

Modulhandbuch

Studienbereich Wirtschaft

School of Business

Studiengang

Betriebswirtschaftslehre

Business Administration

Studienrichtung

Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

Business Studies with Tourism and Hospitality

Studienakademie

LÖRRACH

Curriculum (Pflicht und Wahlmodule)

Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Zusammenstellungen von Modulen können die spezifischen Angebote hier nicht im Detail abgebildet werden. Nicht jedes Modul ist beliebig kombinierbar und wird möglicherweise auch nicht in jedem Studienjahr angeboten. Die Summe der ECTS aller Module inklusive der Bachelorarbeit umfasst 210 Credits.

NUMMER	FESTGELEGTER MODULBEREICH MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_901	Bachelorarbeit	-	12
W3BW_101	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1. Studienjahr	5
W3BW_102	Unternehmensrechnung	1. Studienjahr	5
W3BW_103	Technik der Finanzbuchführung	1. Studienjahr	5
W3BW_501	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik	1. Studienjahr	5
W3BW_504	Bürgerliches Recht	1. Studienjahr	5
W3BW_601	Mathematik und Statistik	1. Studienjahr	5
W3BW_THG701	Schlüsselqualifikationen I	1. Studienjahr	5
W3BW_THG201	Grundlagen Tourismuswirtschaft	1. Studienjahr	5
W3BW_THG202	Touristische Wertschöpfung	1. Studienjahr	5
W3BW_THG203	Grundlagen fachspezifisches Wirtschaftsenglisch	1. Studienjahr	5
W3BW_THG801	Praxismodul I	1. Studienjahr	20
W3BW_104	Bilanzierung und Besteuerung	2. Studienjahr	5
W3BW_105	Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement	2. Studienjahr	5
W3BW_502	Makroökonomik	2. Studienjahr	5
W3BW_505	Wirtschaftsrecht	2. Studienjahr	5
W3BW_THG702	Schlüsselqualifikationen II	2. Studienjahr	5
W3BW_THG204	Kundenorientiertes Management	2. Studienjahr	5
W3BW_THG205	Wertorientiertes Management	2. Studienjahr	5
W3BW_THG206	Intensivierung fachspezifisches Wirtschaftsenglisch	2. Studienjahr	5
W3BW_THG802	Praxismodul II	2. Studienjahr	20
W3BW_106	Integriertes Management	3. Studienjahr	5
W3BW_503	Wirtschaftspolitik	3. Studienjahr	5
W3BW_THG703	Schlüsselqualifikationen III	3. Studienjahr	5
W3BW_THG207	Systemorientiertes Management	3. Studienjahr	5
W3BW_THG208	Nachhaltiges Management	3. Studienjahr	5
W3BW_THG209	Integrationsseminar zu Branchenthemen	3. Studienjahr	5
W3BW_THG803	Praxismodul III	3. Studienjahr	8

NUMMER	VARIABLER MODULBEREICH MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_THG309	Grundlagen Integratives Tourismusmanagement	2. Studienjahr	10
W3BW_THG310	Ausgewählte Aspekte im Integrativen Tourismusmanagement	3. Studienjahr	10
W3BW_THG405	Quantitatives und qualitatives Marketingmanagement	3. Studienjahr	10

Bachelorarbeit (W3BW_901)

Bachelor Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_901	-	1		

INGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
360	0	360	12

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bachelorarbeit	0	360

Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet. Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und Vorgaben der Prüfungsordnung.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW_101)

Principles of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Simone Besemer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Darauf aufbauend können sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder beschreiben und beispielhaft erläutern und kennen die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. In gleichem Maße sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren.

Dies trifft in besonderem Maße auf die marktorientierten Prozesse zu. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie sind in der Lage zu erklären, warum Marketing-Prozesse nicht isoliert, sondern eingebettet in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Die Studierenden haben einen Überblick über die Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen und kennen verschiedene Marketing-Strategien. Zum Verständnis des Begriffs Marketingplanung aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht können sie Stellung nehmen. Zudem haben sie ein erstes Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens und der Steuerung von Kundenprozessen gewonnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	40	60
<ul style="list-style-type: none">- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation- Standortentscheidungen- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick		
Marketing	20	30
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing- Prozess der Marketingplanung- Marketingstrategien- Instrumente des Marketing-Mix- Marketingorganisation- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing : Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing. Eine managementorientierte Einführung, München: Vahlen
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer – Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Kirsch, J./Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis
- Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Unternehmensrechnung (W3BW_102)

Corporate Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet sowie kommuniziert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kosten- und Leistungsrechnung	30	45

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Investition und Finanzierung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Grundlagen der Investition und Finanzierung
- Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Finanzierungsalternativen
- Finanz- und Liquiditätsplanung

BESONDERHEITEN

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition. München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung. Berlin: Springer
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen
- Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft

Technik der Finanzbuchführung (W3BW_103)

Methods of Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_103	1. Studienjahr	2	Prof. Stefan Fünfgeld	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung gesetzeskonform danach ausrichten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Finanzbuchführung	30	45

- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten
- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge
- Weitere ausgewählte laufende Buchungsfälle (z.B. Personalbuchungen, Privatentnahmen, Steuerbuchungen)
- Buchungsfälle (von der Eröffnung der Buchführung bis zum Jahresabschluss)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Fortgeschrittene Finanzbuchführung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung
- Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB
- Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters
- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W., u.a.: Buchführung und Bilanz
- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B., u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW_501)

Principles of Economics and Microeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_501	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Petra Radke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliche Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik	30	45

- Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre
- Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre
- Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt
- Faktormarkt
- Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz
- Staatliche Eingriffe in die Preisbildung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Mikroökonomik	30	45
<ul style="list-style-type: none">- Haushaltstheorie- Unternehmenstheorie- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Behavioral Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, S./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Bürgerliches Recht (W3BW_504)

Civil Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_504	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil	30	45

- Überblick über Rechtssystem, Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau und juristische Arbeitstechniken
- Einführung in das BGB
- Rechtssubjekte und Rechtsobjekte, Willenserklärung
- Anfechtung
- Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit
- Stellvertretung
- Verjährung
- Fristen und Termine
- Schuldverhältnisse, Schadensersatz, Verschulden, Leistungsstörungen
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz)
- Rücktritt
- Gesamtschuld
- Kaufvertrag
- Werkvertrag
- Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag)
- Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung
- Unerlaubte Handlungen
- Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte)
- Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.
Prüfungsdauer bezieht sich auf Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB. München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U: Einführung in das bürgerliche Recht. Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Fühlich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Fühlich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

Mathematik und Statistik (W3BW_601)

Mathematics and Statistics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_601	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	60	ja
Klausur oder Portfolio	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bekommen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mathematik	30	45

- Grundlagen der Mathematik (Zahlenmengen, algebraische Grundstrukturen, Logik)
- Analysis (wesentliche Elemente der Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)
- Finanzmathematik (Folgen und Reihen, Angewandte Finanzmathematik)
- Lineare Algebra (Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Determinanten)
- Studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Statistik	30	45

- Grundlagen (Datenentstehung)
- Deskriptive Statistik (univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)
- Induktive Statistik (insbesondere Wahrscheinlichkeitstheorie)
- Schließende Statistik (Schätzungen, Testverfahren, wirtschaftsstatistische Anwendungen)
- studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen

BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Klausur nach dem ersten Semester
- Klausur oder Portfolioprüfung nach dem zweiten Semester
- Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik, München: Oldenbourg
- Bley Müller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Vahlen
- Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Bronstein, I./Semendjajev, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Thun/Frankfurt a. M.: Verlag Harri Deutsch
- Heinrich, G.: Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg: Physica-Verlag
- Sachs, M.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, München: Hanser
- Stiefel, J.: Wirtschaftsstatistik, München: Oldenbourg
- Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Pearson Studium
- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum
- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum

Schlüsselqualifikationen I (W3BW_THG701)

Key Qualifications I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG701	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	20	30

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften
- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)
- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)
- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)
- Wissenschaftliches Exposé
- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)
- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase
- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente
- Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Präsentations- und Kommunikationskompetenz

20

30

Präsentationskompetenz

- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation
- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie
- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)
- Präsentationstechniken
- Stimmarbeit und Rhetorik
- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik
- Umgang mit Lampenfieber
- Nachbereitung der Präsentation
- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen
- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung

Kommunikationskompetenz

- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien
- Kommunikation und Interaktion
- Rhetorik
- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten
- Verhandlungstechniken
- Aktives Zuhören
- Fragetechnik
- Kommunikationsstörungen
- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion

Selbstmanagement

20

30

Text noch in Erarbeitung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Grundlagen Tourismuswirtschaft (W3BW_THG201)

Principles of Tourism Economics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG201	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein fundiertes tourismuswirtschaftliches, tourismusgeographisches und tourismuspolitisches Basiswissen aus entscheidungs- und systemorientierter Perspektive. Aufbauend auf den grundlegenden Zusammenhängen tourismuswirtschaftlichen Denkens lernen sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder ebenso kennen wie die Teilaufgaben im tourismuswirtschaftlichen Entscheidungszyklus. Aufbauend auf diesen grundlegenden Inhalten kennen die Studierenden die zentralen Elemente des touristischen Leistungsprozesses. Die Studierenden sollen die einzelnen touristischen Akteure und die Grundzüge ihrer Geschäftsmodelle kennen sowie ein grundlegendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen ihren Tätigkeiten entwickeln. Sie lernen die wesentlichen Raumgrundlagen kennen, welche zu den unterschiedlichen Ausprägungen des Freizeit- und Tourismusangebotes sowie der räumlichen Nachfrageverteilung führen. In besonderer Weise werden Sie mit tourismusrelevanten räumlichen Strukturen vor dem Hintergrund der Destinationsentwicklung sowie den tourismuspolitischen Rahmenbedingungen und Steuerinstrumenten vertraut gemacht, welche auf die touristische Entwicklung Einfluss nehmen.

METHODENKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die in den Modulinhalten aufgeführten wissenschaftlichen Methoden und sind in der Lage, unter Einsatz dieser Methoden relevante Informationen zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse den Fachstandards entsprechend zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Absolvieren dieses Moduls reflektieren die Studierenden die in den Modulinhalten angesprochenen Theorien und Modelle zum touristischen Verhalten in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung sowie Implikationen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die in der Praxis vorgefundenen Strukturen und Besonderheiten der Tourismusbranche vor einem theoretischen Hintergrund kritisch zu reflektieren, um damit auch ihr eigenes Handeln in Theorie und in der praktischen Umsetzung zu hinterfragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung Tourismuswirtschaft	30	45

Definitorische Grundlagen des Tourismussystems – Tourismuswissenschaftliche Disziplinen – Tourismusentwicklung – Internationaler Tourismus: Umfang, Verteilung und Einflussfaktoren – ökonomische Auswirkungen des Tourismus – Tourismusnachfrage – Theorien und Modelle zur touristischen Motivation und Einflussfaktoren des touristischen Reiseverhaltens – Räumliche und quantitative Verteilung – Zusammensetzung des Tourismusprodukts – Die touristische Destination – Reiseveranstalter und Reisemittler – touristische Beförderungsmittel und Mobilität

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Tourismusgeographie	20	30
Geographische, geomorphologische sowie klimageographische Grundlagen für Destinationen – Raumgrundlagen des Tourismus mit ursprünglichem und abgeleitetem Angebot – Typisierung von Destinationen – Begriffsabgrenzungen – Leistungserstellung in Destinationen – Touristische Stakeholder – Organisationsstrukturen im Destinationsmanagement – Kennzahlen im Destinationsmanagement – Destinationen als Unternehmen bzw. Wettbewerbseinheiten – Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Destinationen		
Tourismuspolitik	10	15
Strukturen der Tourismuspolitik und -administration – Bedeutung und Aufgaben der Verbände und der Verbandstrukturen – Förder- und Subventionsmöglichkeiten für Tourismusvorhaben an Fallbeispielen		

BESONDERHEITEN

Das Modul „Grundlagen Tourismuswirtschaft“ stellt die Grundzusammenhänge des touristischen Systems dar; es dient als wesentliche Grundlage für das Modul „Touristische Wertschöpfung“ im 2. Semester, welches vertieft auf die Wertschöpfungsprozesse der einzelnen touristischen Leistungsträger eingeht.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Becker, C.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. München, Wien: Oldenbourg.
- Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg.
- Bieger, T.: Tourismuslehre – Ein Grundriss. Bern u.a.: UTB.
- Bochert, R.: Tourismuspolitik – Ordnungspolitik der Tourismuskmärkte, Berlin: uni-edition.
- Boniface, B. G.; Cooper, C. P.: Worldwide destinations casebook: the geography of travel and tourism, Amsterdam, Boston u. a.: Butterworth-Heinemann.
- Boniface, B. G.; Cooper, C. P.: Worldwide destinations: the geography of travel and tourism, Amsterdam, Boston u. a.: Butterworth-Heinemann.
- Eisenstein, B.; Schmudde, R.; Reif, J.; Eilzer, C.: Tourismusatlas Deutschland. Konstanz: UVK.
- Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München, Wien: Oldenbourg.
- Gern, A.: Kommunales Abgaberecht, Band 1: Bundesrecht, Band 2: Landesrecht Baden-Württemberg, Stuttgart: Kohlhammer.
- Hänssler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Mundt, J. W.: Tourismuspolitik, München, Wien: Oldenbourg.
- Mundt, J. W.: Tourismus. München, Wien: Oldenbourg.
- Page, S. J.; Connell, J.: Tourism. A modern synthesis. UK: Cengage Learning Emea
- Sozialgesetzbuch (SGB) Fünftes Buch (V) - Gesetzliche Krankenversicherung
- Sozialgesetzbuch (SGB) Sechstes Buch (VI) - Gesetzliche Rentenversicherung
- Sozialgesetzbuch (SGB) Neuntes Buch (IX) -Rehabilitation und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen
- Steinecke, A.: Destinationsmanagement. München, Wien: Oldenbourg.
- Steinecke, A.: Tourismus. Braunschweig: Westermann.
- Stober, R.: Kommunalrecht in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart: Kohlhammer.
- Strahler, A. H.; Strahler A. N.: Physische Geographie. Stuttgart: UTB.

Touristische Wertschöpfung (W3BW_THG202)

Management of the Tourism Supply Chain

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG202	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Jan Specht	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen grundlegenden Einblick in die unterschiedlichen Elemente des Wertschöpfungsprozesses in Unternehmen innerhalb und außerhalb der Tourismusindustrie. Sie kennen die Ziele und Organisation des Warenflusses, sind mit den Besonderheiten materieller wie immaterieller Leistungserstellung vertraut und können diesbezüglich die Sachguterstellung von der Dienstleistungserstellung abgrenzen. Sie entwickeln hier insbesondere ein Verständnis für die Einflussfaktoren auf die Dienstleistungsqualität und können eine Verbindung zum Prozess der Dienstleistungserstellung herstellen. Die Studierenden kennen die touristischen Akteure und verstehen, wie die Wertschöpfung bei den einzelnen Leistungsträgern des Tourismus stattfindet.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden, Instrumente und Forschungsansätze im Kontext der touristischen Wertschöpfung sowohl im theoretischen als auch im beruflichen Kontext zu bewerten, selbständig anzuwenden und ihre Auswirkungen zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe zusammenarbeiten und gemeinsam Lösungen entwickeln. Sie sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt, unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation, stichhaltig und sachangemessen zu argumentieren und ihren Standpunkt zu verteidigen. Sie können hierbei mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die zentralen Fragestellungen der betrieblichen Wertschöpfung im beruflichen Kontext kritisch zu reflektieren. Sie können Konzepte aus der Sachgutproduktion hinsichtlich einer potenziellen Übertragbarkeit auf die touristische Dienstleistungserstellung einschätzen und dabei die unterschiedlichen Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsprozesse der einzelnen touristischen Leistungsträger berücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung Supply Chain Management	24	36

Management der Wertkette von Sach- und Dienstleistungsunternehmen (z. B. Begriff und Bedeutung, Ziele, Entstehung und Verwendung, Modelle, Branchenbezüge); Forschung & Entwicklung (z. B. F&E-Phasen, Sachgut- und Dienstleistungsinnovation); Beschaffung (z. B. Strategische und Operative Beschaffung, Outsourcingansätze, Supplier Relationship Management, Bestellverfahren, Lagerwirtschaft); Produktion (z. B. Produktionstheorie, Produktionstypen u. -arten, Industrie 4.0); Logistik (z. B. Aufgaben und Objekte, Transport-, Lagerungs- und Steuerungssysteme); Marketing und Vertrieb (z. B. Distributionskanäle); Dienstleistungserstellung (z. B. Dienstleistungsmerkmale, Dienstleistungsproduktion, Dienstleistungsqualität)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Leistungsträger touristische Wertschöpfung	36	54

Tourismus als System (z. B. Systemtheorien, Teilsysteme, Touristische Leistungskette);
Touristische Leistungsträger (z. B. Reisebüros, Reiseveranstalter, Verkehrsbetriebe, Hotel- und Gastronomiebetriebe, Destinationen, Freizeitanlagen, Eventagenturen);
Unternehmensspezifische Leistungserstellung im Tourismus (z. B. Vertriebs- und Produktionsmethoden, Managementformen, Schnittstellen und Abgrenzungen zwischen Leistungsträgern); Trends und Entwicklungen (Informations- und Kommunikationstechnologie, Angebot, Nachfrage, Konzentrationen, Kooperationen)

BESONDERHEITEN

Das Modul „Touristische Wertschöpfung“ ergänzt das Modul „Grundlagen Tourismuswirtschaft“ des 1. Semesters und geht dabei auf die Wertschöpfungsprozesse der einzelnen touristischen Leistungsträger detaillierter ein. Darüber hinaus werden Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Wertschöpfungsprozessen bei der Dienstleistungs- und Sachguterstellung aufgezeigt.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

Appelfeller, W./Buchholz, W.: Supplier Relationship Management, Wiesbaden: Springer Gabler.
Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation – Architekturen, Prozesse und Strukturen, Wiesbaden: Springer Gabler.
Bichler, K./Krohn, R./Riedel, G./Schöppach, F.: Beschaffungs- und Lagerwirtschaft, Wiesbaden: Springer.
Bieger, T.: Tourismuslehre - ein Grundriss, Bern: Haupt UTB.
Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Wiesbaden: Springer Gabler.
Bruhn, M./Hadwich, K.: Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen: Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken, Wiesbaden: Springer Gabler.
Corsten, H./Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, München: Oldenbourg.
Dettmer, T./Hausmann, H./Schulz, J. M.: Tourismus-Management, München: Oldenbourg.
Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München: Vahlen.
Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München: Oldenbourg.
Fuchs, W./Mundt, J.W./Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München: Oldenbourg.
Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München: Oldenbourg.
Holloway, C./Davidson, R./Humphreys, C.: The Business of Tourism, Harlow: FT Prentice Hall.
Müller-Prothmann, T./Dörr, N.: Innovationsmanagement: Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse, München: Hanser.
Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
Mundt, J.W.: Tourismus, München: Oldenbourg.
Schulz, A./Berg, W./Gardini, M.A./Kirstges, T./Eisenstein, B.: Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen, München: Oldenbourg.
Specht, G./Beckmann, C./Amlingmeyer, J.: F&E-Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
Suter, A./Vorbach, S./Weitlaner, D.: Die Wertschöpfungsmaschine, München: Hanser.
Vahs, D./Schäffer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäfer Pöschel.
Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Springer Gabler.
Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

