



Modulkatalog für den
Bachelor-Studiengang

Internationales Tourismusmanagement

Inhaltsverzeichnis

1. Semester.....	5
Pflichtmodule	5
Grundlagen der BWL im Tourismus	5
Buchführung und Abschlusstechnik	7
Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung	8
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements	9
Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation	10
Fremdsprache Niveau B	12
Wirtschaftsenglisch B.....	12
Wirtschaftsfranzösisch B.....	13
Wirtschaftsspanisch B.....	14
2. Semester.....	15
Pflichtmodule	15
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus	15
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft.....	16
Statistik (englischsprachig)	17
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen	18
Interkulturelles Management II: Bildungssysteme, Management und Arbeitsstile im internationalen Vergleich; Landeskunde (fremdsprachiger Unterricht)	19
Fremdsprache Niveau C	21
Wirtschaftsenglisch C	21
Wirtschaftsfranzösisch C.....	22
Wirtschaftsspanisch C	23
3. und 4. Semester	24
Kompetenzmodule	24
Kompetenzmodul 1: Strategisches Management	24
Kompetenzmodul 2: Betriebswirtschaftliche Basiskompetenzen	26
Kompetenzmodul 3: Softskills 1	29
Kompetenzmodul 4: Softskills 2	31
Kompetenzmodul 5: Methodische Basiskompetenzen	33
Kompetenzmodul 6: Touristisches Umfeld und Tourismuskmärkte	35
Kompetenzmodul 7: Sprachliche Kompetenz/Angewandte Fremdsprache.....	37
Kompetenzmodul 8: Interkulturelle Kompetenz	39
5. Semester.....	41

Studienschwerpunkte	41
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management	41
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus	42
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern	44
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie A: Grundlagen der Hotellerie und Gastronomie / operatives Management	46
Verkehrsträgermanagement A: Grundlagen touristischer Schiffs-, Bahn- und Straßenverkehr	48
Wahlpflichtmodule	49
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien	49
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus	50
IT-Projektseminar	51
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements	53
Stadt- und Regionalmarketing	54
Tourismuspolitik	55
Wirtschaftsfranzösisch A	56
Wirtschaftsspanisch A	57
Wirtschaftsenglisch B	58
Wirtschaftsfranzösisch B	59
Wirtschaftsspanisch B	60
Wirtschaftsenglisch C	61
Wirtschaftsfranzösisch C	62
Wirtschaftsspanisch C	63
Wirtschaftsenglisch D	64
Wirtschaftsfranzösisch D	65
Wirtschaftsspanisch D	66
Pflichtmodule	67
Kosten- und Leistungsrechnung	67
Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik	68
E-Commerce im Tourismus	69
Interkulturelles Management III: Interkulturelle Reflektion, Managementtraining und Umgang mit Konfliktsituationen (englischsprachiger Unterricht)	70
6. Semester	72
Studienschwerpunkte	72
Destination Management B: Destination Development	72
Destination Management C: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management	73
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus	74
Management im Gesundheitstourismus C: Vertiefende Aspekte im Gesundheitstourismus-Management	76

Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements	77
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler C: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern	79
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie B: Strategisches Management und Consulting I	81
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie C: Strategisches Management und Consulting II - Strategien in Hotel- und Gastronomiemärkten	82
Verkehrsträgermanagement B: Management von Flughäfen und Fluggesellschaften	84
Verkehrsträgermanagement C: Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Tourismus	85
Pflichtmodule	86
BWL-Investition und Finanzierung	86
Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft	87
Spezielle Aspekte des Internationalen Tourismusmanagements (englischsprachig)	89
7. Semester.....	91
Praxisphase Tourismuswirtschaft.....	91
Bachelorarbeit und Projekt.....	92

1. Semester

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Grundlagen der BWL im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder mündliche Prüfung		Vorlesung	Prof. J. Berlingen Prof. Dr. I. Behn-Künzel C. Heckeroth
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die BWL und Tourismuswissenschaft einordnen und verstehen. - kennen die Wirtschaftssysteme und Anspruchsgruppen der Unternehmen. - können konstitutive Entscheidungen im Unternehmen interpretieren. - können unternehmerische Entscheidungen für Unternehmenszusammenschlüsse auf dem touristischen Markt nachvollziehen. - erlangen Kenntnisse über Besonderheiten der Produktion und der Organisationsstrukturen von Dienstleistungsunternehmen. - können die besondere Bedeutung des Beschaffungsprozesses für touristische Unternehmen nachvollziehen. - können verschiedene touristische Geschäftsmodelle bewerten. - können den Einfluss verschiedener Managementarten auf ein Unternehmen nachvollziehen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - System der Wissenschaften, reine vs. angewandte Wissenschaften, - ökonomische Prinzipien, - Gütersystematik und Einzelwirtschaften der BWL, - Markt- und Planwirtschaft, - betriebliche Produktionsfaktoren, - Stakeholder der Unternehmung, - Rechtsformen, - Standortwahl, Standortfaktoren, - Attraktionsfaktoren von Tourismusstandorten, - Planungsebenen, - Zielarten und Zieloperationalisierung, Zielbildungsprozess, - Begriffsdimensionen des Tourismus, - touristische Teilmärkte, - Unternehmenskooperationen und –konzentrationen, - Abgrenzung von Dienstleistungen zu Sachgütern, - die touristische Dienstleistung und deren Qualitätsmerkmale, - Besonderheiten des touristischen Produktes, - die touristische Wertschöpfung bzw. Wertschöpfungskette, - Produktionstheorie und Dienstleistungsproduktion, - Beschaffungsmanagement im Dienstleistungskontext, - systematisches Beschwerdemanagement, - Geschäftsmodelle im Tourismus, - Kommunikations- und Organisationsstrukturen in Dienstleistungsunternehmen, 					

- Wandlung von Organisationsstrukturen, Einfluss verschiedener Managementarten auf die Unternehmensführung.

Literatur

Jung, H.; Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13., aktualisierte Auflage 2016, De Gruyter Oldenbourg
Vahs, Schäfer-Kunz, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. überarbeitete Auflage, 2015, Schäfer-Poeschl
Wöhe, Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26., überarbeitete und aktualisierte Auflage 2016, Vahlen

