personalmanagement“ ist eine Einführungsveranstaltung, welche die Grundlagen des Personalmanagements vermittelt. Zum Ende des Semesters sollen die Studierenden die wesentlichen Aufgaben und Prozesse des Personalmanagements kennen, typische Herausforderungen und aktuelle Trends im Personalmanagement verstehen sowie zentrale Instrumente und deren Einsatzbereiche kennen.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor für Unternehmen - Theoretische Grundlagen und aktuelle HR-Trends - Aufgaben und Organisation der Personalabteilung - Akteure im Personalmanagement - Personalmanagement im Tourismus: Besonderheiten - Interne und externe Bedingungen des Personalmanagements - Personalmanagementprozesse: Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung, Personaleinsatz, Personalentlohnung, Personalcontrolling 				
4	Lehrformen Vorlesung, Literaturstudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen vgl Vorrückbestimmungen der SPO				
6	Prüfungsformen schriftliche Prüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Schafft die Grundlagen für alle Module der höheren Semester im Bereich einer markt- und kundenorientierten Unternehmensführung. Alle weiteren Kurse mit HR-Fokus bauen auf der Vorlesung auf				
9	Stellenwert der Note für die Endnote Einfache Gewichtung				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				

	Prof. Dr. Celine Chang
11	Sonstige Informationen Begleitendes Lehrbuch für die Vorlesung Personalmanagement: Holtbrügge, D. (2017). Personalmanagement (7. Aufl.). Berlin: Springer.

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Tourismusmanagement in Quellmärkten					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.3	150 h	4 ECTS	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesungen: 4 SWS a) R 231 Grundlagen der touristischen Planung und Produktion b) R 232 Management von Reiseunternehmen	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 75 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen R 231 Grundlagen der touristischen Planung und Produktion: Reiseveranstalter haben mit der Entwicklung der Pauschalreise, insbesondere der Flugpauschalreise, es erstmals ermöglicht, breiten Käuferschichten Urlaubsreisen zu erschwinglichen Preisen anzubieten und damit wesentlich zum Entstehen und dem rasanten Wachstum des Massentourismus beigetragen. Trotz sich veränderten Reiseverhaltens hin zu individuellen Reiseformen, hat die Pauschalreise nach wie vor einen wesentlichen Anteil am Angebotsportfolio der Reiseveranstalter. Studierende kennen <ul style="list-style-type: none"> • Wesen und Besonderheit der Pauschalreise in Abgrenzung zu anderen Produkten und Dienstleistungen. • Die bei der Gesteherung notwendigen Planungs- und Entscheidungsprozesse und deren operativen Abläufe. • Die finanzielle Bewertung von Auslastungsrisiken bei Unterkunft- und Transportkapazitäten und deren Auswirkungen auf das Absatzverhalten. • Ablauf und Verhandlungsstrategien mit den Leistungsträgern bei der Beschaffung von Unterkunfts- und Flugkapazitäten, sowie deren unterschiedliche vertragliche Ausgestaltung. • Betriebswirtschaftliche Kalkulationsansätze sowie Methoden und Besonderheiten bei der Kalkulation und Preisfindung von Pauschalreisen. R 232 Management von Reiseunternehmen: Im 2. Semester stehen in der touristischen Lehrveranstaltungen (Säule "TR") die Quellmarktorganisationen im Vordergrund. Zu den typischen Quellmarkt-Unternehmen zählen Reisevertriebe und Reiseveranstalter. Deren Management weist zahlreiche vernetzte Teilaufgaben und Besonderheiten auf. Zudem sind Reisevertriebe und -veranstalter von bedeutenden Veränderungen geprägt. Das Geschäft wird zunehmend von internationalen, also quellmarktübergreifenden Organisationen geführt und einige Geschäftsprozesse werden in das Internet verlagert ("virtualisiert"). Dennoch behalten mittelständische und kleinere Unternehmensformen in diesem Geschäft eine hohe Bedeutung.				