Grundlagen fachspezifisches Wirtschaftsenglisch (W3BW_THG203)

Subject-specific Business English - Basic

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG203	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Andrew Fineron	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden ihr Unternehmen, dessen Organisationsform und Produkte/Dienstleistungen in englischer Sprache beschreiben. Sie können im beruflichen Umfeld mit Mitarbeitern/-innen sowie mit Kunden und Gästen auf Englisch gut kommunizieren. Sie haben gelernt, verschiedene Arten von Geschäftsbriefen und Kurzberichten (Anfragebriefe, Bestellungen/Buchungen, Beschwerdebriefe, betriebswirtschaftliche Zusammenfassungen usw.) in der Zielsprache zu verfassen. Sie haben das grundlegende Fachvokabular für ihren Studiengang erarbeitet. Darüber hinaus verfügen sie über solide englischsprachige Präsentationskompetenzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die erlernten Inhalte (Wortschatz, Grammatik, Satzformen usw.) akkurat anzuwenden. Sie sind in der Lage, komplexere Sachverhalte – sowohl berufs- als auch theoriebezogen – auf Englisch eigenständig zu formulieren und vorzutragen. Sie haben in Gruppenarbeit und Rollenspielen verschiedene interaktive Kommunikationskompetenzen geübt und aufgebaut.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben in diesem Modul gelernt, gemeinsam an Problemstellungen im multilingualen Kontext zu arbeiten. Sie wurden auf das Verständnis interkultureller Verschiedenheiten im beruflichen Leben vorbereitet. Ihre kommunikativen Kompetenzen sowohl Mitarbeitern/-innen als auch Kunden und Gästen gegenüber wurden gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben gelernt, sowohl kollektiv als auch eigenständig Lösungen zu kommunikationsbezogenen Problemen zu entwickeln. Sie haben Zeitmanagement für die Vorbereitung und Durchführung von Übungen, Präsentationen usw. erlernt. Ihnen wurden im Bereich der interkulturellen Kompetenz grundlegende Inhalte vermittelt, die sie anhand entsprechender Fachliteratur eigenständig vertiefen können. Sie haben Instrumente zum Selbststudium für Sprachen (Internet, CBTs/WBTs, Lehrwerke) kennengelernt, die ihnen während der Praxisphasen eine von Tutoren unabhängige Aneignung von Wissen im Bereich Sprachen ermöglichen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wirtschaftsenglisch I	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Mündliche Kommunikationstechniken: Umgang mit Gästen (Buchungen, Rezeption, Service, Alltagsgespräche und Small-Talk, Beratung, Beschwerdemanagement) und Mitarbeitern (Organisation, Anweisungen, Feedback, Abteilungstreffen)

Beschreibungstechniken zu ausgewählten Aspekten der Branche (Unternehmensarten, Gästeverhalten, Arbeitsbedingungen, wichtige Trends)

Diskussionstechniken zu verschiedenen betriebsbezogenen Themen

Wirtschaftsenglisch II

30

45

Situationsbezogene Rollenspiele (z.B. Mitarbeiter/Gast, Abteilungsleiter/Mitarbeiter)

Verhandlungstechniken (z.B. Unternehmensvertreter/Lieferant, Unternehmensvertreter/touristischer Leistungsträger)

Mystery-Guest-Berichte

Durchführung von Vorstellungsgesprächen

Fortlaufende Übungen zu branchenrelevanten Textverständnis-, Wortschatz-, Grammatik und Übersetzungsaufgaben

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Cotton, D./Falvey, D./Kent, S.: Market Leader (upper intermediate). Harlow: Pearson Longman.
Lickorish, L. J./Jenkins, C. L.: An Introduction to Tourism, London/New York: Routledge
McBride, P./ Lewis-Schätz, S.: Standard-Wörterbuch Business English, München: Compact
O'Hara, F.: Be My Guest: English for the Hotel Industry, Cambridge: Cambridge University Press
Powell, M.: Presenting in English. How to Give Successful Presentations, Stuttgart: Klett
Strutt, P.: English for International Tourism, Harlow: Pearson Longman
Swan, M.: Practical English Usage, Oxford: Oxford University Press
Thomson, A. J./Martinet, A. V.: A Practical English Grammar, Oxford: Oxford University Press
Trappe, T./Tullis, G.: Intelligent Business (upper intermediate), Harlow: Pearson Longman
Williams, E. J.: Presentations in English, München: Hueber

Praxismodul I (W3BW_THG801)

Practical Module I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG801	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul I - Projektarbeit I	0	600

Kennenlernen der betrieblichen Aufgaben, Strukturen und Prozesse

Kennenlernen der Aufbauorganisation, der Abteilung und Stellen sowie teilweise auch der Anforderungsprofile – Kennenlernen und Darstellung der Stellung des Unternehmens in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie sowie Einbindung des Unternehmens in Organisationen/Kooperationen – Kennenlernen von Informations-, Reservierungs- und Buchungssystemen sowie sonstigen Kommunikations- und Verkaufssystemen – ggfs. Kennenlernen der Wareneingangskontrolle, Lagerhaltung, Bestandsführung und Back-Office-Arbeiten – Kennenlernen der Modalitäten von Veranstaltungen, Tagungen und Messen – Einstieg in operative Bereiche der betrieblichen Leistungserstellung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit I.

Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Bilanzierung und Besteuerung (W3BW_104)

Accounting and Taxation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_104	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Bilanzierung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu analysieren und zu interpretieren. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung und Besteuerung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Bilanzierung und Besteuerung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	33	57

- Grundlagen des Jahresabschlusses
- Rechnungslegung nach Handelsrecht (HGB), insbesondere Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik
- Internationale Rechnungslegung (IFRS) im Überblick
- Grundzüge der Jahresabschlussanalyse

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebliche Steuerlehre	22	38

- Steuerrechtliche Grundlagen
- Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer
- Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönnner, H. u.a.: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller

Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement (W3BW_105)

Human Resource Management, Organization and Project Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_105	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Schirmer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Präsentation	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen nachvollziehen und bewerten. Sie haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse gewonnen, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung und können auch die Relevanz betrieblicher Mitbestimmung einordnen.

Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut, was auch die Rahmenbedingungen und Besonderheiten des Projektmanagements einschließt. Auf dieser Basis können sie reale Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen Personalarbeit sowie die theoretischen Organisationskonzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen und auf praktische Anwendungsfälle - bspw. im Rahmen von Projektmanagement - zu übertragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen Merkmale kennen, welche ein partizipatives, kultursensibles und tolerantes Verhalten auszeichnen. Ebenso haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale/ethische Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt und können hierbei auch die Bedeutung von Betriebsräten einordnen. Daneben haben sie ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, basierend auf der strategischen Gesamtausrichtung eines Unternehmens die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für das Personalmanagement und die Organisation zu erkennen und zu bewerten. Sie haben die Bandbreite der personalwirtschaftlichen Instrumente kennengelernt und können deren Wirkungen nachvollziehen. Die Studierenden erkennen ebenso die Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess, können den Beitrag organisationspolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen und können dies auch auf konkrete Handlungsfelder des Projektmanagements übertragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalwirtschaft	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit
- Personalbedarfsplanung
- Grundzüge des Personalmarketings
- Personalbeschaffung
- Betriebliche Entgeltpolitik
- Personalentwicklung
- Personalfreisetzung
- Organisationsmodelle für den HR-Bereich

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Organisation und Projektmanagement

22

38

- Unternehmen und Organisation
- Organisationstheorien
- Aufbauorganisation
- Ablauforganisation/Prozessmanagement
- Gestaltung des organisatorischen Wandels (Organisationsentwicklung)
- Projektmanagement (Projektkonzeption, Projektrealisierung, Projektsteuerung)

BESONDERHEITEN

Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer
- Stock-Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Makroökonomik (W3BW_502)

Macroeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_502	2. Studienjahr	2	Dr Jan Greitens	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende makroökonomische Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und in Kausalketten zu argumentieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität von makroökonomischen Zusammenhängen erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen vergleichen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der Makroökonomie nachzuvollziehen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Makroökonomik	28	48

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Grundideen makroökonomischer Paradigmen: keynesianische vs. neoklassische Ansätze
- Modellbasierte makroökonomische Analyse der geschlossenen Volkswirtschaft (z. B. IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Solow-Modell)
- Wirtschaftspolitische Implikationen (z. B. Fiskal- und Geldpolitik)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Geld und Währung

PRÄSENZZEIT

27

SELBSTSTUDIUM

47

- Monetäre Grundbegriffe, Finanzsystem
- Geldnachfrage und Geldangebot
- Grundlagen der Geldpolitik
- Institutionelle Ausgestaltung der Geldpolitik
- Inflation und Deflation
- Aktuelle Themen der Geldpolitik
- Devisenmarkt
- Wechselkursatheorien
- Internationale Währungsordnung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Arnold, L.: Makroonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauerheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroonomie, Oldenbourg, München

Wirtschaftsrecht (W3BW_505)

Economic Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_505	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrt Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Handels- und Gesellschaftsrecht	28	48

- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts
- Kaufmann
- Handelsregister
- Firma
- Vollmachten
- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)
- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit)
- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf
- Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung
- Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung
- Vermögensordnung
- Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung
- Überblick Konzern

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts	27	47
<hr/>		
<p>(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts- Arbeitnehmerbegriff- Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses- Pflichten des Arbeitnehmers- Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich)- Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz)- Beendigung des Arbeitsverhältnisses- Tarifvertragsrecht- Streikrecht- Betriebsverfassungsrecht <ul style="list-style-type: none">- Regelinsolvenzverfahren- Verbraucherinsolvenzverfahren- Organe des Insolvenzverfahrens- Rechtstellung des Insolvenzverwalters- Insolvenzgründe- Insolvenzantrag- Sicherungsmaßnahmen- Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse- Sicherheitenverwertung- Gläubigerbenachteiligung- Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen- Haftung und Insolvenzdelikte		