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Buchführung und Abschlusstechnik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement Bank- und Versicherungswirtschaft dual Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h	Vorlesung	Prof. Dr. R. Hauschild	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Stellung der Finanzbuchhaltung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens. - können die Rechtsgrundlagen und Vorgaben der Buchführung anwenden. - können die Arbeitsschritte und den Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz erklären. - beherrschen die Buchungstechnik (Konteneröffnung, laufende Buchungen, Kontenabschluss). - können die laufenden Geschäftsvorfälle der betrieblichen Funktionen buchen. - können erfolgsneutrale und erfolgswirksame Buchungen in der Wirkung einschätzen. - beherrschen Jahresabschlussbuchungen für die Handels- und Steuerbilanz. - können rechtsformabhängige Besonderheiten umsetzen und unterscheiden. - können Erfolgs- und Bestandskonten zu Jahresabschlusspositionen gemäß HGB überleiten. - können die buchungstechnisch abgebildeten Sachverhalte betriebswirtschaftlich beurteilen. 					
Lehrinhalte					
Aufgaben und Gliederung des Rechnungswesens, Finanzbuchhaltung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens, gesetzliche Grundlagen zur Führung von Büchern, Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inventur, Inventar und Bilanz, Buchungstechnik, Trennung privater Geschäftsvorfälle, Umsatzsteuer, Erfassung und Dokumentation laufender Geschäftsvorfälle: Material- und Anlagenwirtschaft, Personal, Produktion, Absatz, Finanzen, Steuern, Technik des Jahresabschlusses mit Blick auf Handels- und Steuerbilanz: Bewertungsprinzip, Abschreibungen, Sammelbewertungsverfahren, Forderungsbewertung, Rechnungsabgrenzungsposten, Rückstellungen, Methoden zur Ermittlung des Periodenerfolgs, rechtsformabhängige Erfolgsverwendung, Überleitung der Konten zu den handelsrechtlichen Jahresabschlusspositionen					
Literatur					
Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Mattner, Gerhard/Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen, Stuttgart. Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin. Endriss, Walter H. (Hrsg.): Bilanzbuchhalter-Handbuch, Herne. Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois P.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. Falterbaum, Hermann/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram/Kirchner, Thomas: Buchführung und Bilanz, Achim. Horschitz, Harald/Groß, Walter/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart. Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Mikroökonomie und Wirtschaftsordnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg Prof. Dr. M. Kirspel Prof. Dr. M. Neumann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können mikroökonomische Modelle skizzieren. - sind in der Lage, ökonomische Zusammenhänge mittels mathematischer Gleichungen zu formulieren. - besitzen Kenntnisse über Wesen und Aufgaben der Volkswirtschaftslehre. - kennen die wesentlichen Begriffe der Wirtschaftswissenschaft und können die Charakteristika der Wirtschaftssysteme Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft sowie der Mischform Soziale Marktwirtschaft unterscheiden. - erfahren eine Einordnung der Mikroökonomik in die Wirtschaftswissenschaft. - erkennen im Rahmen der Nutzentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Haushalte sowie im Rahmen der Produktions- und Kostentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Unternehmungen. - gewinnen durch die Analyse der Marktkoordination ein Bild über die Verschiedenheit der Marktpreisbildung auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten im Polypol, Oligopol und Monopol. 					
Lehrinhalte					
Gegenstand der VWL und Stellung in der Wissenschaft, methodische Grundlagen, zentrale Begriffe der Wirtschaftswissenschaft (Märkte, Preise, Staat, Parafisci), Grundprobleme der Wirtschaftsordnung, die reinen Wirtschaftssysteme (Denkmodelle): Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft und Soziale Marktwirtschaft als Mischform, Gegenstand der mikroökonomischen Theorie, Begriff des Marktes, Abgrenzung der Marktformen, Haushaltstheorie (kardinale und ordinale Nutzentheorie, Nachfragekurven und ihre Aggregation, Elastizitäten, soziale Verhaltensinterdependenzen), Optimierung im mehrdimensionalen Raum, Slutsky-Zerlegung, Haushaltsangebot (Arbeits- und Kapitalangebot), Besonderheiten des Nachfrage- und Angebotsverhaltens öffentlicher Haushalte, Grundlagen der Produktionstheorie, Grundlagen der Kostentheorie, Gleichgewicht auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten (Polypol, Oligopol, Monopol, weitere Konstellationen, Contestable Markets), Spieltheorie, Verhaltensökonomik					
Literatur					
Pindyck / Rubinfeld (2009): Mikroökonomie, 7. Auflage, München Pindyck /Rubinfeld (2008): Microeconomics, 7th international edition, Upper Saddle River Mankiw / Taylor (2012): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Stuttgart Varian (2007): Gründzüge der Mikroökonomie, 7. Auflage, München Wied-Nebbeling / Schott (2007): Grundlagen der Mikroökonomik, Berlin Heidelberg, 4. Auflage					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Grundlagen des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54 96
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1h und EA Die experimentelle Arbeit ist Prüfungsvorleistung, um an der Klausur teilnehmen zu können.	Vorlesung (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. U. Weithöner	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Basis der Informationstechnologie, die in der Digitalisierung der Informationen und ihrer binären Datencodierung liegt. - verstehen die Digitalisierung und Codierung multimedialer Daten und ihren Bezug zur tourismuswirtschaftlichen Nutzung. - kennen die Elemente informationstechnologischer Systeme und Netzwerke und verstehen ihr Zusammenwirken. - erkennen die Grundlagen und Aufgaben eines anwendungsorientierten, tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements auf Basis elektronischer Systeme. - kennen die datenbanktheoretischen Grundlagen sowie die anwendungsorientierten Grundlagen zum Aufbau von Datenbanken und zur datenbankbasierten Software-Entwicklung. - verstehen das Datenbank-Management als Basis tourismuswirtschaftlicher Systeme und sind in der Lage, einfache Datenbank-basierte Systeme selbst zu entwickeln. - beherrschen standardisierte Office-Systeme und können sie sachgerecht für tourismuswirtschaftliche Aufgaben einsetzen. - verstehen die technologische Grundstruktur des Internets als Basis für E-Business-Prozesse. 					
Lehrinhalte					
Aufgaben und Gegenstand des tourismuswirtschaftlichen Informationsmanagements, Daten-Digitalisierung und binäre Codierung von alphanumerischen und multimedialen Informationen, Datenverwaltung und Datenbanken, Grundlagen zu Hardware und Aufbau eines Computers, Systemsoftware und Grundlagen der Software-Entwicklung, Grundlagen zu Netzwerken, Grundlagen der Datenbank-Modellierung, Bedeutung eines Datenbank-Konzeptes bzgl. tourismusbetrieblicher Funktionalität und Nutzung, Technologische Grundstruktur des Internets, Praktischer Teil auf Basis begleitender integrierter Übungen: Betriebssysteme und lokaler Netzwerkbetrieb, Arbeiten mit OFFICE-Programmen und mit Programmen zur Medienbearbeitung, Datenbank-Entwicklung und Grundlagen der Software-Entwicklung am praktischen tourismusbetrieblichen Beispiel					
Literatur					
Skript und optional diverse Basisliteratur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Interkulturelles Management I: Grundlagen und Konzepte der interkulturellen Kommunikation					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h/ Klausur 1h und Hausarbeit/ Klausur und Referat oder Hausarbeit oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges Dr. J. Hausmann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erhalten einen einführenden Überblick über die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements. - kennen verschiedene Kommunikationsstile. - haben die eigene Sensibilität für interkulturelle Themen verstärkt. - verstehen die grundlegenden Konzepte der Interkulturalität und des Kulturtransfers. - haben grundlegende Instrumente und Methoden zum erfolgreichen Aufbau von Beziehungen kennengelernt. - haben sich mit verschiedenen interkulturellen Schlüsselkompetenzen auseinandergesetzt (Kommunikation, Wahrnehmung, Selbstreflexion, Ambiguitätstoleranz, Perspektivenwechsel, Empathie, etc.). - sind für interkulturelle Begegnungs- und Arbeitssituationen sensibilisiert. - haben sich mit dem Thema der Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh) auseinandergesetzt. - haben konstruktive Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen anhand ausgewählter Beispiele kennengelernt. - erhalten Werkzeuge zur Hilfe der Identifikation von kulturell bedingten Anteilen von Konflikten. - können kulturell bedingte Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdreiflexion erkennen und sind dazu befähigt, Ursachen kulturbedingter Missverständnisse zu erkennen und kulturadäquat umzusetzen. 					
Lehrinhalte					
Einführung in die theoretischen und praktischen Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements; Vermittlung grundlegender Konzepte der interkulturellen Kommunikation (Interkulturalität, Kulturtransfer, kulturelle Werte, nonverbale Kommunikation, etc.); Instrumente und Kompetenzen zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen (Kommunikation, Kultur, Regeln und Mechanismen des Fremdverstehens, interkulturelles Management, etc.); Einführung in grundlegende Konzepte zur Handhabung von Konflikten; Vermittlung konstruktiver Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen; Bewältigung interkultureller Akkulturation (Integration und Heimweh), Kommunikations- und Denktunterschiede im internationalen Kontext; Erkennen und kulturadäquates Umsetzen kulturell bedingter Verhaltensweisen durch Selbst- und Fremdreiflexion.					
Literatur					
Lüsebrink, Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, neueste Auflage Hofstede, Geert et. al., Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, neueste Auflage Hartmann, Rainer / Herle, Felix [Hrsg.], Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus: Kommunikation - Kooperation - Kompetenz (Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 17), neueste Auflage					

Gutting, Doris, Interkulturelles Management, Diversity und internationale Kooperation, neueste Auflage
Mayrhofer, Ulrike, Management interculturel - Comprendre et gérer la diversité culturelle, neueste Auflage

Fremdsprache Niveau B

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling H. Paetz P. Remde J. Varban
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen, wie Passiv, konditionales Satzgefüge, indirekte Rede. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und authentischer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion (Erörterung; Geschäftskorrespondenz). - erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung) und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der französischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen, wie Passiv, Konjunktiv, Konstruktionen mit Objektpronomen. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und authentischer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion (Erörterung; Geschäftskorrespondenz). - erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. - N.B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung) und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben grundlegende Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems. - erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Wortschließungstechniken. - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen). - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion und mündlichen Kommunikation. - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen.					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a.					

2. Semester

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte der BWL und Marketing im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung, Übung	J. Freimann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, der Systematik und Methodik im interdisziplinären Zusammenhang. - können Forschungsansätze realisieren. - verstehen die Bedeutung der Reisemotivation. - können den touristischen Angebots- und Nachfragemarkt sowie dessen Bestandteile einordnen. - können praxisrelevante Probleme und Fragestellungen anhand erlernten Methodenwissens und Ableitung zielorientierter Lösungsansätze analysieren. - verstehen die Definition der Marketingziele als Grundlage der Marketingstrategien. - können Marktforschungsergebnisse interpretieren. - verstehen die Notwendigkeit der Kontrolle von Marketingmaßnahmen. - verstehen die ganzheitliche Integration des Marketings in die Unternehmung. 					
Lehrinhalte					
Spezielle Tourismusbetriebswirtschaft: Grundfragen und Erfassungsmethoden des Tourismus; Daten zur Nachfrage nach touristischen Leistungen anhand des Angebotsmarktes im Tourismus; Einordnung der Geschäfts- und Privatreisen; Herleitung der Reisemotivation mit übergreifenden und speziellen Motivationsansätzen sowie psychologischen Ansätzen; Darstellung des Reiseverhaltens; theoretische Grundlagen zur Kaufverhaltensforschung im Tourismus mit Darstellung spezifischer Aspekte des Reiseentscheidungsprozesses; soziokulturelle, ökologische und ökonomische Bedeutung und Effekte des Tourismus; Grundlagen der Tourismuspolitik					
Marketing im Tourismus: Grundlagen des Tourismusmarketings; Verankerung des Marketings in der Unternehmung; Marktforschung als Grundlage des Marketing-Management-Prozesses; Methoden der strategischen Situationsanalyse; Ansätze zum Zielplanungsprozess; Darstellung strategischer Ansätze; Übersicht über die Instrumente des Marketing-Mix; Grundlagen der Mediaplanung; Marketingkontrolle					
Literatur					
Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, Reihe Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit, hrsg. v. W. Freyer, München: Oldenbourg. Mundt, J.W.: Tourismus, München: Oldenbourg. Meffert/Burmann et.al. Marketing, Gabler. Freyer, Tourismusmarketing, Oldenbourg.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts in der Tourismuswirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. J. Berndt Prof. M. Herrmann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Bedeutung und Funktion des Rechts für das Wirtschaftsleben. - kennen rechtliche Grundbegriffe und rechtsgeschäftliche Grundlagen. - kennen Grundzüge des Kaufvertragsrechts, des Reisevertragsrechts, des Rechts der unerlaubten Handlungen und des Sachenrechts. - kennen Grundbegriffe des Handelsrechts. - erkennen rechtliche Probleme und Zusammenhänge. - können juristische Arbeits- und Denkmethoden anwenden. - können wirtschaftlich und rechtlich sachgerechte Lösungen eigenständig entwickeln. - können exemplarisch gewonnenes Wissen auf fremde Rechtsgebiete übertragen. 					
Lehrinhalte					
Privatrecht in der Rechtsordnung; Rechtliche Grundbegriffe: Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Rechtsgeschäfte, Privatautonomie; Rechtsgeschäftliche Grundlagen: Vertragsschluss, Abstraktionsprinzip, Nichtigkeitsgründe, Anfechtung von Willenserklärungen, Verjährung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Verbraucherschutz, Stellvertretung; Leistungsstörungen im vertraglichen Schuldverhältnis; Kaufvertrag; Reisevertrag; Übersicht zum Sachenrecht; Unerlaubte Handlungen; Handelsrecht: Kaufleute, Handelsregister, Handelsfirma, Handlungsgehilfen und Handelsvertreter; Anspruchsmethode im Wirtschaftsprivatrecht, Fallbearbeitung im Gutachtenstil					
Literatur					
Lehrbücher, jeweils in aktueller Auflage, alternativ: Führich: Wirtschaftsprivatrecht Mehrings: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts Führich: Basiswissen Reiserecht Weiterführende Literatur: Aktuelle Hinweise in den Lehrveranstaltungen.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Statistik (englischsprachig)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung, Gruppenarbeit, Kurzpräsentation durch die Studierenden, Gastvorträge	Prof. Dr. C. Goodfellow
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können Datensätze deskriptiv auswerten, insbes. Grafiken erstellen und geeignete Kennzahlen berechnen. - können Zeitreihendaten deskriptiv untersuchen. - können Wahrscheinlichkeiten berechnen. - kennen stochastische Unabhängigkeit und bedingte Wahrscheinlichkeiten. - kennen die wichtigsten diskreten und stetigen Verteilungen und können damit Wahrscheinlichkeiten ermitteln. 					
Lehrinhalte					
Grundlegende Begriffe und Definitionen, charakteristische Grafiken und Kennzahlen, Wachstumsraten von Zeitreihendaten, Eigenschaften von und Rechenregeln für Wahrscheinlichkeiten, stochastische Unabhängigkeit und bedingte Wahrscheinlichkeiten, Binomial-, Normal-, Poissonverteilung mit ihren Parametern und Eigenschaften					
Literatur					
Barrow, Michael, Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, aktuelle Auflage. Auer, Benjamin und Horst Rottmann, Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Wiesbaden, aktuelle Auflage. Zucchini, Walter, Andreas Schlegel, Oleg Nenadic und Stefan Sperlich, Statistik für Bachelor- und Masterstudenten, Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Springer Berlin Heidelberg, aktuelle Auflage.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Geographische Aspekte und Attraktionsfaktoren bedeutender Tourismus-Destinationen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	U. Moritz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über topografische Kenntnisse und regionale und globale Raumvorstellungen. - können die zur Untersuchung und Beurteilung von Tourismusgebieten notwendigen Informationen beschaffen, auswerten und darstellen. - können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Wechselwirkungen zwischen touristischer Nachfrage und touristischem Angebot in typischen Touristenregionen erläutern und erkennen die besondere Bedeutung der Eignung von Destinationen für unterschiedliche Zielgruppen. - können umfassende Informationen zur Reiseplanung und Reisedurchführung für die wichtigsten Tourismusgebiete Deutschlands, Europas und einiger wichtiger Destinationen weltweit geben. - erkennen die Eignung touristischer Destinationen für Themenreisen. - erlernen die Planung von Rundreisen unter Einbeziehung verschiedener Sehenswürdigkeiten. - kennen wichtige touristische Zugverbindungen. - erkennen die Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“. - sind sich der negativen Auswirkungen des Massentourismus bewusst. 					
Lehrinhalte					
Allgemeine Informationen: Naturräumliche Gliederung der Erde, Naturphänomen- und Katastrophentourismus, Klima- und Zeitzonen der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen am Beispiel „Welterbe“, Visa-, Impf- und Ausweispflicht, Reisewarnungen, Touristisch vermarktete Fernstraßen und Bahnverbindungen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten. Länder- und regionspezifische Inhalte: Deutschland, Österreich und Schweiz, Nord- und Westeuropa, ausgewählte Länder in Osteuropa, Urlaubsgebiete im Mittelmeerraum, Fernreiseziele unter Berücksichtigung wichtiger stop-over-Destinationen.					
Literatur					
Verschiedene Autoren: Lonely Planet Reiseführer „Die Welt: Ein Reiseführer für alle Länder dieser Erde“, Ostfildern, Mairdumont (2017) Diverse länderbezogene Reiseführer					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Interkulturelles Management II: Bildungssysteme, Management und Arbeitsstile im internationalen Vergleich; Landeskunde (fremdsprachiger Unterricht)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1h und Referat oder Hausarbeit oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges C. Latour NN
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		fortgeschrittene Kenntnisse der Amtssprache des gewählten Partnerlandes (gemäß Zulassungsordnung)			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben grundlegende Kenntnisse über die historische und aktuelle Politik und Wirtschaft des Partnerlandes erlangt. - sind mit den wesentlichen Aspekten der Landeskultur und Geschichte sowie der gesellschaftlichen und sozialen Hintergründe des Partnerlandes vertraut und werden durch den gezielten Erwerb von landesbezogenem Wissen zu kompetentem Handeln befähigt. - erfahren Zahlen und Fakten zur weltweiten Nutzung der Landessprache des Partnerlandes, inklusive ihrer geographischen Verteilung, und diskutieren und reflektieren deren Bedeutung. - haben sich mit der Beziehung zwischen Heimat- und Gastland im historischen Kontext befasst (Deutschlandbild in Ausland – Partnerlandbild in Deutschland) und sich in diesem Zusammenhang mit den Themenbereichen der kulturellen Identität, der Gemeinsamkeiten und Unterschiede/Kulturspezifika (kulturelle Kommunikations- und Denkkunterschiede im internationalen Kontext) sowie der Stereotypen und Vorurteile auseinandergesetzt. - lernen die Bedeutung von Kulturdimensionen und Kulturstandards, von kulturell bedingten Filtern und Akkulturation kennen und bereiten sich mittels Kulturschockmodellen auf einen möglichen Kulturschock während der Auslandsphase vor. - analysieren typische Konfliktsituationen bei Auslandseinsätzen und lernen Lösungsansätze kennen. - haben Kenntnisse der Bildungssysteme beider Länder mit ihren spezifischen Gemeinsamkeiten und Unterschieden, insbesondere während der Hochschulausbildung, zum besseren Verständnis der jeweiligen Management- und Arbeitsstile erlangt. - haben ihre Handlungskompetenz für das Leben und Studieren in und die Zusammenarbeit mit dem Partnerland gestärkt und erweitert. - haben ihre Kenntnisse zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen vertieft. - haben die im ersten Semester erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements erweitert und vertieft. 					
Lehrinhalte					
<p>Die Lehrveranstaltung bezieht sich in den Teilen ihrer spezifischen Ausrichtung jeweils auf das von den Studierenden für das anstehende Auslandsstudienjahr gewählte Partnerland und wird in der Amtssprache des jeweiligen Partnerlandes unterrichtet. Lehrinhalte sind: Historische und aktuelle Politik und Wirtschaft des Partnerlandes; Landeskultur, Landes- und Regionalgeschichte sowie gesellschaftliche und soziale Hintergründe, Informationen über Politik, Geographie, Infrastruktur, Ökologie, Alltag, etc. des Partnerlandes (interkulturelles Hintergrundwissen und länderspezifische Kenntnisse als unverzichtbare Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperation und bewusste Gestaltung</p>					