	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten Einblick in die wesentlichen Strukturen und Prozesse der Reisevertriebe und –veranstalter, • verstehen den Aufbau und die Inhalte der betriebswirtschaftlichen Steuerung und der hierfür nötigen Kennzahlen (GuV/Deckungsbeitragsstruktur, Leistungskennzahlen), • wissen um aktuelle Veränderungen in den relevanten Märkten, • kennen unterschiedliche Strategien der Unternehmen, um an diesen Veränderungen erfolgreich teilzunehmen.
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen der touristischen Planung und Produktion:</p> <p>Es werden die zur Leistungserstellung von Pauschalreisen notwendigen operativen Prozesse und betrieblichen Anforderungen erklärt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge der Planung und Produktion touristischer Programme, die sich gliedern in: • Produktplanung unter Berücksichtigung interner und externer Einflussfaktoren • Beschaffung von Unterkunfts- und Transportkapazitäten • Kalkulationsmethoden unter Berücksichtigung der Auslastungsrisiken • Preisfindung bei unterschiedlichem Nachfrageverhalten • Grundzüge der Katalogerstellung <p>Management von Reiseunternehmen:</p> <p>Die wesentlichen Geschäftsformen im Quellmarkt-tourismus werden sowohl in ihrer Entwicklung (bis heute) als auch mit ihren Zukunftsperspektiven vorgestellt. Als theoretische Grundlage dienen Basiselemente aus den Bereichen Management und Controlling, da deren Instrumente unabhängig von den jeweiligen Geschäftstypen auch in der schnelllebigen Tourismusbranche ihren Stellenwert behalten werden.</p> <p>Themen u.a.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Der Begriff des Managements in der BWL und im Tourismus 3. Ein Weg ins Management: Controlling 4. Der traditionelle Vertrieb: Management des Reisebüros 5. Der neue Vertrieb: Management mehrerer Vertriebskanäle 6. Die traditionelle Produktion: Management des Reiseveranstalters 7. Die neue Produktion: Management virtueller Reiseveranstalter 8. Integriertes Management touristischer Wertschöpfungsstufen 9. Die aktuellen Trends im Management touristischer Unternehmen 10 Zusammenfassung und Ausblick

4	Lehrformen: Vorlesungen
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine
6	Prüfungsformen: schriftliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 1/42 (=2,38 %)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: a) LB Axel Student b) Prof. Dr. Sterzenbach
11	Sonstige Informationen

Bachelor Tourismus Management					
Pflichtmodul: Informationstechnologie im Tourismus					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.4	120h	4 ECTS	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) R241 Informations-technologie 1 - IT Wissen (2 SWS) – vhb Kurs Digitaler Tourismus 2 ECTS-Variante b) R242 Informations-technologie 2 - IT Practice (2 SWS).2 ECTS	Kontaktzeit 2 SWS / 22,5h	Selbststudium 97,5h	geplante Gruppengröße R241: 100-200 Studierende R242: Aufteilung in Übungsgruppen von 40 Studierenden	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Das Modul besteht aus dem Online Basiskurs Digitaler Tourismus der virtuellen Hochschule Bayern als R241 Informationstechnologie 1 - IT Wissen und praktischen Übungen am PC R242 Informationstechnologie 2 – IT Practice.</p> <p>Fähigkeit zum selbständigen Lernen und Kommunizieren in der papierlosen Online Lehre via Internet. Die Studierenden sollen in der Lehrveranstaltung R241 ein fundiertes Grundwissen über die Digitalisierung im Tourismus, digitale Geschäftsmodelle und ihre Simulation und Optimierung in EXCEL sowie die Anwendung digitaler Systeme und Überblick über das im computergestützte Revenue Management von Airlines und das Online-Marketing im Tourismus.</p> <p>Die Lehrveranstaltung R242 legt den Schwerpunkt auf praktische Übungen im PC-Pool. Die Studierenden sollen dabei durch praktische Übungen exemplarische, praxisorientierte Anwendererfahrungen mit numerischen Berechnungs-, Simulations- und Optimierungsverfahren sowie deren Visualisierung sowie mit der Verarbeitung von datenbankartigen Listen und Tabellen gewinnen.</p> <p>In beiden Veranstaltungen wird zudem ein Überblick über typische Anwendungssysteme und Anwendungslandschaften von Hotelbetrieben, Airlines und Reiseveranstaltern sowie ihre Datenaustauschbeziehungen gegeben.</p>				
•	Inhalte R241 Informationstechnologie 1 - IT Wissen – vhb-Kurs Digitaler Tourismus Digitalisierungen und die Transformationsprozesse der Digitalisierung in der Tourismus-Wertschöpfungskette <ul style="list-style-type: none"> - Typische Geschäftsmodelle, Informations- und Anwendungssysteme im Tourismus - Modellierung, Simulation, Visualisierung&Optimierung von Geschäftsmodellen mit Excel - Numerische Verfahren zur computergestützten Optimierung und ihre Funktionsweise - Basisverfahren des computergestützten Revenue Managements - Kritische Bewertung der Digitalisierung 				