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

LITERATUR

- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht. München: Vahlen
- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht. Tübingen: Mohr-Siebeck
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht. Stuttgart: Kohlhammer
- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht. München: Beck
- Keller, U.: Insolvenzrecht. München: Vahlen
- Paulus, C.: Insolvenzrecht. München: Beck
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt
- Sakowski, K.: Arbeitsrecht. Berlin Heidelberg: Springer Gabler

Schlüsselqualifikationen II (W3BW_THG702)

Key Qualifications II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG702	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung	28	48

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Wissenschaftstheorie:

- Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)
- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)
- Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)
- Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Ethik in den Wirtschaftswissenschaften

Methoden der empirischen Sozialforschung:

- Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie
- Operationalisieren und messen
- Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)
- Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)
- Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)
- Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)
- Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses
- Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)

Branchenspezifische Unternehmenssimulation

27

47

In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:

- Entwicklung von Unternehmensleitbildern
- Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur
- Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)
- Erprobung der Qualität von Leistungen
- Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen
- Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen
- Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg
- Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)
- Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team

BESONDERHEITEN

keine

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: Business Knigge International. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Kundenorientiertes Management (W3BW_THG204)

Customer-Focused Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG204	2. Studienjahr	1	Alexander Dingeldey	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über eine grundlegende Übersicht über die Aufgaben des Marketings und Vertriebs von Unternehmen in der touristischen Wertschöpfungskette. Zudem ist die Planung und Durchführung von Events eine erlernte Kompetenz. Sie verstehen die grundsätzlichen Entscheidungsfelder im Bereich Marketing und Vertrieb und sind in der Lage grundlegende Konzeptionen insbesondere für touristische Betriebe zu entwickeln. Sie kennen die grundlegenden Funktionen der Marketingkommunikation, als auch der Produkt- und Preispolitik. Im Vertrieb sind sie in der Lage unterschiedliche Vertriebskanäle anhand strategischer Gesichtspunkte zu bewerten und auszuwählen. Als ein Element der Marketingkommunikation wird zudem noch die Planung und Durchführung von Events vertieft. Die Studierenden sind mit den erforderlichen Rahmenbedingungen vertraut und verstehen die Wechselwirkungen der einzelnen Elemente.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen variable Methoden und Techniken zur Analyse und Planung im Marketing, Vertrieb und für Veranstaltungen. Auf Grundlage des technologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Wandels werden die Marketing- und Vertriebsaktivitäten von touristischen Leistungsträgern analysiert und auf operativer und strategischer Ebene adäquat optimiert. Dabei wird ein wesentlicher Fokus auf die Anwendung wichtiger „State of the art“-Modelle und etablierter und in der Wissenschaft anerkannter Theorien in der Praxis gelegt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein umfassendes und fundiertes Verständnis für die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Entscheidungen in der täglichen Marketing- und Vertriebsarbeit. Den Studierenden ist die Systemkomplexität ihrer teils weitreichenden Einzelentscheidungen in den Bereichen Marketing und Vertrieb mit Auswirkungen auf das Gesamtunternehmens bewusst. Sie reflektieren ihr Verhalten und ihre Entscheidungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sehen Marketing und Vertrieb als eine grundlegende Querschnittsaufgabe in touristischen Unternehmen an. Sie verstehen die individuellen Interessen und divergenten Geschäftsmodelle der unterschiedlichen Akteure insbesondere im Vertrieb touristischer Leistungen. Sie sind sensibilisiert für Änderungen von vorliegenden Geschäftsmodellen und emergenten Technologien.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing und Vertrieb	28	48

Spezifische Aspekte des Marketings von touristischen Leistungsträgern: Marketing-Mix, Marketing-Planung und -Kontrolle, Kundenbeziehungsmanagement – Spezifische Aspekte des Vertriebs von touristischen Leistungsträgern: Vertriebskanäle und Intermediäre, Online-, Offline- und Multichannel-Vertrieb, Steuerung der Vertriebskanäle, Multi-/Onmi-Channel-Management, Bewertung von Kosten und Nutzen verschiedener Kanäle, Wechselwirkungen zum technologischen Wandel – Fallstudien.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Eventmanagement	27	47

Definitionen und Arten von Events – Eventplanung (Initiierung, Start & Vorlauf, Anlauf- und Aktivphase, Nachlauf und Nachbereitung) – Kostenkalkulation – Personalkalkulation (z. B. Kosten, Einsatzpläne) – Sachkalkulation – rechtliche Grundlagen – Sicherheitsaspekte.

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

Amersdorffer, F. et al. (Hrsg.): Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder, Berlin, Heidelberg: Springer.
Egger, R./Buhalis, D. (Hrsg.): E-tourism Case Studies: Management and Marketing Issues in E-tourism, Amsterdam u. a.: Elsevier.
Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. München, Wien: Oldenbourg.
Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement und Recht: Vertrags- und Haftungsfragen bei Veranstaltungen, Events, Messen und Ausstellungen, Köln: Luchterhand.
Haase, F./Mäcken, W.: Handbuch Eventmanagement, München: kopaed.
Henschel, O.: Lexikon Eventmanagement: Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung, Berlin, Wien, Zürich: Beuth.
Holloway, J. C.: Marketing for Tourism. Harlow: Prentice Hall/Financial Times.
Holzbaur, U. et al.: Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg: Springer.
Keegan, W. J./Green, M. C.: Global Marketing, Pearson Education: Prentice Hall.
Lassnig, M.; Reich, S. (Hrsg.) e-Tourismus, Heidelberg: dpunkt.
Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen - Konzepte – Methode, Wiesbaden: Gabler.
Schulz, A./Weithöner, U.; Goecke, R. (Hrsg.): Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme, München: Oldenbourg.

Wertorientiertes Management (W3BW_THG205)

Value-Based Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG205	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Fuchs	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, branchenspezifische Inhalte der KLR, Investition und Finanzierung und des Controlling zu erfassen. Sie verstehen deren Strukturen, können sie im Unternehmen anwenden und deren Konsequenzen adäquat bewerten. Die Studierenden erweitern ihre bisher in den Funktionsfeldern erworbenen Kompetenzen und besitzen ein auf die Besonderheiten der Branche spezialisiertes Fachwissen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, eigene Problemlösungen zu finden. Sie beherrschen die wesentlichen branchenspezifischen Methoden des internen Rechnungswesens und können sie hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, stetig aktuelles Wissen aufzunehmen. Sie können eigene Positionen entwickeln, kritisch reflektieren und korrigieren. Die Studierenden sind bereit, Fragen der branchenspezifischen KLR, Investition und Finanzierung und des Controlling im Team zu besprechen, Lösungen zu entwickeln und zu kommunizieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, branchenspezifische Fragestellungen des internen Rechnungswesens fach- und methodenkompetent, teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Branchenspezifische Kosten- und Leistungsrechnung	22	38
Systematisierung Rechnungswesen – Aufgaben Teilsysteme – Analyse Betriebsergebnisrechnung – Kostenartenrechnung – Break-even-Analysen – Kalkulation und Preisfindung – Budgetierung – Bilanzanalyse, angewandt am Beispiel von Unternehmen aus dem Tourismus, der Hotellerie und Gastronomie sowie Destinationen mit Besonderheiten der kommunalen Haushaltsplanung und -bewirtschaftung		
Branchenspezifische Investition und Finanzierung	11	19
Finanz- und Liquiditätsplanung – ausgewählte Finanzierungsarten nach branchenspezifischen Schwerpunkten – Kennenlernen von Wirtschaftsplänen ausgewählter Organisationen in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Branchenspezifisches Controlling

PRÄSENZZEIT

22

SELBSTSTUDIUM

38

Kennzahlen in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie – Kennzahlen Gesamtunternehmen – Risikobetrachtung – Wirtschaftlichkeitsberechnungen – Kennzahlenanalyse anhand von Fallbeispielen aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Burth, A.: Kommunale Haushaltssteuerung an der Schnittstelle von Doppik und Haushaltskonsolidierung. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Dopson, L./Hayes, D.: Managerial accounting for the Hospitality Industry, Hoboken: John Wiley & Sons.
- Dopson, L.: Food and beverage cost control, Hoboken: John Wiley & Sons.
- Fuchs, W./Mundt, J.W./Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen – Gastronomie – Hotellerie – Reise-mittler – Reiseveranstalter – Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Gern, A.: Kommunales Abgaberecht, Band 1: Bundesrecht, Band 2: Landesrecht Baden-Württemberg. Stuttgart: Kohl-hammer-Verlag
- Görlich, B./Spalteholz, B.: Das Revenue Management Buch 3.0, Berlin: Interhoga.
- Guilding, C.: Accounting essentials for hospitality Managers, Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Hänsler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Harris, P./Jones, T.: Managerial accounting in the hospitality industry, Oxford: Goodfellow Publishers.
- Harris, P.: Profit Planning for hospitality and tourism, Oxford: Goodfellow Publishers.
- Jagels, M./Coltman, M.: Hospitality management accounting, Hoboken: John Wiley & Sons.
- Maschke, J./Scherr, S.: Hotelbetriebsvergleich Deutschland, München: dwif.
- Sidki, M.: Grundlagen kommunaler Finanzierung und Verschuldung. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Soller, J.: Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie, Berlin: Erich Schmidt.
- von Freyberg, B.: Hospitality Controlling – erfolgreiche Konzepte für die Hotellerie, Berlin: Erich Schmidt

Intensivierung fachspezifisches Wirtschaftsenglisch (W3BW_THG206)

Subject-Specific Business English - Advanced

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG206	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Andrew Fineron	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation) und Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für Problemstellungen entwickelt, die in Verhandlungen und Geschäftssitzungen mit internationalen Teilnehmern auftreten können. Die entsprechenden kommunikativen Kompetenzen haben sie erlernt und geübt. Sie können sich als Führungspersonen im betrieblichen Umfeld sprachlich korrekt und idiomatisch ausdrücken. Sie haben ein kritisches und wissenschaftlich fundiertes Verständnis für interkulturelle Aspekte entwickelt. Darüber hinaus können sie komplexere geschäftliche Sachverhalte in diagrammatischer Form sprachlich korrekt beschreiben und interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben sich Techniken der Konfliktlösung in Sitzungen und Verhandlungssituationen angeeignet. Sie verfügen über kommunikative Kompetenzen, die für die erfolgreiche Durchführung von Führungsaufgaben nötig sind, und sind sprachtechnisch auf anspruchsvollem Niveau. Sie können Vorstellungsgespräche durchführen und Geschäftsprozesse, die in visueller Form dargestellt werden, sprachlich eingehend erläutern (Balkendiagramme, Flowcharts, Liniendiagramme usw.).