von Begegnungen im transkulturellen Kontext); das Deutschlandbild im Ausland – das Bild anderer Länder in Deutschland im historischen Kontext; kulturelle Identität, Kulturdimensionen und Kulturstandards, kulturell bedingte Filter und Akkulturation, Stereotypen und Vorurteile, Kulturschockmodelle; Analyse und Lösung von Konfliktsituationen sowie erste Einführung zum Thema Kritik; Vergleichende Analyse der Bildungssysteme in Deutschland und im Partnerland; Vertiefung der im ersten Semester erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements

Literatur

- Beniers, Cornelius J.M., Managerwissen kompakt: Interkulturelle Kommunikation, aktuellste Auflage
Demirovic, Alex, Modelle kritischer Gesellschaftstheorie. Traditionen und Perspektiven der Kritischen Theorie, aktuellste Auflage
Glasl, Friedrich, Konfliktmanagement, Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, aktuellste Auflage
Hepp, Andreas, Transkulturelle Kommunikation, aktuellste Auflage
Heringer, H., Interkulturelle Kommunikation, aktuellste Auflage
Jarren, Otfried / Donges, Patrick, Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft, aktuellste Auflage
Lautner, Priska, Interkulturelle Kommunikation – Definitionen, Konzepte, Trainings, aktuellste Auflage
Lay, Franziska, Die deutsch-französischen Beziehungen zwischen 1870 und 1945 im Spiegel zeitgenössischer Literatur, Deutsch-Französisches Institut Ludwigsburg, aktuellste Auflage
Mayer, Claude-Hélène, Trainingshandbuch Interkulturelle Mediation und Konfliktlösung, aktuellste Auflage
Müller, Helmut M., Deutsche Geschichte in Schlaglichtern, Brockhaus, aktuellste Auflage
Rudolf, Hans Ulrich / Oswald, Vadim: Taschen Atlas Deutsche Geschichte, aktuellste Auflage
Scheitza, A., Kulturelle Unterschiede im Arbeitsleben, Service-Agentur des Hochschulverbundes Distance Learning, aktuellste Auflage
Sültemeyer, Eckhard (o.J.): Der konstruktive Umgang mit Kritik und mit Konflikten und gewaltfreie, wertschätzende Kommunikation. <http://www.eckhard-sueltemeyer.de/downloads/konfliktmanagement.pdf>
Thomas, A. / Hößler, U., Interkulturelle Qualifizierung an den Regensburger Hochschulen: Das Zusatzstudium Internationale Handlungskompetenz, *Interculture Journal*, 6 (3), 73-95. Verfügbar unter: http://www.interculturejournal.com/download/issues/2007_03.pdf
Thomas, Alexander, Kultur und Kulturstandards. In: Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, 2015, S. 19-31

Fremdsprache Niveau C

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismuswirtschaft		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	G. Bürling H. Paetz P. Remde J. Varban
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihre Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem mit Hinblick auf sprachregisteradäquate Anwendung der einzelnen grammatischen Phänomene. - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven und produktiven Sprachgebrauch (Präsentationen, Essay-Schreiben) ausgehend von anspruchsvollen authentischen Texten. - vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftskorrespondenz. - erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 / C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Umweltaspekten sowie Geschäftsfällen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien).					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - üben und vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen wie Gebrauch der Präpositionen, Infinitivkonstruktionen. - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer Texte) und produktiven (Verfassung von Texten, Präsentationen) Sprachgebrauch. - vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftskorrespondenz. - erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 /C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen wie der Zeitenfolge Indicativo/Subjuntivo, Adverbiale Nebensätze. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und komplexerer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2a des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Einführungstexten zu Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft.					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a					

3. und 4. Semester

Kompetenzmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 1: Strategisches Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - werden anhand eines einführenden Überblick mit den theoretischen und praktischen Grundlagen des strategischen Managements vertraut gemacht. - erhalten grundlegende Einblicke in die Konzepte, die Prozesse (insbesondere Zielplanung, Analyse, Prognose, Formulierung, Implementierung und Kontrolle) und die Instrumente des strategischen Managements. - werden angeleitet, die Situation eines Unternehmens zu analysieren, Strategieoptionen zu erarbeiten, eine geeignete Strategie auszuwählen, strategische Ziele abzuleiten, diese zu operationalisieren, für die Umsetzung notwendige Maßnahmen und Budgets zu bestimmen und diese adäquat an die Organisationsmitglieder zu kommunizieren. - lernen, mit welchem Produkt oder Angebot welcher Markt bzw. welche Marktfelder bedient werden. - können die Auswirkungen verschiedener Vorgehensweisen auf die Performance einschätzen. - können eine einfache finanzielle Überprüfung durchführen und die Rentabilität von Strategien überprüfen. - sind in der Lage, verschiedene Möglichkeiten der Strategieentwicklung einzuschätzen. - können Zielgruppen bestimmen und auswählen; sind in der Lage, das Potential einer Kundengruppe einzuschätzen und können in einem internationalen Kontext Kunden akquirieren. - sind in der Lage, eine strategische Handelskommunikation umzusetzen und durchzuführen. - werden insbesondere mittels Fallstudien mit den Teilbereichen Strategieentwicklung, -implementierung und -review vertraut gemacht. 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse der Unternehmenssituation und Diskussion der vier Bausteine zur Erreichung der Unternehmensziele: Marktfeldstrategie, Marktpulsstrategie, Marktsegmentierungsstrategie, Marktgebietsstrategie, 					