	<p>R242 Informationstechnologie 2 - IT Practice – PC-Übungen</p> <p>Übungen zur numerischen Simulation, Visualisierung und Analyse von Geschäftsmodellen mit linearer und nichtlinearer Optimierung / Monte Carlo Analysen sowie zur datenbank-orientierten Datenverarbeitung und Auswertung mit Excel.</p> <p>Einführung in Pivottabellen/SQL, Makros und Visual Basic für Applications, ggf. HTML/XML</p> <p>Der Kurs wird in 2 Varianten mit Fokus auf Excel Modellierung oder auf VBA Programmierung/Access angeboten.</p>
	<p>Lehrformen</p> <p>R241: Online Kurs Digitaler Tourismus Basiskurs der Virtuellen Hochschule Bayern – Anmeldung dort im Online-Portal erforderlich, ebenso Prüfungsanmeldung sowohl bei der vhb als auch an unserer Hochschule.</p> <p>R242: Praktische Übungen am PC, seminaristischer Unterricht in den PC-Laboren der Fakultät, Literaturstudium.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>R241 Informationstechnologie 1 - IT Wissen: keine R242 Informationstechnologie 2 - IT Practice: keine</p> <p>Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen können sich aus der jeweils gültigen Fassung der SPO ergeben.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung (Informationstechnologie im Tourismus, 90 Minuten, davon 45 min. R241 Klausurteil vhb-Basiskurs Digitaler Tourismus 1 und 45 min. R242)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Dieses Modul ist Basis für alle Module der folgenden Semester, insbesondere die Fallstudien, Praktika sowie Seminar- und Bachelorarbeiten, in denen der PC, Webanwendungen und Internetdienste zum Einsatz kommen oder touristische Anwendungen der Informations- und Kommunikationstechnik in den Geschäftsprozessen behandelt werden. Es ist auch grundlegend für alle Fächer, in denen der PC, Webanwendungen und Internetdienste für quantitative Berechnungen genutzt wird.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Einfache Gewichtung</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Robert Goecke (Modulbeauftragter), Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter, LkbA Monika Merker</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Begleitende Lehrbücher für R241 Informationstechnologie 1 - IT Wissen, jeweils aktuelle Auflage</p> <p>http://www.vhb.org Kurs Digitaler Tourismus Variante 2 SWS 2,5 ECTS</p> <p>Abts, D.; Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik Harmon, M.: Step-by-Step Optimization with Excel Solver Klein, R. Steinhardt, Cl.: Revenue Management – mathematische Grundlagen und Methoden Goerlich, B. Spalteholz, B.: Das Revenue Management Buch 3.0 Phillips, R. Pricing and Revenue Optimization Schulz, A.; Weithöner, U.; Goecke, R. (Hrsg.): eTourismus – Prozesse und Systeme Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik Zerdick, A.; Schrape, K., Picot, A. Internet Ökonomie – Strategien für die digitale Wirtschaft</p> <p>Begleitende Lehrbücher für R242 Informationstechnologie 1 - IT Practice</p> <p>Elmasri, R.; Navathe, S.B.: Fundamentals of Database Systems Geisler, F: Datenbanken. Grundlagen und Design Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1 Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 2 Kudraß, T.: Taschenbuch Datenbanken. Kemper, A.; Eickler A.: Datenbanksysteme Laudon, K.C. et al.: Wirtschaftsinformatik eine Einführung Schwarzer, B; Krcmar, H. 2010: Wirtschaftsinformatik: Grundlagen betrieblicher Informationssysteme; Stuttgart 2010 Steiner, R.: Grundkurs Relationale Datenbanken - Einführung in die Praxis der Datenbankentwicklung - für Ausbildung, Studium und IT-Beruf.</p> <p>Daneben aktuelle Fachzeitschriften wie FVW und Touristik Report</p> <p>Handbücher und Hilfesysteme zu MS Excel, MSQuery, VBA, ggf. auch MS Access zur jeweils aktuellen MS Office Version (derzeit 2010/13/16)</p>
----	--