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Anhand von Simulationen und Rollenspielen haben die Studierenden in Gruppen- und Paararbeit analysiert, wie Verhandlungen und Sitzungen erfolgreich geleitet werden. Mit der Durchführung von Interviews zu wirtschaftsbezogenen Themen haben sie Fragetechniken erlernt und ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache ausgebaut. Sie können ihren beruflichen Führungsaufgaben im englischsprachigen Kontext erfolgreich nachgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Zeitmanagement für die Organisation und Durchführung von effizienten Sitzungen und erfolgreichen Verhandlungen erlernt. Sie haben gelernt, auf interkulturelle Verschiedenheiten Rücksicht zu nehmen. Somit sind sie für die Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen und Mitarbeitern/-innen auf internationaler Ebene gut vorbereitet. Durch die Beschäftigung mit Online-Modulen und Printmaterialien zu den Themen „Meetings“, „Negotiations“ und „Diagrams“ wurden sie auf die eigenständige Erarbeitung und Vertiefung von Wissen auch mit Hilfe der Neuen Medien vorbereitet.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wirtschaftsenglisch III	30	52

Schriftliche Bewerbungstechniken – Präsentationstechniken für branchenrelevante Themen aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie –
 Erstellung und Analyse von Unternehmensberichten – Beschreibung und Interpretation von branchenbezogenen Diagrammen (z.B. Entwicklung Gästezahlen, Problembereiche für die Unternehmen, wichtige Kennzahlen)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wirtschaftsenglisch IV	25	43

Erstellung von schriftlichen Kommentaren zu branchenbezogenen Fachberichten – Analyse von ausgewählten Texten aus der englischsprachigen branchenrelevanten Fachliteratur – Formulierungstechniken für branchenspezifischen Vertragsarten (z. B. Leasing, Franchising, Corporate Customer Management, Outsourcing) – fortlaufende Übungen (auch schriftlich) zu branchenbezogenem Textverständnis-, Wortschatz-, Grammatik- und Übersetzungsaufgaben

BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Seminararbeit (mit Präsentation) nach dem dritten Semester
- Klausur nach dem vierten Semester

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Allison, J./Appleby, R./de Chazal, E.: The Business (advanced), München: Hueber
Camilleri, M. A.: Travel Marketing. Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice, Cham: Springer
Cotton, D./Falvey, D./Kent, S.: Market Leader (advanced), Harlow: Pearson Longman
Evans D.: Decisionmaker. 14 Business Situations for Analysis and Discussion, Cambridge: Cambridge University Press
Fletcher, J./Fyall, A./Gilbert, D./Wanhill, S.: Tourism: Principles and Practice, Harlow: Pearson
Hofstede, G./Hofstede, G. J./Minkov, M.: Cultures and Organisations: Software of the Mind, New York: McGraw-Hill
McBride, P./Lewis-Schätz, S.: Standard-Wörterbuch Business English, München: Compact
O'Hara, F.: Be My Guest: English for the Hotel Industry, Cambridge: Cambridge University Press
Strutt, P.: English for International Tourism, Harlow: Pearson Longman
Swan, M.: Practical English Usage, Oxford: Oxford University Press
Thomson, A. J./Martinet, A. V.: A Practical English Grammar, Oxford: Oxford University Press
Trappe, T./Tullis, G.: Intelligent Business (advanced), Harlow: Pearson Longman
Walker, J. R.: Introduction to Hospitality, Harlow: Pearson
World Tourism Organisation: A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid: World Tourism Organisation

Praxismodul II (W3BW_THG802)

Practical Module II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG802	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul II - Projektarbeit II	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Vertiefende Einblicke in Teilfunktionen und erste Übernahme kleinerer eigenverantwortlicher Aufgaben

Mitarbeit in der Leistungserstellung Front Office – Kennenlernen von Rechnungswesen, Kontenrahmen und Kontenplan – Vorkontieren und ggf. Kontieren sowie gewonnene Daten verarbeiten – Einblick in die Abrechnung mit Leistungsträgern, Kostenträgern, Sozialversicherungsträgern – Kennenlernen von Rechnungserstellung und branchenüblichen Zahlungsbedingungen sowie von Grundsätzen der Kassenführung und Abrechnung – Kennenlernen der spezifischen Kalkulationsgrundsätze für Dienstleistungen und ggf. auch Waren – Einüben der Kalkulation von Angeboten – Einblick in den Personalbereich des dualen Partnerunternehmens, Personalplanung, Personalentwicklung und Kennenlernen der Arbeitsabläufe bei Einstellung und Ausstellung von Mitarbeitern – Umgang mit Gehaltsabrechnungen, Ausbildungsordnungen, Ausbildungsverträgen – Mitarbeit in Sales und Marketing – Akquisition und Organisation von Gruppenreisen, Veranstaltungen, Tagungen und ggf. Messen – Unterstützung bei der Erstellung interner Statistiken (Kunden, Gäste) – Zusammenarbeit mit Initiatoren, Organisatoren, Vermittlern und Kooperationspartnern – Organisation, Kalkulation und Vermarktung von Einzelveranstaltungen – Kennenlernen der technischen Abteilungen (z. B. IT, Facility Management)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Praxismodul II - Präsentation

0

0

Technischer Platzhalter

Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls

0

0

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.

Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M. / Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Integriertes Management (W3BW_106)

Integrated Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_106	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und/oder Bestandteile der Mitarbeiter- und Unternehmensführung und können diese in ein Gesamtverständnis „integrativ“ einordnen. Sie haben Kenntnisse über die Beziehungen und Abhängigkeiten im Integrierten Management zwischen diesen Ansätzen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Unternehmens-/Führungserfolg auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie können darüber hinaus die einzelnen Ansätze strukturiert darstellen, an Beispielen veranschaulichen und inhaltlich zusammenfassen. In der Würdigung sind sie in der Lage, Ursachen und Erfolgswirkungen zu trennen.

METHODENKOMPETENZ

Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien und/oder Führungssituationen Führungsherausforderungen mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlichen oder sozialen Komplexität zu strukturieren und zu verstehen sowie diese selbständig oder in Gruppen zu lösen. Sie kennen dazu die situationsadäquaten, wesentlichen Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Führungsinstrumente und -methoden der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung. Sie können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen und sie gegebenenfalls daran anpassen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Verantwortung für ihre eigene Arbeit übernehmen. Bzgl. ihres Handelns sowie dessen Ergebnisse sind sie in der Lage, sachangemessen und nachvollziehbar zu argumentieren. Sie können wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen. Im sozialen Umgang bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und kommunikativ, moderierend Lösungsansätze aufzeigen. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden kritisch reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmensführung	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Grundlagen ganzheitlicher Unternehmensführung
- Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen)
- Normative Unternehmensführung
- Nachhaltige, wertorientierte Unternehmensführung
- Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle
- Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling
- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente
- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung)

Mitarbeiterführung

25

50

- Psychologische Grundlagen
- Motivation
- Führungskräfte und -eigenschaften
- Führungstheorien
- Führungsstile/-modelle
- Führungsinstrumente
- Kommunikation
- Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft
- Aktuelle Entwicklungen/Führungsansätze

BESONDERHEITEN

Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin – New York: Campus
- Blessin, B./Wick, A.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, Konstanz: UVK
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Springer
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Heidelberg: Springer
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand

Wirtschaftspolitik (W3BW_503)

Economic Policy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_503	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Torsten Bleich	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Dabei können sie andere begründete Positionen tolerieren und einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft	25	50

- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger
- Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse)
- Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Handelspolitik)
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt)
- Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Bénassy-Quéré/Coeuré/Jaquet/Pisany-Ferry: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen, München
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Pearson, Hallbergmoos
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, Vahlen, München

Schlüsselqualifikationen III (W3BW_THG703)

Key Qualifications III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG703	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Studienrichtungsspezifische Seminare	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

In den studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.

Projektskizze zur Bachelorarbeit

25

50

- Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)
- Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit

BESONDERHEITEN

keine

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Systemorientiertes Management (W3BW_THG207)

System-Oriented Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG207	3. Studienjahr	1	Roman Müller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das touristische Gesamtsystem mit all seinen Erscheinungsformen und sind vertraut mit hierzu passenden und praxisrelevanten Modellen und Tools bezüglich systemspezifischer Rechtsfragen, branchenspezifischer Personalwirtschaft und eines strategischen Informationsmanagements. Sie können die jeweils dort erarbeiteten Inhalte auf die typischen Themenfelder im System Tourismus, in der Hotellerie und in der Gastronomie übertragen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die jeweils zentralen wissenschaftlichen Methoden und passende wissenschaftlich-basierte Ansätze der einzelnen Teilthemen. Sie können diese zur Analyse sowie zur Entwicklung von Lösungsvorschlägen auf systemspezifische Frage- und Problemstellungen anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die Schlüsselrolle eines professionellen Personalmanagements für Dienstleistungsunternehmen im Tourismussystem, in der Hotellerie und in der Gastronomie erkannt. Sie haben daraus Schlussfolgerungen für die Bedeutung von weichen Faktoren für den wirtschaftlichen Erfolg gezogen und diese für die eigene Rolle im Unternehmen reflektiert.