<ul style="list-style-type: none"> - strategisches Vorgehen, SWOT-Analyse, Portfoliotechniken, Diversifikation vs. Spezialisierung, Wachstum, Produktlebenszyklus, Wertschöpfungskette, Unternehmensstrategie und Nachhaltige Entwicklung, strategische Preispolitik, - Techniken der Strategieentwicklung, Strategieimplementierung und Strategiereview, - Strategien zur Qualitätssicherung, <p>Umsetzung der in den Kursen erworbenen Managementkompetenzen, Schaffung klarer Arbeitsverteilung und Zuständigkeitsbereiche, Analyse verschiedener Lösungsmöglichkeiten, Umsetzung der ausgewählten Lösungsmöglichkeit, Verfassen eines Abschlussberichts, mündliche Präsentation des Projekts, Marketingstrategieentwicklung, Kundenakquise und -bindung, Promotion, Verkaufsstrategien.</p>
Literatur
Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 2: Betriebswirtschaftliche Basiskompetenzen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden erreichen, je nach Fokussierung der möglichen inhaltlichen Schwerpunkte an der Partnerhochschule innerhalb des Kompetenzfeldes, nachfolgend genannte Qualifikationsziele. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind mit den Zusammenhängen zwischen Warenhandel und Logistik vertraut. - wissen um die unterschiedlichen Formen der logistischen Kette. - beherrschen die Lösung unterschiedlicher logistischer Problemstellungen und –herausforderungen. - erwerben grundlegende und/oder weiterführende Kenntnisse der Personalführung im Hinblick auf <ul style="list-style-type: none"> o das Verhältnis und die Interaktion verschiedener institutioneller Teilbereiche sowie die Grundlagen in der für Unternehmen relevanten Sozialpsychologie, o die Techniken interpersoneller Kommunikation und Motivation und ihre Anwendung, o die Befähigung, mit Konflikten im Zusammenhang mit organisatorischen Umstrukturierungen umzugehen. - erlangen die Fähigkeit, gesetzliche Arbeitsbestimmungen zu beachten und verstehen die aktuellen sozialökonomischen Probleme von Arbeitsbeziehungen. - kennen, verstehen und beachten die Faktoren, welche sich auf die Erfüllung des Arbeitsvertrags auswirken. - erlangen Kenntnisse über die wichtigsten Grundsätze der persönlichen und gemeinschaftlichen Arbeitsbeziehungen im Unternehmen. - erlangen die Fähigkeit, ein Vertriebsteam zusammenzustellen und kennen die Komplexität der Organisationsstrukturierung. - intensivieren die Kenntnisse der Marketing- und Informationsmanagementtechniken wie z. B. <ul style="list-style-type: none"> o Verständnis um die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnik, o Beherrschung verschiedener Methoden des Web-Marketing, o Integration des E-Commerce in ein Multichannel-Marketing, o Verständnis um die verschiedenen Modeltypen von Online-Marktplätzen, o Beherrschung der zentralen Methoden des Verkaufs- und Qualitätsmanagements, o Verständnis um und Durchführung von Einkaufsprozessen im Unternehmen, o Befähigung, die Qualitätsüberprüfung einzuschätzen und zu übernehmen. - entwickeln Unternehmergeist: Identifizierung von Marktchancen, neue Geschäftsideen, autonomes Handeln, Risikoeinschätzung, Vorausschauendes Denken und Teamwork. - erarbeiten ein Unternehmenskonzept. - sind in der Lage, die Risiken von Bindungen bzw. Verpflichtungen im Zusammenhang mit einem 					

Geschäftsvorgang zu erkennen und einzuschätzen.

- kennen die Stellung der Finanzbuchhaltung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens.
- können die Arbeitsschritte und den Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz erklären.
- beherrschen die Buchungstechnik (Konteneröffnung, laufende Buchungen, Kontenabschluss).
- können die buchungstechnisch abgebildeten Sachverhalte betriebswirtschaftlich beurteilen.
- kennen die Grundbegriffe und intensivieren die anwendungsorientierten Kenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung z. B. im Hinblick auf
 - o die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung beschreiben,
 - o die Definition und Einrichtung von Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträgern,
 - o die Beherrschung von Verrechnung der Gemeinkosten im BAB,
 - o die Beherrschung der Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung,
 - o die Beherrschung der Grundformen der Betriebsergebnisrechnung,
 - o die Darstellung von verrechnungstechnischen Zusammenhängen im Rechnungswesen.
- verfügen über Kenntnisse der Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte.
- kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und Finanzierungsformen.
- sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen.
- können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen.
- verfügen über Kenntnisse von Finanzplanungstechniken.

Lehrinhalte

Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:

- Marketing- und Verkaufstechniken, Personalwesen, Rechnungswesen, Finanzwesen,
- Bilanzen und Cashflow-Management; bilanzielles Gleichgewicht; Haushaltsplan; Erarbeitung eines Wirtschaftsplans; Einbindung haushaltspolitischer Praxis in kommerzielle Aktivitäten; Erstellung und Verarbeitung zusammenfassender Unterlagen; Geschäftspraktiken und ihre möglichen Auswirkungen auf das Unternehmen,
- Inhalt, Struktur und Nutzung einer Kundendatenbank (Datenblätter, Datenerfassung, Scoring); Einführung eines Customer-Relationship-Managements (Ziele, Zielgruppe und Methode); Wirksamkeitsüberprüfung einer Kampagne; Methoden zur Kundenbindung,
- Elemente und Kriterien zur Durchführung eines Verhandlungsgesprächs, Verhandlungen im Sektor Dienstleistungen und in der Industrie,
- Kosten der Logistik, Supply-chain Management, Zwischenlagerung, Management von Lager und Beschaffung; Management des Informationsflusses, Produktionslogistik: Planung, Warenströme, Lean Manufacturing; E-Commerce und Logistik
- Bedeutung des Einkaufs, Einkaufsprozesse, soziale und ökologische Verantwortung, Bedarfsanalysen durchführen, Wahl von Zulieferern und Lieferanten, Kompetenzverteilung, Preisverhandlungen, Verhandlung von Zahlungsbedingungen, Verkaufsverträge, Qualitätssicherung und Zertifizierung, Verwaltung von Preisen und Konditionen, Nachhaltigkeit,
- Bedeutung des E-Marketing im Betrieb, verschiedene Business-Modelle Werbemaßnahmen für Internetseiten, Budgetplanung, Analyse des Kundenverhaltens, Kundenbindung,
- von der Idee zum Geschäftsmodell, Akteure in der Existenzgründung, Potenzial- und Marktanalyse, Businessplan, Rechtsform von Unternehmen,
- Erstellung und Verwaltung von Datenbanken; Entwurfsmethoden für Datenbanken; Onlinestellung von Daten und Informationen und dazugehörige Tools,
- Produkt- und Preispolitik, Distribution und Performance im internationalen Kontext, Märkte und Export, Transport im internationalen Handel, Finanzierung und Wechselkurse, Zollbestimmungen,
- Arbeitsweise von Organisationen und Betrieben; Grundlagen des Teamverhaltens am Arbeitsplatz; Techniken interpersoneller Kommunikation; Individuen und Gruppen innerhalb der Organisation/des Betriebs; Machtstrukturen und verschiedene Akteure; Motivation und Jobsatisfaction, Gruppenkohäsion und Führung, Normen und Verhalten in Organisationen, Gruppen- und Einzelkonflikte, Change-Management,
- Analyse des Arbeits- bzw. Ausbildungsmarktes; Analyse von Stellenangeboten; Werkzeuge, die in diesem Zusammenhang von Bedeutung sind; Gastvorträge dazu mit Vertretern der Wirtschaft,
- Aufgaben und Gliederung des Rechnungswesens, Finanzbuchhaltung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens, Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens, Erfassung und Dokumentation laufender Geschäftsvorfälle, Technik des Jahresabschlusses mit Blick auf Handels- und Steuerbilanz, Methoden zur Ermittlung des Periodenerfolgs,
- Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kalkulation (z. B. Divisions-,

Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation), Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen, - Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns, Investitionsbegriff, Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung, Finanzierungsarten und –formen, Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen, Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt), Grundzüge der Finanzplanung.
Literatur
Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 3: Softskills 1					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen grundlegende Kommunikationsmodelle und den sinnvollen Aufbau eines Beratungsgesprächs (Beratungsprozess). - haben die wichtigsten Gesprächs- und Verhandlungstechniken vertieft. - beherrschen das fachspezifische Vokabular in berufsbezogenen Situationen. - vertiefen ihr mündliches und schriftliches Textverständnis berufsbezogener Dokumente. - vertiefen ihre Kommunikationskompetenz schriftlich und mündlich. - vertiefen ihre Kompetenzen in mündlichen Präsentationen. - können Techniken verkaufsfördernder Maßnahmen anwenden. - können ihr Wissen über Kommunikationsmodelle und Beratungsgespräche in eigenen Gesprächen kundenorientiert umsetzen. - kennen die Instrumente der Kommunikation (Sprache, Körpersprache, haptische Verkaufshilfen). - kennen die Möglichkeiten der Körpersprache und können körpersprachliche Signale einordnen. - kennen verschiedene Kommunikationstypen und können sich selbst und andere einschätzen. - können in verschiedenen betrieblichen Alltagssituationen kommunizieren und kennen die heute gültigen Umgangsformen. - können Ihr Wissen über die schriftlichen Ausdrucksmöglichkeiten in verschiedenen Formen des konventionellen und des elektronischen Schriftverkehrs im Unternehmen wirkungsvoll einsetzen. - haben Kenntnisse über die Kommunikation zwischen Führungskräften und deren Mitarbeitern in verschiedenen Gesprächssituationen. - kennen die Bedeutung der Führungskräfte in Veränderungsprozessen. - können ihr Wissen in Teambesprechungen anwenden und kennen Instrumente zur Teamentwicklung. - können Ihr Wissen in ihren eigenen Bewerbungsgesprächen anwenden. 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verhandlungs- und Präsentationstechniken, - allgemeines Methoden- und Rhetoriktraining, - Berufsspezifische Kommunikationssituationen: Unternehmenspräsentation, Wirtschaftskommunikation, Lebenslauf, Motivationsschreiben, Vorstellungsgespräche, 					

<p>telefonische Abwicklung berufsbezogener Gespräche, Videokonferenzen, Verhandlungen im internationalen Kontext, Erstellung berufsbezogener Dokumente, Meetings leiten und in der Fremdsprache intervenieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erstellen von Graphiken, Prospekten, Broschüren, Werbespots, Presseberichten, Anlegen von Sponsorenakten, etc.; Erarbeitung eines Handelskommunikationsplans; Instrumente kaufmännischer Teambetreuung; Analyse und Auswertung der Kampagne elektronische Kommunikationsformen - Kommerzieller Verkauf, Geschäftsvorgänge und die damit verbundenen Risiken, Streitsachen und Konflikte - Selbstverständnis des Beraters, Kommunikation und Rhetorik im Verkauf, Kommunikationsmodelle, Aufbau von Kundenberatungsgesprächen, Bedeutung der Körpersprache, Verhalten in verschiedenen Alltagssituationen, als zukünftige Führungskraft mitarbeiterorientiert kommunizieren, Kommunikation im Team, sich in Vorstellungsgesprächen wirkungsvoll präsentieren.
<p>Literatur</p> <p>Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.</p>