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Destinationsmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.5	150 h	4 ECTS	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesungen, sem. Unterricht, Gruppenarbeit, Fallbeispiele: 4 SWS R 251 Destinationsmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 45h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 150 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Es sollen umfassende Grundlagen für das Management von kooperativ geführten Destinationen aufgebaut werden, mit dem Ziel eine nachhaltige Wertschöpfung in den Destinationen zu erzielen. Dabei werden Kompetenzen für die spezifischen Herausforderungen zur Entwicklung und Führung eines virtuelles Unternehmens vermittelt, das im Spannungsfeld zwischen den Anforderungen der Politik und der Privatwirtschaft steht. Hierzu gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Verständnis für die Interessen und Ziele der unterschiedlichen Akteure sowie die Vermittlung von Methoden und Instrumenten, um eine gemeinsame Entscheidungs- und Handlungsgrundlage für alle Beteiligten herbeizuführen u.a. durch die Weiterentwicklung der kommunikativen Fähigkeiten und des Selbstmanagements. ⤴ Basiswissen zu den politischen Rahmenbedingungen einer Destinationsmanagement-Organisation und zu dem Zusammenspiel von der kommunalen bis zur europäischen Eben sowie zu den Grundlagen der Raumplanung. ⤴ Fähigkeit zur Entwicklung eines übergeordneten Zielsystems basierend auf den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung und ethischer Handlungsgrundsätze ⤴ Einblick in die erforderlichen konstitutiven Entscheidungen bei der Gründung einer Destinationsmanagement-Organisation (DMO) hinsichtlich Geschäftsmodell, Rechtsform, Organisationsstruktur und Finanzierung. Fähigkeit, Destinationsaufgaben geeigneten Aufgabenträgern auf der Basis der Transaktionskostentheorie zuzuordnen. ⤴ Verständnis für das Innenmarketing und konkrete Ansätze für die Interessensvertretung ⤴ Instrumente zur Leitbildentwicklung, Angebotsgestaltung und zum Qualitätsmanagement. ⤴ Konzeptionelle Grundlagen für Dachmarkenkonzepte, Produktmanagement und das Auslandsmarketing ⤴ Kenntnis der Strukturen und Funktionen von IT-gestützten Destinationsmanagement-Systemen und relevanter Anforderungen. Kenntnis der Organisation und Vor-/Nachteile von Destination Card Systemen und mobilen Destination Apps. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>1. Grundlagen und Abgrenzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Grundlagen Destinationsmanagement: Definitionen, Abgrenzungen, Akteure, Aufgaben, Stellenbeschreibungen, Wertschöpfung, System Destination, Kooperation und 				

	<p>Kommunikation in einer Destination</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Rolle der Reiseveranstalter und Incomingagenturen im Destinationsmanagement: Aufgaben, Beispiele, Vor- und Nachteile der Zusammenarbeit mit vertikal integrierten Konzernen <p>2. Politische Rahmenbedingungen einer Destination:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Politische Rahmenbedingungen, Zusammenspiel der Ebenen, Aufgabenteilung, Entwicklungen im Destinationsbildungsprozess ⤴ Grundlagen der Raumplanung <p>3. Destinationsentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Ziele und Grundsätze für das Management einer Destination: Grundlagen der Nachhaltigkeit (Ziele, Konflikte, Kriterien, Beispiele) ⤴ Konstitutive Entscheidungen: Geschäftsmodell, Rechtsform, Organisationsform, Finanzierung, Transaktionskostentheorie ⤴ Interessensvertretung/Innenmarketing auf örtlicher und regionaler Ebene <p>4. Destinationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⤴ Leitbildentwicklung, Angebotsgestaltung, Service Design, Qualitätsmanagement ⤴ Dachmarkenkonzept, Produktmanagement, Auslandsmarketing ⤴ IRS-Systeme, Destination-Cards, Apps
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Fallbeispiele</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>vgl Vorrückbestimmungen der SPO</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>schriftliche Prüfung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Einfache Gewichtung</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Pillmayer, Prof. Dr. Goecke</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Tourismusökonomie II – VWL Aufbaumodul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.6	150 h	5 ECTS	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht mit Übungen: 4 SWS R261 Außenwirtschaft und Umweltökonomie	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen INHALTE FOLGEN				
3	Inhalte INHALTE FOLGEN				
4	Lehrformen a) Seminaristischer Unterricht b) Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen vgl Vorrückbestimmungen der SPO				
6	Prüfungsformen schriftliche Prüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote Einfache Gewichtung				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sonja Munz				
11	Sonstige Informationen Literatur Klump, R. (2013): Wirtschaftspolitik. Instrumente, Ziele und Institutionen. München Letzner, V. (2014): Tourismusökonomie. Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen. München Störmann, W. (2009): Regionalökonomik. Theorie und Politik. München BMWi (2017): Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Service/publikationen,did=474112.html				