In Bezug auf rechtliche, informationstechnische und personalwirtschaftliche Problemstellungen erkennen sie soziale und ethische Spannungsfelder und reflektieren diese für die eigene berufsethische Verantwortung im Management eines Unternehmens im System Tourismus, in der Hotellerie oder Gastronomie.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis aus verschiedenen fachlichen Perspektiven (rechtliche, personalwirtschaftliche und informationstechnische Beurteilung) zu verstehen, kritisch zu reflektieren und in eine Gesamtsituation des touristischen Systems einzuordnen. Sie entwickeln hieraus eigenständige Handlungsansätze.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Systemspezifische Rechtsfragen	20	40

Spezifische Rechtsprobleme im touristischen System; Grundlagen und aktuelle Rechtsfragen in Bezug auf das System Tourismus, die Hotellerie und die Gastronomie; insbesondere Aspekte des allgemeinen Reiseverkehrsrechts (z. B. Beförderungsvertrag), des Reisevertragsrechts (z. B. Pauschal- und Individualreisen) und des Gaststätten- und Beherbergungsrechts (z. B. Gaststättengesetz, Beherbergungsvertrag, Bewirtungsvertrag); branchenspezifische verwaltungsrechtliche Normen und Verordnungen; aktuelle rechtliche Fragestellungen aus der Branchenpraxis – auch in Bezug auf Hygienerecht, Urheberrecht und Haftungsrecht

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Branchenspezifische Personalwirtschaft	10	20
Ausgewählte Aspekte des Personalmanagements in der Tourismusbranche, in Hotellerie und Gastronomie sowie Einordnung der branchenspezifischen Ausprägungen in die Systematik eines dienstleistungsorientierten Personalmanagements: insbesondere Aspekte des Personalrecruiting, der Personalbedarfsplanung einzelner Geschäftsfelder als Teil des Personalcontrolling, der spezifischen Personalentwicklung bzw. des geltenden Tarifrechts und üblicher Entlohnungsmodelle		
Strategisches Informationsmanagement	20	40
Grundlagen und ausgewählte Aspekte eines branchenspezifischen Informationsmanagements im System Tourismus, in der Hotellerie und Gastronomie; grundlegende Themen und Begriffsklärungen wie Information, Kommunikation und Wissen aus Sicht der Fächer Informations- und Wissensmanagement; Grundfragen der Informationsbeschaffung, des Datenschutzes und der Modellierung sowie Analyse von typischen Geschäftsprozessen in den Branchen des Systems Tourismus; aktuelle Informationssysteme touristischer Leistungsanbieter (wie z. B. Hotel- und Gastronomiebetriebe, freizeitwirtschaftliche Betriebe, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften oder Destinationen)		

BESONDERHEITEN

keine

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

Dettmer, H.: Organisations-/ Personalmanagement und Arbeitsrecht: in Hotellerie und Gastronomie, Hamburg: Handwerk und Technik
Fuchs, W., Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München: Oldenbourg
Führich, E.: Basiswissen Reiserecht: Grundriss des Reisevertrags- und Individualreiserechts, München: Vahlen
Gardini, M.A.; Adam, R.: Personalmanagement im Tourismus: Erfolgsfaktoren erkennen - Wettbewerbsvorteile sichern, Berlin: Schmidt
Hänssler, K.H. (Hg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
Lehner, F.: Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung, München: Hanser
Linde, F.: Ökonomie und Information, Göttingen: Universitätsverlag
Nickson, D.: Human resource management for the hospitality and tourism industries, London: Routledge
North, K.; Kumta, G.: Knowledge Management : Value Creation Through Organizational Learning, Cham: Springer
Obermeier, S. u. a.: Geschäftsprozesse realisieren. Ein praxisorientierter Leitfaden von der Strategie bis zur Implementierung, Wiesbaden: Springer Vieweg
Picot, A.; Reichwald, R., Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management. Unternehmensführung im Informationszeitalter, Wiesbaden: Gabler
Schulz, A. u. a.: eTourismus: Prozesse und Systeme. Informationsmanagement im Tourismus, Berlin München: De Gruyter Oldenbourg

Nachhaltiges Management (W3BW_THG208)

Sustainable Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG208	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Valentin Weislämle	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein umfassendes Faktenwissen in den Bereichen „Qualitätsmanagement“ und „Nachhaltigkeit/Corporate Social Responsibility“ erworben. Sie verfügen über ein kritisches Verständnis der Fachinhalte und können einschlägige Theorien auf die Praxis anwenden. Insbesondere können die Studierenden die philosophischen, historischen und terminologischen Entwicklungen des Qualitätsmanagements nachvollziehen. Sie erwerben einen Überblick über die wichtigsten nationalen und internationalen QM-Systeme. Sie kennen die unterschiedlichen Aspekte und Konzepte, die im QM relevant sind, und wissen um die quantitativen Methoden und Techniken, mit denen Prozessabläufe effizient gestaltet werden können. Insbesondere erfahren sie das Lean Management als einen Ansatz, um nachhaltige Lösungen zu verwirklichen. Die Studierenden kennen im Weiteren die grundlegenden Prinzipien und die praktischen Ansätze für einen nachhaltigen Tourismus, wie z. B. verantwortungsvolle Unternehmensführung und nachhaltiges Destinationsmanagement. Sie verstehen, wie sich die Tourismusindustrie in Bezug auf CSR Maßnahmen in der jüngsten Vergangenheit entwickelt hat und erkennen deren positive Wirkung in verschiedenen Tourismusbereichen. Schließlich eignen sich die Studierenden ein einschlägiges Wissen darüber an, welche Zertifizierungssysteme in Europa Anwendung finden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz der einschlägigen Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen. Sie verstehen die Chancen und Grenzen der Umsetzbarkeit dieser Methoden in der Praxis. Anhand der Bearbeitung von Beispielen erwerben sie Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden und können Probleme erkennen und Lösungen erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierende verbessern ihre Kommunikationsfähigkeit in Wort und Schrift und können lösungsorientiert mit anderen zusammenarbeiten. Sie können eigene Ansichten vertreten und andere für ihre Initiativen gewinnen. Ferner verstehen sie, ihr Verhalten der Gruppe anzupassen und sich effektiv zu integrieren. Sie reflektieren ihr eigenes Interaktionsverhalten und können Konflikte mit anderen konstruktiv meistern. Sie lernen auch, sozial und kulturell geprägte Rollen wahrzunehmen und verstehen andere Menschen in ihrer Unterschiedlichkeit im Hinblick auf z. B. Geschlecht, Herkunft, Glaube, Alter und Ethnie. Insgesamt entwickeln die Studierenden so ihre Fähigkeit, partizipativ, kultursensibel und tolerant zu handeln, besonders auch in multinationalen Kontexten. Sie reflektieren soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen von wirtschaftlichem Handeln und sind sich ihrer persönlichen Verantwortung als Akteure bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende erkennen das Prinzip der Nachhaltigkeit als ein Hauptparadigma wirtschaftlichen Handelns in einer Situation der tendenziellen globalen Verknappung existentiell wichtiger Güter. Zusätzlich entwickeln sie ein Bewusstsein um die Bedeutung von QM als verantwortungsvollen Umgang mit wertvollen Ressourcen. Darüber hinaus wissen sie um den Tourismus als wichtigen Sektor gerade in der wirtschaftlichen Entwicklung von Schwellenländern und um seine Leuchtturm-Funktion. Schließlich sind die Studierenden in der Lage, das Spannungsfeld zwischen betrieblicher Gewinnmaximierung einerseits und ethischer Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt andererseits qualifiziert einzuschätzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Qualitätsmanagement	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Grundlagen, Begriffe und Geschichte des Qualitätsmanagements – Qualitätsmodelle – Prozessmanagement – Qualitätsmanagementsysteme (ISO Normen, Total Quality Management, Lean Management) – Verfahren, Methoden und Qualitätswerkzeuge (z. B. Zertifizierung, Audit) – Nachhaltigkeit als Aspekt im Qualitätsmanagement – Bedeutung des Qualitätsmanagements für Unternehmen in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie – Fallbeispiele aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility

25

50

Definition und Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung – Konzepte und Herausforderungen des nachhaltigen Tourismus – Ökologische, wirtschaftliche und sozio-kulturelle Nachhaltigkeit im Tourismus – CSR Entwicklungen in der Hotellerie und Gastronomiebranche, in den Freizeiteinrichtungen, in den Betrieben der Reiseveranstaltung, Reisevermittlung und Reiseverkehrs sowie des Destinationsmanagements – Assessment-Systeme für Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche, der Hotellerie und Gastronomie

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement, Berlin: Springer Gabler.
Freyberg, B. von/Grüner, A./Hübschmann, M.: Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie, Stuttgart: Matthes.
Legrand, W./Sloan, P./Chen, J. S.: Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of Sustainable Operations, Oxford: Routledge.
Lund-Durlacher, D.; Fifka, M. S.; Reiser, D.: CSR und Tourismus: Handlungs- und branchenspezifische Felder, Wiesbaden: Springer.
Manente, M.; Minghetti, V.; Mingotto, E.: Responsible Tourism and CSR: Assessment Systems for Sustainable Development of SMEs in Tourism, Wiesbaden: Springer.
Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management: Einführung in Ressourcenorientierung und widersprüchliche Managementrationalitäten, Baden-Baden: Nomos.
Rein, H.; Strasdas, W.: Nachhaltiger Tourismus: Einführung, München: UVK Lucius.
Schmitt, R.: Basiswissen Qualitätsmanagement, Kissing: Symposion Publishing.
Zollondz, H.: Grundlagen Qualitätsmanagement: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, München: Oldenbourg.

Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW_THG209)

Integrated Seminar on Current Issues in Tourism

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG209	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Valentin Weislämle	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

In diesem Modul erlernen die Studierenden ein kritisches Verständnis zu den spezifischen Fachinhalten. Sie erlernen die Einschätzung der Anwendbarkeit von Theorien in der Praxis und können eine Bezugnahme zu Situationen aus der eigenen Praxiserfahrung herstellen. Sie erfahren die Berücksichtigung von Schnittstellen zu angrenzenden Aufgabengebieten und erlangen ein Verständnis zu Organisationsstrukturen, Produkten, Verfahren, Maßnahmen, Prozessen. Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen des Managements von Unternehmungen, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Unternehmenssteuerung.

METHODENKOMPETENZ

Aufgrund der branchenspezifischen Ausrichtung des Moduls erlernen die Studierenden eine Einschätzung der Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld. Besonders berücksichtigt wird dabei die Einschätzung der Praktikabilität und Grenzen der jeweiligen Managementmethoden. Sie erlangen Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden und der dabei notwendigen Umsichtigkeit, Strukturiertheit, Gründlichkeit, Gewissenhaftigkeit und systematischen Vorgehensweise.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Als persönliche Kompetenz erkennen die Studierenden die Notwendigkeit zur Ausdauer und Eigenständigkeit. Gerade durch die Dokumentation und Erläuterung der Projektschritte im Rahmen des Integrationsseminars, der eingesetzten Methoden, der wesentlichen Ergebnisse des Integrationsseminars und der daraus gewonnenen Erkenntnisse bzw. ableitbaren Handlungsempfehlungen in Verbindung zwischen Gruppen- und Einzelarbeiten erkennen Sie die Kompetenzen der Selbständigkeit und Eigenverantwortlichkeit, dem Zeitmanagement und Fähigkeit zur Priorisierung. Selbstmanagement und Belastungsfähigkeit kommen ergänzend als Kompetenzen hinzu. Die Studierenden lernen stichhaltig und sachangemessen argumentieren, plausibel darstellen und nachvollziehbar begründen. Speziell in der Diskussion trainieren Sie wertschätzend Kritik zu äußern, erfolgreiche und zielführende Kooperation in Teams.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen. Sie erlernen auch die Einschätzung der Anwendbarkeit und Nutzen von Theorien für Praxis und die Reflektion der Praxis vor theoretischem Hintergrund.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrationsseminar	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre oder alternativ Entwicklungen des Managements der spezifischen Branche wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

entsprechend der thematischen Ausrichtung

Praxismodul III (W3BW_THG803)

Practical Module III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG803	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	0	240	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul III - Mündliche Prüfung	0	240

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Zunehmend Kennenlernen übergeordneter, gesamtunternehmensbezogener Führungsaufgaben und/oder Durchführung eigenverantwortlicher Projekte

In der Assistenz der Geschäftsleitung oder in Stabstellen oder in einem Projekt oder verantwortliche Vertretung und Vertiefung der Kenntnisse in Prozessen der Leistungserstellung sowie Unterstützungsprozessen, wie z. B. Organisation, Rechnungswesen, Controlling, Marketing und Personal – Teilnahme an Beratungen und Gremiensitzungen, auch in Kooperationen und Verbänden – Kennenlernen der Kooperationspartner bzw. Erfahrungsgruppenmitglieder – Berücksichtigung von Aspekten des Qualitätsmanagements und der Nachhaltigkeit

Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls

0

0

BESONDERHEITEN

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stichel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Grundlagen Integratives Tourismusmanagement (W3BW_THG309)

Principles of Integrated Tourism Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG309	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Winfried Heinzler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Als Vertiefung zu Grundlagen der Tourismuswirtschaft werden hier bereits Einblicke gegeben in die Managementaufgaben der Hotellerie- und Gastronomiebranche, der Freizeiteinrichtungen, den Betrieben der Reiseveranstaltung, Reisevermittlung und des Reiseverkehrs sowie des Destinationsmanagements unter besonderer Berücksichtigung kurörtlicher Destinationen bzw. von Gesundheitsdestinationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlauf ihres Studiums einfache wie komplexe touristische Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen in allen Tourismusbetrieben anhand gegebener Informationen selbständig analysieren und strukturieren sowie zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen touristischer Unternehmen und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessengruppen vertraut. Sie haben ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben wichtige Einblicke in das Management von touristischen Betrieben. Darüber hinaus sind die Studierenden auch in der Lage, ihre eigenen Grenzen und die ihres Faches zu erkennen und bei Bedarf mit Rechtskundigen oder Verwaltungskundigen zusammen zu arbeiten.

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Hotel- und Gastronomiemanagements	22	38

Einordnung des Gastgewerbes – Betriebsarten und Betriebstypen – Klassifizierungen und Zertifizierungen der Hotellerie und Parahotellerie – Geschichte und aktuelle Marktentwicklung – Betreiberformen – horizontale und vertikale Formen der Zusammenarbeit – Geschäfts- und Leistungserstellungsprozesse der Hotellerie: Küche, Service, Front Office, Housekeeping, Technik/Instandhaltung (Maintenance), Administration – aktuelle Fragestellungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Freizeitwirtschaft	11	19
Einführung in das Begriffsfeld Freizeit – Freizeitkonsum – Überblick über den Freizeitmarkt – Freizeitsportaktivitäten und deren Wechselwirkung mit der Umwelt – Entwicklung klassischer Orte des Freizeitkonsums zu neuen Erlebniswelten – Freizeitwohnen mobil und stationär – Kunst und Kultur, Brauchtum und Volksfeste als Freizeitaktivität		
Grundlagen des Destinationsmanagements	22	38
Typisierung von Destinationen – Begriffsabgrenzungen, Destinationen als Unternehmen bzw. Wettbewerbseinheit – Besonderheiten eines Marketingkonzeptes im Destinationsmanagement – Grundlagen und Besonderheiten von gesundheitstouristischen Destinationen – Aufgaben lokaler und regionaler sowie nationaler und übernationaler Destinationsmanagementorganisationen (DMO) – Finanzierung von Destinationen – Rechtsformwahl für die Organisation der Destination – Produktgestaltung in Destinationen		
Grundlagen des Reiseverkehrs- und Verkehrsträgermanagements	22	38
Entwicklung und Struktur der Betriebe der Reiseveranstaltung und der Reisemittlung sowie sonstiger Betriebe des Reiseverkehrs wie z.B. Bahn, Bus, Flug und Schiff – Leistungseinkauf und Produktion sowie Kalkulation von Pauschalreisen – Vertrieb – Besonderheiten der Besteuerung – Klassische, dynamische und hybride Veranstaltermodelle – Geschäftsmodelle: Ketten, Kooperationen, Franchise		
Grundlagen des Managements von Freizeitbetrieben	22	38
Entwicklung und Struktur der Freizeitanlagen- und Entertainmentwirtschaft – Betriebsübersicht über Freizeitparks und Großbetriebe des Winter- und Wassersports – Resorts und Ressortentwicklung – Marketingkonzeption – Sicherheitsaufgaben des Betreibers - Technische Aspekte und Wirtschaftlichkeit		
Destinationen	11	19
Deutsche und europäische Reisegebiete sowie städtetouristische Destinationen – aktuelle Trenddestinationen weltweit		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg.
Bochert, R.: Tourismuspolitik – Ordnungspolitik der Tourismuskärkte, Berlin: uni-edition.
Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München; Wien: Oldenbourg.
Frehse, J./Weiermair, K. (Hrsg.): Hotel Real Estate Management: Grundlagen, Spezialbereiche, Fallbeispiele, Berlin: Erich Schmidt.
Freyer, W.: Reisebüro-Management, München, Wien: Oldenbourg.
Freyer, W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg.
Fuchs, W./Mundt, J.W./Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen – Gastronomie – Hotellerie – Reise-mittler – Reiseveranstalter – Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
Hänssler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit. München, Konstanz: UVK.
Henschel, U. K./Grüner, A./von Freyberg, B.: Hotelmanagement, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
Kirstges, T.: Management von Tourismusunternehmen, München, Wien: Oldenbourg.
Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner.
Mundt, J. W.: Reiseveranstaltung, München, Wien: Oldenbourg.
Mundt, J. W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg.
Opaschowski, H. W.; Pries, M.; Reinhardt, U.: Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft, Hamburg: Lit.
Pechlaner, H; Bieger, T.; Weiermair, K.: Attraktions-Management. Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Wien: Linde.
Pompl, W.; Lieb, M. G. (Hrsg.): Intern. Tourismus-Management. Herausforderungen – Strategien – Instrumente, München: Vahlen.
Schaezting, E. E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv.
Swarbrooke, J.: The Development and Management of Visitor Attractions. Amsterdam et al.: Elsevier.
Zollondz, H.-D./Ketting, M./Pfundtner, R. (Hrsg.): Lexikon Qualitätsmanagement. Handbuch des modernen Managements auf Basis des Qualitätsmanagements, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.