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
<p>Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.</p>			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 4: Softskills 2					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung, Praktikum, Projekt	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ihre persönlichen und sozialen Kompetenzen weiter: Teamarbeit, autonomes Arbeiten, Initiative ergreifen etc. - entwickeln ihre interdisziplinären Arbeitsweisen weiter und sind in der Lage, zielorientiert zu arbeiten. - haben gelernt, eine Aufgabe oder Studie unter Berücksichtigung der zeitlichen Vorgaben durchzuführen. - führen im Team ein berufsbezogenes Projekt durch. - wenden ihre im Studium erlernten theoretischen Kenntnisse in Simulationen im Rahmen berufsvorbereitender Veranstaltungen/Projekte bzw. in einem praktischen Umfeld an. - entwickeln ihre Sozialkompetenzen in der Zusammenarbeit mit anderen Studierenden: Autonomie, Initiative, Teamfähigkeit etc. - entwickeln ihre Fähigkeit, verschiedene Lösungsmöglichkeiten abzuwägen. - werden für die Beschränkungen im wirtschaftlichen Kontext sensibilisiert. - haben verschiedene Techniken zur Stellensuche kennengelernt und beherrschen die nötigen Methoden und das Wissen, um sich zu bewerben. - haben in Rollenspielen und Simulationen trainiert. - können Bewerbungsunterlagen einschätzen und sind auf Einstellungsgespräche vorbereitet worden. - haben erlernt, die Arbeits- bzw. Ausbildungsangebote zu ermitteln, die für ihre weitere Karriere relevant sind. - können argumentativ ihre Studienwahl begründen und darauf aufbauend weiterentwickeln. - können die wichtigsten berufsbezogenen Schriftstücke formulieren. - können parallel erworbene modulbezogene Kenntnisse und Fähigkeiten in der finanzwirtschaftlichen Praxis anwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung ausbauen. 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisationstechniken, - Berufsvorbereitende Seminare/Arbeitswelten, 					

<ul style="list-style-type: none"> - Praxisprojekte, - Verfassen von Protokollen und/oder eines Praktikumsberichts, - Erstellung einer Bewerbungsmappe und/oder grundlegender berufsbezogener Schriftstücke, - Entwicklung schriftlicher und mündlicher Kommunikationskompetenzen im beruflichen Umfeld, - Praxiseinsatz im jeweiligen Partnerunternehmen: exemplarische Einführung in Erfahrungs- und Handlungsfelder, die im Hinblick auf die angestrebte berufliche Qualifikation relevant sind. Die Studierenden sollen ihr Arbeits(um)feld als Gegenstand und Kontext wissenschaftlicher Reflektion begreifen und dieses nutzen, um verwendete Arbeitskonzepte und bestehende Prozesse auf Basis ihres wissenschaftlichen Wissens hinsichtlich Richtigkeit und situationsbedingter Angemessenheit kritisch zu reflektieren.
Literatur
Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 5: Methodische Basiskompetenzen					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind mit den Gesetzen der Wahrscheinlichkeitsrechnung vertraut. - können Risiken berechnen und testen sowie Hypothesen aufstellen. - sind dazu befähigt, diese in für Handelsstudium und Forschung klassischen Situationen zu erproben. - sind in der Lage, die Werkzeuge des Zeitmanagements einzusetzen. - haben einen Überblick über das Wirtschaftsgeschehen und die Wirtschaftsstruktur und sind in der Lage, aktuelle wirtschaftliche Probleme kritisch zu reflektieren. - kennen die Grundlagen und Theorien wissenschaftlichen Arbeitens und Handelns. - verfügen über Methodenkompetenzen zur Beschaffung, Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen sowie zur empirischen Sozialforschung. - können wissenschaftliche Arbeits- und Präsentationstechniken anwenden. - können eine Fragestellung aus einem vorgegebenen Fachgebiet zielgerichtet und systematisch entwickeln, bearbeiten und in angemessener schriftlicher Form darlegen. - wenden die vorgegebenen Techniken in der Gruppe an und können die Ergebnisse in geeigneter Weise präsentieren. - können allgemeine ökonomische Prinzipien erkennen und erläutern und Kosten-Nutzen-Kalküle auf unterschiedlichste Problemstellungen anwenden. - können Möglichkeiten und Grenzen rationaler Entscheidungen sowie ökonomische Interdependenzen und Zielkonflikte einschätzen. - erkennen, wie wirtschaftliche Anreize das menschliche Verhalten beeinflussen. - können die Funktionsweise von Märkten beschreiben und eine kritische Position zur Funktionsfähigkeit von Märkten und zu staatlichen Marktinterventionen einnehmen. - sind in der Lage, komplexe gesamtwirtschaftliche Interdependenzen zu durchschauen. - können makroökonomische Rahmenbedingungen in betriebswirtschaftliche Entscheidungen einbeziehen. - sind in der Lage, zu aktuellen wirtschaftspolitischen Kontroversen begründete Positionen zu entwickeln und eigenständig zu vertreten. 					
Lehrinhalte					
Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:					

<ul style="list-style-type: none"> - Komplexität der Wirtschaftsbeziehungen und solides volkswirtschaftliches Basiswissen zur Entscheidungsverantwortung in wirtschaftspolitischen Diskussionen, um eine fundierte eigenständige Position vertreten zu können, - Analyse der Volkswirtschaftslehre als Zusammenfassung von Einzelwirtschaften, - Vorbereitung auf pragmatisches wirtschaftspolitisches Agieren, - mathematische und statistische Methoden, volkswirtschaftliche Methoden, wissenschaftliches Arbeiten, - Reflexion wichtiger volkswirtschaftlicher Problematiken (Wirtschaftskrisen, Finanzkrisen, Arbeitslosigkeit); Vermittlung der wichtigsten volkswirtschaftlichen Grundlagen und Debatten; ökonomische Dynamik, Wachstum, nachhaltige Entwicklung, internationaler Austausch und ökonomische Theorien zum internationalen Austausch, internationale Währungssysteme, - Gesetze der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Stichproben, Schätzungen, Hypothesen aufstellen und testen; Unabhängigkeitstest, - Arbeitsvertrag, wichtigste Grundsätze der persönlichen und gemeinschaftlichen Arbeitsbeziehungen im Unternehmen, sozialökonomische Probleme von Arbeitsbeziehungen, - Organisationsstrukturen, Funktionsweise eines Sales-Teams, Zeitmanagement, Managementprinzipien, Phasen der Personalbeschaffung, Entlohnung, - ethische Grundlagen wissenschaftlichen Handelns, - wissenschaftliches Arbeiten, Zeitplanung, Themenfindung, Themenformulierung, Themenabgrenzung, Informationsbeschaffung, Informationsauswahl, Informationsbearbeitung, Lese- und Dokumentationsmethoden, Zitiertechniken, Besonderheiten wissenschaftlicher Formulierungen, Formalien und Aufbau, Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit, Präsentationsgestaltung, Wissenschaftstheorien, Methoden der empirischen Sozialforschung.
<p>Literatur</p> <p>Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.</p>

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
<p>Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.</p>			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 6: Touristisches Umfeld und Tourismusmärkte					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen bereits erworbene Kenntnisse im Bezug z. B. auf das regionale Tourismusumfeld. - müssen verschiedene im Lauf des Semesters erworbene tourismusbezogene Kompetenzen miteinander verbinden. - erlangen Verständnis dafür, auf welche Weise verschiedene Teile eines Tourismusunternehmens im Partnerland zusammenarbeiten. - arbeiten im Team bezüglich der Informationssammlung, -analyse und der Entscheidungsfindung. - erweitern ihre topografischen Kenntnisse und regionale sowie globale Raumvorstellungen. - beherrschen verschiedene Techniken zur Informationsbeschaffung und -auswertung zur Beurteilung von internationalen und regionalen Tourismusgebieten. - können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Wechselwirkungen zwischen touristischer Nachfrage und touristischem Angebot in typischen Touristenregionen beschreiben. - erkennen die besondere Bedeutung der Eignung von Destinationen für die Angebotskonzeption für unterschiedliche (internationale) Zielgruppen. 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vertiefende Informationen u. a. zur naturräumlichen Gliederung der Erde, Bedeutung von Auszeichnungen für Destinationen, Eignung der Zielgebiete für bestimmte Zielgruppen, Reisearten und Reisezeiten, - länder- und regionsspezifische Inhalte in Bezug auf das Land der jeweiligen Partnerhochschule, - Techniken des internationalen touristischen Vertriebs, - ausländische Märkte und Geographie des Tourismus, - Fallstudie zur Gestaltung eines touristischen Konzepts, - Teamarbeit, welche dazu dient, die theoretischen Kenntnisse anzuwenden und sinnvoll miteinander im Hinblick auf tourismuswirtschaftliche Projekte zu verbinden, z. B. <ul style="list-style-type: none"> o Verhandlungssimulation, o Unternehmensplanspiel, o Werbekampagne, o Exkursionen, - Teilnahme an Forschungsseminaren. 					

Literatur

Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.
--

Lehrveranstaltungen			
----------------------------	--	--	--

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
-------------------	------------------------------------	------------	---------------------

Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.
--

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 7: Sprachliche Kompetenz/Angewandte Fremdsprache					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - verbessern die schriftliche und mündliche Kommunikation in der Fremdsprache auf professioneller Ebene. - sind in der Lage, eine mündliche Präsentation in der Fremdsprache zu erstellen. - können Schriftverkehr in der Fremdsprache auf professioneller Ebene führen. - erhalten grundlegende Kenntnisse der Grammatik der gewählten Fremdsprache, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems. - erhalten Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Wortschließungstechniken. - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen) in der Fremdsprache. - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz). 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte in der jeweiligen Fremdsprache vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - berufsspezifische Kommunikationssituationen: Unternehmenspräsentation, Wirtschaftskommunikation, Lebenslauf, Motivationsschreiben, Vorstellungsgespräche, telefonische Abwicklung berufsbezogener Gespräche, Videokonferenzen, Verhandlungen im internationalen Kontext, Erstellung berufsbezogener Dokumente, Meetings leiten und in der Fremdsprache intervenieren, - die behandelten Texte können hierbei auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz basieren. 					
Literatur					
Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.					

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.			