	<p>Empfehlenswert: Wirtschaftslexika, z.B. Gabler Wirtschafts-Lexikon</p> <p>Unabdingbar: Wirtschafts- und Politikteil einer überregionalen Tageszeitung, z.B. SZ, FAZ</p>
--	--

Bachelor Studiengang Tourismus Management					
Pflichtmodul: Empirische Forschung II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
R 2.7	150 h	5 ECTS	2. Sem.	jedes Sem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung mit Übungen: 4 SWS a) R271 Statistik II b) R272 Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	Kontaktzeit 4 SWS / 45 h	Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße 50 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können zu einem festgelegten touristischen Thema eine empirische Untersuchung planen, Vor- und Nachteile beurteilen, Empfehlungen ableiten und einfache Auswertungen aus den Bereichen der Wahrscheinlichkeitsstatistik und schließenden Statistik selbstständig durchführen. Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können die empirischen Methoden (quantitative / qualitative) benennen, Vor- und Nachteile der Methoden im Kontext diskutieren und in kleinen, touristischen Fallbeispielen anwenden • können aus den Daten empirischer Erhebungen mittels statischer Verfahren Kennwerte berechnen (Mittelwerte, Standardabweichungen, Verteilungen, Wahrscheinlichkeiten) und statische Tests durchführen. • können die einfachen, statischen Berechnungen (Mittelwerte, einfache statistische Tests) mit SPSS durchführen • können empirische Forschungsergebnisse kritisch hinterfragen, richtig interpretieren und Schlussfolgerungen für das Tourismusmanagement daraus ziehen 				
3	Inhalte Aufbauend auf den Grundkenntnissen des Faches Statistik I, das im 1. Semester belegt wurde, werden im 2. Semester die statistischen Verfahren erweitert und mit den Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung verknüpft. Wichtig ist hier die Anwendung der Methoden auf touristische Anwendungen sowie die inhaltliche Verknüpfung der qualitativen und quantitativen Befragungsmethoden (Fach R272) und der statistischen Auswertmöglichkeiten (Fach R271). Im Einzelnen beinhalten die Fächer folgende Themen: R271 Statistik II: <ul style="list-style-type: none"> • Wahrscheinlichkeitsrechnung (Wahrscheinlichkeitsbegriffe und –verteilungen, Zufallsvariablen mit Lage- und Streuungsparametern, Kombinatorik, Zentraler Grenzwertsatz) • Schließende Statistik (Punkt- und Intervallschätzung, Signifikanztests für Mittelwerte, Anteilswerte und Unabhängigkeit) 				

	R272 Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der empirischen Forschung • Ethik und Qualitätskriterien • Forschungsfragen, Hypothesen, Untersuchungsformen • Auswahlverfahren, Stichproben • Qualitative Methoden • Quantitative Methoden • Dateneingabe, Codierung, Auswertung und Softwareeinsatz • Darstellung und Präsentation
4	Lehrformen: Seminaristischer Unterricht; Übungen
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine
6	Prüfungsformen: schriftliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: einfache Gewichtung
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: <ul style="list-style-type: none"> a) Prof. Dr.-Ing. Norbert Klassen, Prof. Dr. Andreas Humpe b) Prof. Dr.-Ing. Norbert Klassen
11	Sonstige Informationen