Ausgewählte Aspekte im Integrativen Tourismusmanagement (W3BW_THG310)

Selected Aspects of Integrated Tourism Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG310	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Winfried Heinzler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur und Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz der hier gelehrt touristischen Teilbereiche. Sie können die Zusammenhänge benennen und erklären sowie in den ausgewählten touristischen Projekten und Studien anwenden. Des Weiteren sind sie in der Lage, die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, ihr Fachwissen sowie die erlernten Methoden, Konzepte und Studien auf grundlegende touristische Themen anzuwenden. Sie verstehen die Chancen und Grenzen der Umsetzbarkeit.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die erlernten theoretischen und praxisorientierten Konzepte auf aktuelle touristische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen der ökonomischen Ausrichtung in der Tourismusbranche und den menschlichen Ansprüchen sowie dem menschlichen Verhalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Fundierte Kenntnisse über alle Bereiche der Touristik helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Angewandte Marktforschung im Tourismus	15	30
Markt- und Marketingforschung – Definitionen – Qualitätsmerkmale von Marktforschung – Interviewarten – Stichprobenkonstruktion – Marktforschungsarten – spezifische Tourismusmarktforschung – Einsatz von Marktforschung		
Angewandte Tourismusstudien zu ausgewählten Tourismusthemen	20	40
Durchführung von aktuellen sowie angewandten Tourismusstudien an real existierenden Fallbeispielen, dabei enge Zusammenarbeit mit Partnerbetrieben		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Gesundheitstourismus	20	40
Gesundheitsmarkt und gesellschaftliche Trends – Medizinische und rechtliche Voraussetzungen für den Einsatz von Kurmitteln – Heilanzeigen und Gegenanzeigen – Begriffe im Wellness- und Gesundheitstourismus – Analyse und besondere Gestaltung im Wellness- und Gesundheitstourismus – Sozialrechtliche Bestimmungen und sozial-medizinische Grundlagen der medizinischen Rehabilitation		
Reiseverkehr und Reisevertrieb	10	20
Geschäftsmodelle von Fluggesellschaften, Reiseveranstaltern und -büros unter besonderer Berücksichtigung der modernen Vertriebsstrukturen		
Destinationsmanagement	10	20
Management und Marketing in Rehabilitationskliniken – Kurmittelmanagement – Finanzierungsmodelle im Destinationsmanagement – Destinationswertschöpfungsrechnung		
Hotellerie und Gastronomie	10	20
Trends in Hotellerie und Gastronomie (z. B. Märkte, Akteure, Angebotsformen) – Unternehmenskonzept – Marktkonzept – Produktkonzept – bauliche Anlagen – Konzeptionierung von Hotelbetrieben und gastronomischen Betrieben		
Travel Technology	15	30
Globale Distributions-Systeme (GDS) – Veranstalter-Datenbanken – Reservierungssysteme – IATA – Bewertungsportale – Social Media – Yield-Management – Multi-Channel-Management		

BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Klausur nach dem fünften Semester
 - Projektbericht (mit Präsentation) nach dem sechsten Semester

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Barrows, C.W.; Powers, T.: Introduction to management in the hospitality industry, Hoboken: Wiley.
- Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg.
- Brittner-Widmann, A./Ziegenbein, R.: Bausteine von Wellness- und Fitnesskonzepten: Stand und Trends im zweiten Gesundheitsmarkt. (= Forum Tourismus und Freizeit: Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis). Münster: Mon-senstein und Vannerdat.
- Deutscher Heilbäderverband e. V./Deutscher Tourismusverband e. V.: Begriffsbestimmungen – Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen. Kommentierte Fassung. Gütersloh: Flöth-mann.
- Doerner, R.-W./Niemeyer, M. (Hrsg.): Kompendium der Hotelimmobilie, Wiesbaden: Immobilien Zeitung.
- Fidlschuster, M./Fidlschuster, K.: Grundlagen des Hotelinvestments: Basiswissen für Hoteliers und Immobilien-Investoren, Berlin: Erich Schmidt.
- Freyer, W.: Reisebüro-Management, München, Wien: Oldenbourg.
- Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München, Wien: Oldenbourg.
- Fuchs, W.; Mundt, J. W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Gardini, M. A.: Marketing-Management in der Hotellerie, München, Wien: Oldenbourg.
- Graham, A.: Managing Airports. An International Perspective, Amsterdam & London: Elsevier.
- Hänssler, K. H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Henschel, K.: Hotelmanagement, München, Wien: Oldenbourg.
- Illing, K.-T.: Gesundheitstourismus und Spa-Management. München: Oldenbourg.
- Kirstges, T.: Management von Tourismusunternehmen, München, Wien: Oldenbourg.
- Kolbeck, F./Rauscher, M.: Tourismus-Management. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen. München: Franz Vahlen.
- Linkenbach, R.: Innenmarketing im Tourismus, Meßkirch: Armin Gmeiner.
- Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner.
- Mundt, J. W.: Reiseveranstaltung, München, Wien: Oldenbourg.
- Mundt, J. W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg.
- Pompl, W.; Lieb, M. G. (Hrsg.): Intern. Tourismus-Management. Herausforderungen – Strategien – Instrumente, München: Vahlen.
- Rutherford, D.: Hotel Management and Operations, New York: John Wiley & Sons.
- Schaetzing, E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv.
- Schulz, A.: Grundlagen Verkehr im Tourismus: Fluggesellschaften, Kreuzfahrten, Bahnen, Busse und Mietwagen, München: Oldenbourg.
- Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr - Bahnverkehr - Straßenverkehr – Schiffsverkehr, München: Oldenbourg.
- Schulz, A.; Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München: Oldenbourg.
- Schulz, A.; Baumann, S.; Wiedenmann, S.: Flughafen Management, München: Oldenbourg.
- Sterzenbach, R.; Conrady, R.; Fichert, F.: Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München, Wien: Oldenbourg.

Quantitatives und qualitatives Marketingmanagement (W3BW_THG405)

Quantitative and qualitative Marketing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_THG405	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Valentin Weislämle	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur und Präsentation	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

In diesem Modul erfolgt die Transformation von unternehmerischen Fragestellungen auf die betriebswirtschaftlichen Modelle und deren methodische Umsetzung in der Hotellerie- und Gastronomiebranche, den Freizeiteinrichtungen, den Betrieben der Reiseveranstaltung, Reisevermittlung und Reiseverkehrs sowie des Destinationsmanagements.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten und systemorientierten Denkens über die grundlegenden Analysemuster mit denen sie komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Darüber hinaus erhalten sie verhaltenstechnische Kompetenzen im Umgang mit unterschiedlichen Kulturen, die für die Unternehmensführung im Tourismusbereich notwendig sind. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen in allen Tourismusbetrieben anhand gegebener Informationen selbständig analysieren und strukturieren und zu einer Lösung führen. Sie erhalten einen Überblick über die quantitative Modelle und Methoden der unterschiedlichsten betriebswirtschaftlichen Disziplinen und rückt somit den quantitativen Aspekt der methodischen Problemanalyse in den Vordergrund.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen touristischer Unternehmen und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessengruppen vertraut. Sie haben ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben wichtige Erkenntnisse für die Anwendung von Methoden in der unternehmerischen Praxis. Sie erkennen aber auch die Grenzen und Möglichkeiten dieser Methoden und Modelle und können diese in ein verantwortungsvolles Kosten-Nutzen-Verhältnis stellen. Sie lernen auch eine reflektierte Haltung zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen des eigenen Handelns. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Qualitatives Marketingmanagement I	25	50

Regelkreis des Database Marketing – Kommunikation im Regelkreis, Kundenanalyse und Kundenselektion – Inhalte und Aufbau einer Marketing Datenbank – rechtliche Aspekte im Data Mining – Analyseinstrumente und Scoringmodelle – Customer Life Time-Ansätze – Big Data Analyse Methoden – Anwendungsbeispiele

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Qualitatives Marketingmanagement II	25	50
Basic Concepts of Intercultural Communication – Culture Defined – Cultural Values. Working with the Difference: The Impact of Culture on Organizations – Work Behaviour across Cultures – World Differences in Management Styles. Communicating across Cultures – Verbal and Nonverbal Communication – Effective Cross-cultural Communication. Creating Cultural Synergy – The Advantages and Challenges of Diversity – Strategies for Managing Cross-Cultural Synergies. Managing Multicultural Teams – Diversity in Multicultural Teams – Higher Productivity through Culturally Diverse Teams. Leading Globally – Leadership Theories – Motivating People across Cultures: Cross-cultural Negotiations and Conflict Management – Styles of Negotiating around the World – Successful Negotiations: Assessing the People – Situation and Process		
Quantitatives Marketingmanagement I	25	50
Systemtheoretischer Ansatz der Unternehmensführung – Kennzahlensysteme – Prozesskostenrechnung – Bilanzanalyse zur Unternehmenssteuerung – Investitionsmodelle im Marketing und der Unternehmensplanung – Marktabschätzung – Unternehmensbewertung		
Quantitatives Marketingmanagement II	25	50
Statistische Modelle und strukturprüfende Verfahren, insbesondere Regressionsanalyse und Varianzanalyse – Zeitreihenanalysen – Strukturentdeckende Verfahren, insbesondere Faktorenanalyse, Clusteranalysen – Testtheorie – Case Studies: Vertriebssteuerung – Befragungen – Kundenzufriedenheitsmessungen		

BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Präsentation nach dem fünften Semester
- Klausur nach dem sechsten Semester

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Adler N. J./Gundersen, A.: International Dimensions of Organizational Behavior; U.S. OH: South-Western.
- Backhaus, K.: Multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin, Heidelberg [u. a.]: Springer.
- Chokar, J. S./Brodbeck, F. C./House, R. J. (Eds.). Culture and leadership across the world: The globe book of in-depth studies of 25 societies, New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- Coussement, K./De Bock, K. W./Neslin, S. A.; Advanced Database Marketing: Innovative Methodologies and Applications for Managing Customer Relationships, Oxford: Routledge.
- Holland, H.: Direktmarketing, München: Vahlen.
- Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Umsetzung und Unternehmensführung, Berlin, Heidelberg [u. a.]: Springer.
- Janssen, J./Laatz, W.: Statistische Datenanalyse mit SPSS : eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests, Berlin, Heidelberg [u. a.]: Springer.