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kompetenzmodul 8: Interkulturelle Kompetenz					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3/4	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	7,5	6
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					80h 145h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Internationales Tourismusmanagement		Siehe Lehrveranstaltungsübersicht der Partnerhochschule. Die für das jeweilige Semester geltenden Prüfungsformen sowie die Gewichtung der einzelnen Prüfungsteile werden den Studierenden von den Dozenten spätestens zu Semesterbeginn bekannt gegeben.	Vorlesung, Seminar, Übung	Jeweils zuständige(r) Modulverantwortliche(r) der Partnerhochschule.	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Qualifikationsziele umfassen unter Fokussierung auf alternativ mögliche inhaltliche Schwerpunkte an der Partnerhochschule die nachfolgenden genannten Aspekte. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind mit erweiterten Kenntnissen über die kulturellen Besonderheiten, historische und aktuelle Politik und Wirtschaft des Partnerlandes vertraut. - vertiefen ihre Kenntnisse der wesentlichen Aspekte der Landeskultur des Partnerlandes und werden durch den gezielten Erwerb und die Umsetzung von landesbezogenem Wissen zu kompetentem Handeln befähigt. - haben sich mit der Beziehung zwischen Heimat- und Gastland im historischen Kontext befasst und sich in diesem Zusammenhang mit den Kulturspezifika auseinandergesetzt. - analysieren typische Konfliktsituationen im Partnerland und lernen spezifische Lösungsansätze kennen. - haben vertiefende Kenntnisse der Hochschulsysteme beider Länder, mit ihren spezifischen Gemeinsamkeiten und Unterschieden, zum besseren Verständnis der jeweiligen Management- und Arbeitsstile erlangt. - haben ihre Handlungskompetenz für das Leben, Studieren und Arbeiten im Partnerland gestärkt. - haben Erfahrungen vor Ort im Partnerland zur aktiven Gestaltung interkultureller Arbeits- und Begegnungssituationen gesammelt. - wenden die in den ersten beiden Semestern erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements im Partnerland an. - können interkulturelle Problematiken in Bezug auf das Partnerland definieren und durch die vermittelten Techniken vermeiden. - sind befähigt, Fehleinschätzungen und Missverständnisse sowie Vorurteile und Konflikte im internationalen Umfeld zu vermeiden und Risiken und Entscheidungen besser einzuschätzen. 					
Lehrinhalte					
<p>Je nach Angebot der jeweiligen Partnerhochschule kann das Modul z. B. die folgenden Lehrinhalte vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> - berufsnahe Kommunikationssituationen (Fallbeispiele, authentische Lernmaterialien, Rollenspiele, etc.), interkulturelle Unterschiede im Zusammenhang mit Verhandlungen, schriftliche Berichterstattung in der Fremdsprache, 					

<ul style="list-style-type: none"> - Identitätsfindung, kulturelle Identität, Kompetenzeinschätzung, Kommunikations- und Denkunterschiede im internationalen Kontext, Vermeidung kulturell bedingter Fehleinschätzungen im Hinblick auf das Partnerland, - Konfliktvermeidung: Problemanalyse und Lösungsansätze für das internationale Umfeld, - (regional)historische, ökonomische, ökologische, kulturelle, geographische, soziale und aktuelle politische Gegebenheiten des Partnerlandes (vertieftes interkulturelles Hintergrundwissen und länderspezifische Kenntnisse als unverzichtbare Voraussetzungen für erfolgreiche internationale Kooperationen), - Vertiefung der in den ersten beiden Semestern erlangten Grundlagen interkulturellen Handelns und interkulturellen Managements.
Literatur
Die Literatur wird von den Modulverantwortlichen der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt und den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben.

Lehrveranstaltungen			
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS	Prüfungsform
Die einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Modulunits sind dem Modulkatalog der jeweiligen Partnerhochschule zu entnehmen.			

5. Semester

Studienschwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Destination Management A: Grundlagen des Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die Aufgaben einer Destination-Management-Organisation und ihre Bedeutung im kommunalen, regionalen und internationalen Kontext darstellen. - beschreiben eine Destination als strategische Geschäftseinheit sowie virtuellem Unternehmen und erläutern die Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor. - bestimmen die verschiedenen Angebots- wie Nachfragefaktoren einer touristischen Destination. - können die Destinations-Entwicklung sowie Change- und Innovationsprozesse in Destinationen koordinieren. - wenden grundlegende Aspekte der Netzwerktheorie sowie des Verhandlungsmanagements an. - können Maßnahmen zur touristischen Nachhaltigkeit beurteilen. - wenden Qualitätsmanagementprozesse auf eine Destination-Management-Organisation an. - können verschiedene Aufbauorganisationsformen und spezifische Aspekte der Personalführung in einer Destination-Management-Organisation unterscheiden und entwerfen. - beurteilen Modelle der Finanzierung von öffentlichen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen. - erlangen grundlegende Kenntnisse in allen für eine Destination-Management-Organisation relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, der Kostenrechnung, der wirtschaftlichen Planung und des Controllings. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben von Destination-Management-Organisationen - touristische Destinationen als virtuelles Unternehmen - Aspekte der Führung von virtuellen Unternehmen - Bedeutung des regionalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor - Touristische Nachfragefaktoren und Angebotsfaktoren aus Sicht der Destination - Grundzüge des Strategischen Developments sowie Initiierung von Change- und Innovationsprozessen in touristischen Destinationen - Netzwerkmanagement und Verhandlungsmanagement im Kontext des virtuellen Unternehmens - Touristische Nachhaltigkeit - Qualitätsmanagement im Destination Management - Organisationsstrukturen und Rechtsformen im Destination-Management - Finanzierung, Rechnungslegung und Controlling von kommunalen Tourismusorganisationen - Besondere rechtliche Aspekte des Destination-Managements 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen) - Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg - Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media 					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus A: Einführung in Gesundheitsmärkte und Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft, Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1h + Referat oder Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung in seminaristischer Form mit Lehrvortrag, Präsentationen, Gruppenarbeiten	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die existierenden Gesundheitsmärkte charakterisieren, differenzieren sowie Verflechtungen zwischen diesen identifizieren und bewerten. - lernen die Grundmodelle von Gesundheitssystemen anhand von Strukturmerkmalen kennen und sind in der Lage, das nationale Gesundheitssystem einzuordnen und zu klassifizieren, v. a. hinsichtlich der Akteure, Kostenträger, der ökonomischen und rechtlichen Bedeutung. - erwerben grundlegende Kenntnisse über medizinisch-gesundheitsbezogene Begrifflichkeiten und Konzepte. - sind in der Lage, den Gesundheitstourismus in seiner Struktur und Ausgestaltung zu erfassen, zu systematisieren sowie in einen gesellschaftlichen, gesundheitspolitischen und historischen Kontext zu bringen. 					
Lehrinhalte					
Grundlagen des Gesundheitstourismus: Terminologie und Systematisierungsansätze, gesellschaftliche und historische Einflussfaktoren, Markttreiber des neuen Gesundheitstourismus, Marktdaten und Marktvolumina, Struktur und Charakteristika von Angebot und Nachfrage; Grundzüge des deutschen Gesundheitssystems: Einordnung Deutschlands in Grundmodelle internationaler Gesundheitssysteme, Grundmerkmale und –prinzipien sozialer Sicherung im Krankheitsfall, Struktur und Handlungsfelder der Sozialversicherungsträger sowie ihre Bedeutung für den Gesundheitstourismus, Struktur und Handlungsfelder der ambulanten und stationären Versorgung, Gesundheitspolitik und Sozialgesetzgebung mit ihren Auswirkungen auf die (Gesundheits-)Tourismuswirtschaft, aktuelle Marktdaten und Kennzahlen zum deutschen Gesundheitssystem, Merkmale und Zusammenspiel der Gesundheitsmärkte; Gesundheitswissenschaftliche Grundlagen: Verständnis von Gesundheit und Krankheit im Kontext verschiedener Wissenschaftsdisziplinen, Prävention und Gesundheitsförderung im Kontext von Salutogenese, Pathogenese und evidenzbasierter Medizin, Basisdaten zum Gesundheitsverhalten der Bevölkerung, Struktur und Ausgestaltung von Vorsorge- und Rehabilitationsmaßnahmen im Gesundheitstourismus.					
Literatur					
Illing, Kai-Torsten (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg. Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb. Berg, Waldemar (2008): Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus, München: Oldenbourg. Rulle, Monika (2004/2008): Der Gesundheitstourismus in Europa. Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, Bd. 4 der Eichstätter Tourismuswissenschaftlichen Beiträge, München: Profil. Smith, Melanie/Puczko, László (2009): Health and Wellness Tourism, Butterworth-Heinemann. DHV (Hrsg.): Gesundheitskompetenz in Heilbädern und Kurorten, Berlin. Diverse Publikationen des DHV (Newsletter, Jahresberichte, Begriffsbestimmungen, Gütesiegel, Kurinformationen). Preusker, Uwe K. (2015): Das deutsche Gesundheitssystem verstehen. Strukturen und Funktionen im Wandel, 2. Aufl., Heidelberg: medhochzwei.					

Nagel, Eckhard (Hrsg., 2013): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Struktur, Leistungen, Weiterentwicklung, 5. Aufl., Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.

Simon, Michael (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise, 4. Aufl., Bern: Verlag Hans Huber / Hogrefe.

Specke, Helmut K. (2005): Der Gesundheitsmarkt in Deutschland. Daten – Fakten – Akteure, 3. Aufl., Bern et al.: Verlag Hans Huber.

Blümel, Stephan / Franzkowiak, Peter (2011): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention. Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden, hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.

BZgA (Hrsg., o.J.): Leitbegriffe der Gesundheitsförderung. Leitbegriffe A-Z (online verfügbar über <https://www.leitbegriffe.bzga.de/alphabetisches-verzeichnis/#linkA>).

Naidoo, Jennie / Wills, Jane (2010): Lehrbuch der Gesundheitsförderung, 2. Aufl., hrsg. v. BZfgA, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.

Gesundheitsberichterstattung des Bundes: <http://www.gbe-bund.de/>

Sozialgesetzbücher: <http://www.gesetze-im-internet.de>

AOK-Bundesverband (Hrsg.): Zahlen und Fakten, Berlin (jahresaktuell).

Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.): Daten des Gesundheitswesens, Berlin (jahresaktuell).

DKG (Hrsg.): Krankenhausstatistik, Berlin (jahresaktuell).

KBV (Hrsg.): Gesundheitsdaten. Zahlen, Trends und Analysen, Berlin (jahresaktuell).

PKV-Verband (Hrsg.): Zahlenbericht der privaten Krankenversicherung, Köln und Berlin (jahresaktuell).

Schempp, N./Strippel, H.: Präventionsbericht. Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung: Primärprävention und betriebliche Gesundheitsförderung. Berichtsjahr XXX, hrsg. v. MDS/GKV-Spitzenverband, Essen und Berlin (jahresaktuell).

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler A: Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h + Hausarbeit oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erlangen Kenntnisse in allen für Reiseveranstalter und Reisemittler relevanten und spezifischen Bereichen der Buchführung, des Umsatzsteuerrechts, der Kostenrechnung, des Controllings und der Reisepreiskalkulation. - vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen Grundlagen anwendungsorientiert auf diese touristische Teilbranche hin. - lernen die spezifischen IT-Fragestellungen und ausgewählte IT-Systeme der Reiseveranstalter-/Reisemittler-Branche im Anwendungskontext kennen. - können die Eignung dieser Systeme bewerten und die Aufgaben des Informations- und Rechnungswesens IT-gestützt erledigen. - erwerben dabei die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien. 					
Lehrinhalte					
Besonderheiten der Buchführung in Touristikunternehmen; steuerrechtliche Besonderheiten bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern (insbes. Margenbesteuerung gemäß UStG); Kostenrechnung und Controlling, Cash-Management; Preiskalkulation und Preisgestaltung bei Reiseveranstaltern/-mittlern; Provisionssysteme; EDV-gestützte Kontingentsplanung und Preiskalkulation, Liquiditätsplanung und Berechnung von Controlling-Kennziffern mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware; Konfiguration von Hard- und Software in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern; logischer Aufbau und praktische Handhabung von Inhouse- und Host- Reservierungssystemen/GDS für Reiseveranstalter und -mittler; Möglichkeiten und Probleme der Anbindung von Reiseveranstaltern an Reservierungssysteme und andere elektronische Vertriebssysteme; Fallstudien zu o.g. Inhalten					
Literatur					
Bach, Thomas, Buchführung, Jahresabschluss und Controlling im Reiseverkehrsunternehmen, hrsg. vom DRV, neueste Auflage de la Motte, Günter, All inclusive Fachwissen Tourismus – Band 3 - Rechnungswesen für Touristiker, neueste Auflage Fischer, Regina, Dienstleistungs-Controlling, neueste Auflage Füh, Günter / Walter, Erich, Buchführung für Reiseverkehrsunternehmen, hrsg. vom DRV, neueste Auflage Hässel, Günter / Rummel, Jörg, Besteuerung, Buchführung und Vertragsrecht der Reisebüros, neueste Auflage Henkel, H.J., Die Umsatzsteuer der Reisebüros und Reiseveranstalter, neueste Auflage Kamphausen, Rudolf E., Buchführung für Reiseverkehrskaufleute: mit Prüfungsaufgaben, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage Künzel, Beatrix / Thieß, Rainer, Rechnungswesen für Tourismus und Reiseverkehr, neueste Auflage Preißner, Andreas, Praxiswissen Controlling, neueste Auflage Schulz, Axel / Weithöner, Uwe, eTourismus: Prozesse und Systeme, neueste Auflage Schulz, Axel / Weithöner, Uwe, Informationsmanagement im Tourismus - E-Tourismus, neueste Auflage Wolf, Cyrilla, Umsatzsteuer in der Touristik, neueste Auflage					

Zantow, Roger, Finanzierung, neueste Auflage
sowie die gesetzlichen Grundlagen/Gesetzestexte (UStG etc.)

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie A: Grundlagen der Hotellerie und Gastronomie / operatives Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1h und Referat oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen NN
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen die in den vorangegangenen Semestern gelegten allgemeinen betriebswirtschaftlichen Grundlagen anwendungsorientiert auf die Branche der Hotellerie und Gastronomie hin. - können das Forschungsfeld abgrenzen. - können verschiedene Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes definieren und voneinander abgrenzen, kennen die grundlegenden statistischen Erhebungen. - erhalten einen Überblick über die Wertschöpfungsaktivitäten von Hotel- und Gastronomiebetrieben. - können die Spezifika der Aufbau- und Ablauforganisation in gastgewerblichen Betrieben beschreiben - können die operative Betriebsführung von Hotel- und Gastronomiebetrieben und den Abteilungen Rooms / Logis, F & B / MICE und Event / Catering beschreiben und beurteilen. - erlangen Kenntnisse hinsichtlich der Besonderheiten der Leistungserstellung in der Hotellerie und Gastronomie. - können die Besonderheiten des Human Resource Management in Hotel- und Gastronomiebetrieben erörtern. - kennen die Grundlagen des Distributionsmanagements in Hotellerie und Gastronomie. - können ausgewählte Aspekte des Qualitätsmanagements beschreiben. - lernen die spezifischen IT-Fragestellungen, IT-Systeme und IT-gestützten Vertriebssysteme der Hotellerie- und Gastronomie-Branche kennen. 					
Lehrinhalte					
Wechselwirkungen der Hotellerie und Gastronomie mit andere touristischen Teilbranchen; Erscheinungsformen der Hotel- und Gastronomiebetriebe (inkl. Betriebsarten, Betriebstypen), Hotelklassifizierungen auch im internationalen Vergleich; Aufbau – und Ablauforganisation inkl. Stellenplanung; dienstleistungsspezifische Besonderheiten der Branche; Besonderheiten der Leistungspolitik; Wertschöpfungstätigkeiten in den einzelnen Leistungsbereichen (wie Logis, Gastronomie, Wellnessbereich, Konferenzbereich; inkl. Front-Office-Management, F&B-Management etc.); Beschaffungs- und Produktionsmanagement; Qualitätsmanagement; IT-Systeme und Vertriebswege der Branche; Personalmanagement in der Hotellerie und Gastronomie; Grundlagen des Beschwerde- und Bewertungsmanagements; Aspekte der Nachhaltigkeit in der Hotellerie und Gastronomie					
Literatur (jeweils aktuelle Auflage)					
Baierl, Ronny, Steinhauser, Carolin (Hrsg.), Rundum erfolgreich im Hotelmanagement Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut, Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends Dettmer, Harald, Hotellerie und Gastronomie, Tourismus Bd. 2 Foskett, Davis, Paskins, Patricia, Pennington, Andrew, Rippington, Neil, The theory of hospitality and catering					

Gardini, Marco A., Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie
Gardini, Marco A., Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte - Wettbewerbskontext – Unternehmenspraxis
Hänsler, Karl-Heinz (Hrsg.), Management in der Hotellerie und Gastronomie
Henschel, Karla U. /Gruner, Axel / von Freyberg, Hotelmanagement
Holzbaur, Ulrich / Jettinger, Edwin, Knauß, Bernhard, Moser, Ralf, Zeller, Markus, Eventmanagement
Meyer, Hartmut, Management in der Gastronomie
Schaetzing, Edgar E., Management in Hotellerie und Gastronomie
Slattery, Paul, The economic ascent of the hotel business
Walker, John R., Introducing hospitality

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Verkehrsträgermanagement A: Grundlagen touristischer Schiffs-, Bahn- und Straßenverkehr					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung und Übung	U. Moritz NN (Denomination W78)
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten, erkennen die Stärken und Schwächen der einzelnen Verkehrsträger. - erwerben Kenntnisse der Prozessgestaltung. - kennen Marktumfeld und Marktteilnehmer. - erlangen Kenntnisse über die Unternehmensstruktur einzelner Verkehrsträger. - können Marketingstrategien der Verkehrsträger bewerten. - erwerben Kenntnisse zur Angebots- und Nachfrageseite der Verkehrsträger. - können die Grundzüge der nationalen Verkehrspolitik bewerten. - kennen die Kombinationsmöglichkeiten von Verkehrsträgern zur Katalogerstellung. - erwerben Kenntnisse zur Erstellung und Kalkulation von Reisen. - kennen die Grundzüge zur Erstellung von Katalogseiten. - sind sich der besonderen ökologischen Verantwortung der Marktteilnehmer bewusst. 					
Lehrinhalte					
Entwicklung der Kreuzfahrten weltweit und in Deutschland, Marktumfeld und Marktteilnehmer. Vorstellung der wichtigsten Kreuzfahrtveranstalter, Produktionsfaktoren Hochsee- und Flusskreuzfahrten, Einflussfaktoren auf die Nachfrage, Linienverkehr mit Schiffen, Instrumente des Marketing-Mix von Hochseekreuzfahrten, Marketingstrategien, rechtliche Rahmenbedingungen, nautische Maßzahlen, Kreuzfahrterminals, Hausboot- und Yachtcharter. Besonderheiten des Verkehrsgewerbes im Bus- und Linienverkehr, Angebot und Nachfrageseite der Bustouristik, Zielgruppensegmentierung, besondere Bedeutung der Paketveranstalter, Reisekalkulation Mietwagenangebot und Katalogreisen, Zielsetzung und Aufgaben der Verbände Geschäftsfelder Deutsche Bahn, Internationalisierung der Bahnverkehre, touristisch interessante Bahnstrecken. Mietwagen und Individualverkehr, umweltpolitische Maßnahmen im Straßen- und Schienenverkehr Übung: Programmfestlegung, Kalkulation und Katalogseitenerstellung einer mehrtägigen Busreise					
Literatur					
Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, Herne: NWB-Verlag, 2012 Freyer, Walter: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Berlin: Oldenbourg, 2015 Meffert, Heribert/Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing; Wiesbaden: Gabler Verlag, 2012 Mundt, Jörn W.: Tourismus, München: Oldenbourg, 2013 Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009 Schulz, Axel: Grundlagen Verkehr im Tourismus, München: Oldenbourg, 2014					

Wahlpflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Bewertung von Hotel- und Spezialimmobilien					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Referat und Hausarbeit		Seminar	Prof. J. Berlingen
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden kennen <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken, insbesondere von Grundstücken mit touristischer Nutzung. - Verfahren der Grundstückswertermittlung, insbesondere Vergleichswert-, Sachwert-, Ertragswertverfahren. - Methodik der Herleitung von bewertungsrelevanten Parametern, speziell bei Hotelimmobilien. - Methoden zur Bestimmung von Liegenschaftszinssätzen. 					
Lehrinhalte					
Bewertung von Hotelimmobilien; Grundlegende Methoden der Grundstücksbewertung bei Hotelliegenschaften und anderen Managementimmobilien, insbesondere ImmoWertV, Beleihungswerte, Verfahren zur Bestimmung von Verkehrswerten, Grundlage der Grundstücksbewertung, Grundlagen der Sachwertermittlung, Grundlagen der Ertragswertermittlung, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmensbewertung und Grundstücksbewertung, Fallstudien Ermittlung der Bewirtschaftungskosten und der Gesamt- bzw. Restnutzungsdauer, Ableitung von Liegenschaftszinssätzen, Rechte und Belastungen von Grundstücken, u. a. Reallasten, Nießbrauch, Baulasten, Bewertung von Erbbaurechten, Beleihungswerte. Vermittlung des Lehrstoffs mit Hilfe der Analyse von Muster-Gutachten / Fallstudien					
Literatur					
Literatur: Kleiber, Wolfgang: Verkehrswertermittlung von Grundstücken, Köln 8. Aufl. 2017; Fischer Roland, Lorenz Hans-Jürgen: Neue Fallstudien zur Wertermittlung von Immobilien, Köln, 2. Aufl. 2013; Bienert, Sven (Hrsg.): Bewertung von Spezialimmobilien, Wiesbaden 2005; Bobka, Gabriele (Hrsg.): Spezialimmobilien von A-Z, Köln 2. Auflage 2014, Simon, Jürgen: Taschenkommentar Wertermittlungsverfahren, Köln 2016 Muster-Verkehrswertgutachten (Fälle / Fallstudien)					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
CSR und Nachhaltigkeit im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	Prof. T. Kirstges
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - lernen die durch den Tourismus und Tourismusunternehmen/-organisationen in der natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt verursachten Probleme kennen. - vertiefen die Konzepte Öko-Tourismus, Sanfter Tourismus, Nachhaltiger Tourismus sowie CSR und lernen diese voneinander abzugrenzen. - erkennen die Umsetzungsprobleme dieser Konzepte. - werden in die Lage versetzt, entsprechende Konzepte für ein Tourismusunternehmen zu erarbeiten und mittels spezifischer Instrumente umzusetzen. 					
Lehrinhalte					
Grundzüge der Tourismuskritik; historische Entwicklung sowie ökonomische, ökologische, branchenspezifische, rechtliche und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen eines nachhaltigen Tourismus; Probleme und Chancen einer branchenweiten CSR-Strategie; Umweltorientierte Gütesiegel im Tourismus; Wertewandel und Wertewandelsforschung; Verankerung der Umweltorientierung im unternehmerischen Zielsystem und in der Unternehmensphilosophie; Strategische Optionen im Umweltmanagement; unternehmensspezifische organisatorische Verankerung des sanften Tourismus; umweltorientierte Leistungsgestaltung; Möglichkeiten der Beeinflussung des Reisendenverhaltens; finanzielle Maßnahmen zur Erhaltung oder Wiederherstellung der Umwelt; Ansatzpunkte und Probleme von Öko-Bilanzen; Fallbeispiele (z. B. zu Umweltbelastungen, Kindersextourismus etc.)					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
IT-Projektseminar					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Pflichtmodul	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Kursarbeit		Projektseminar	Prof. Dr. U. Weithöner
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - lernen Projekt orientiertes Arbeiten auf Basis eines IT-basierten tourismuswirtschaftlichen Projekts. - verstehen den Aufbau und die Funktionalität von Software- und Datenbanksystemen, die standardisiert für die Tourismusbranche bzw. für Segmente der Branche in den jeweiligen Tourismusunternehmen eingesetzt werden. - verstehen die technischen und organisatorischen Einsatzbedingungen, Schnittstellen und Vernetzungen. - verstehen und vollziehen die Prozesse zum anwendungsbezogenen Aufbau der Systeme. - verstehen, das Tourismusunternehmen mit seinen Daten, betrieblichen Abläufen und Kommunikationsprozessen, mit seinem Geschäftsmodell in einem geeigneten Standardsystem abzubilden und das Unternehmen elektronisch arbeitsfähig zu machen. - sind befähigt zu einer interdisziplinären Schnittstellenfunktion zwischen Informationstechnologie und tourismusbetrieblicher Anwendung, sie können automatisierte E-Commerce-Prozesse gestalten und die IT-Systeme einbinden und einrichten. - können entsprechende Systemen im Sinne von Investitions- und Zukunftsentscheidungen beurteilen. 					
Lehrinhalte					
<u>Vorbemerkung:</u> Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe wählt eine unter mehreren angebotenen IT-basierten Projektaufgaben und bearbeitet sie unter Anleitung im Semesterablauf. Die Projektaufgaben werden in enger Abstimmung mit den IT-orientierten Anforderungen aus den Studienschwerpunkten und in Bezug zur Tourismuspraxis definiert. Die Projekte haben den anwendungsorientierten Einsatz und die tourismuswirtschaftliche Nutzung der Branchen bezogenen IT-Systeme und Netzwerke zum Gegenstand. Projektorganisation und Projektmanagement, Präsentationstechniken; Aufbau standardisierter tourismusbetrieblicher IT-Systeme und Netzwerke; Analyse tourismuswirtschaftlicher/-betrieblicher Prozesse und Modelle; Wahlpflicht – anwendungsorientierte IT-Projektaufgaben aus folgenden Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> - Reiseveranstalter und dynamische Internet Booking Engines (IBE) - Web-basiertes Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management, mobile Internet Dienste, insbesondere ortsbasierte Dienste (Location Based Services) - IT-Systeme, z. B. <ul style="list-style-type: none"> o der Reiseveranstalter o im Destinationsmanagement (Destination Management Systeme DMS) o in der Hotellerie (Property Management Systeme PMS) - Aktuelle Fallstudien, z. B. <ul style="list-style-type: none"> o zu Business Travel Management Systemen (BTM) Social Media					

Literatur

Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.); eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015
--

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte des Tourismusmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Jährlich	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe		Vorlesung, Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel Prof. Dr. E. Schmoll Prof. Dr. U. Weithöner C. Heckeroth M. Tetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erwerben grundlegende bis vertiefende Kenntnisse zu spezifischen Themen und Fragen im tourismusbezogenen Kontext, die in den allgemeinen tourismuswirtschaftlichen Fächern sowie in den Studienschwerpunkten nicht ausreichend bearbeitet werden können und diese somit ergänzen.					
Lehrinhalte					
Die Lehrveranstaltung greift aktuelle wie auch spezifische Themen und Problemstellungen der Tourismuswirtschaft auf und bearbeitet diese im Theorie- und Praxisbezug; dazu gehören beispielsweise Veranstaltungsmanagement (MICE), Krisen- und Gefahrenmanagement im Tourismus, Barrierefreiheit (besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Behinderten auf Reisen), Tourismus und Ökologie, Sanfter/Nachhaltiger Tourismus, Probleme des Sextourismus (insbes. Kinderprostitution und Tourismus), Tourismuspsychologie, Kulturtourismus, Sporttourismus, Seniorentourismus, Kinder- und Jugendreisen, Gender und Tourismus, Reiseversicherungen und Versicherungsrecht, Ringvorlesung / Praktiker-Seminar.					
Literatur					
Die Literatur ist abhängig vom Themenbereich der Veranstaltung.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Stadt- und Regionalmarketing					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit	Vorlesung	M. Konken	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erlernen Grundlagen und Ziele des Stadt- und Regionalmarketings. - erlernen Grundlagen der Stadt- und Regionalkommunikation. - kennen Möglichkeiten der Umsetzung gemeinsamer Ziele in der Zukunftsplanung. - können Botschaften erarbeiten und als Kommunikationsbasis einsetzen. - erlernen strategische Prozessabläufe und können diese eigenständig modifizieren. - können Unterschiedliche Prozessmodelle erarbeiten und bewerten. - erlernen Assoziations- und Moderationstechniken und können diese anwenden, um Prozesse selbst zu leiten. - beherrschen Kommunikationstechniken und können diese anwenden. - können Kommunikationsschritte strategisch planen und realisieren. - können kritische Aspekte in strategischen Kommunikationsverfahren erkennen und Instrumente als Gegenmaßnahmen einsetzen. - lernen spezielle Arten der Kommunikationsvermittlung. 					
Lehrinhalte					
Grundlagen Stadt- und Regionalmarketing, Analyseverfahren, Analysefelder, Philosophische Aspekte, Image, Imagefaktoren, Botschaft, -ebenen, -inhalte, Stadt- und Regionalkommunikation, Kommunikationstechniken, Kommunikationsinstrumente, Vertiefung Pressearbeit: Aufbau Pressemitteilung, Stil und Sprache, Erwartungen der Medien; Kommunikationsstrategien, Krisenabläufe in der Kommunikation von Prozessen, Kommunikative Prozessabläufe, Moderation, Kreativität, Assoziationstechniken, Motivationsaspekte, Öffentlichkeit, Publikum, Teilöffentlichkeiten, Zielgruppen, Prozessabläufe unterschiedlichster Modelle, gruppensdynamische Aspekte, strategischer Kernprozess, Handlungsfelder, operative Aspekte, Realisationskomponenten, Finanzierung, Gesellschaftsformen					
Literatur					
„Stadtmarketing – Kommunikation mit Zukunft“, Gemeiner Verlag, 2004, Pressearbeit - journalistisch professionell in Theorie und Praxis, Gemeiner Verlag, 2007, aktualisiert als Datei zum Downloaden					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Tourismuspolitik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. G. Hilligweg Prof. Dr. M. Kirspel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Strukturen und Entscheidungsträger im Deutschlandtourismus. - sind in der Lage tourismuspolitische Sachverhalte zu analysieren, zu bewerten und daraus Schlussfolgerungen für die zukünftige Tourismusentwicklung zu ziehen. - können Entwicklungsprozesse anhand relevanter Kennzahlen ökonomisch bewerten. 					
Lehrinhalte					
Strukturen des Tourismus auf lokaler, regionaler, Länder- und Bundesebene; staatliche, halbstaatliche und private Träger der Tourismuspolitik, ihre Organisationsstruktur und Aufgaben; wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Volkswirtschaft; Wertschöpfung, Beschäftigungseffekte, ökologische Auswirkungen, außenwirtschaftliche Bedeutung; Tourismuspolitik auf europäischer und internationaler Ebene; soziokulturelle und ökologische Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern; aktuelle Problemfelder					
Literatur					
Ralf Borchert: Tourismuspolitik (Heilbronner Reihe Tourismuswirtschaft) Verlag: Uni-Edition; Auflage: 2 (28. Januar 2014) Jörn W. Mundt: Tourism and Sustainable Development. Reconsidering a Concept of Vague Policies. Berlin:2011 Jörn W. Mundt: Tourismuspolitik De Gruyter Oldenbourg; Auflage: Reprint 2015 (28. Januar 2004)					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erwerben <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende Kenntnisse der französischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems. - erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken. - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen). - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion (Informationszusammenfassung; Geschäftskorrespondenz). - erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 / B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. - N. B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben. 					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen wie Einführungstexten zu Betriebs – und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen (Anfrage, Angebot) im Bereich der Geschäftskorrespondenz.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Referat		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben Grundkenntnisse der spanischen Grammatik. - erwerben Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Worterschließungstechniken. - erwerben Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen). - erwerben Fertigkeiten in der Textproduktion und mündlichen Kommunikation. - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf Informationen zur Person, Studium, näheren Umgebung, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling H. Paetz P. Remde J. Varban
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen, wie Passiv, konditionales Satzgefüge, indirekte Rede. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und authentischer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion (Erörterung; Geschäftskorrespondenz). - erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz).					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der französischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen, wie Passiv, Konjunktiv, Konstruktionen mit Objektpronomen. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und authentischer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion (Erörterung; Geschäftskorrespondenz). - erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. - N. B. Aufgrund der oftmals gegebenen Notwendigkeit des Besuchs propädeutischer Lehrveranstaltungen kann sich eine faktische Zuordnung des Faches zu späteren Semestern ergeben. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft sowie Geschäftsfällen (Auftragsabwicklung und nachfolgende Schritte im Bereich der Geschäftskorrespondenz).					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben grundlegende Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem zu Fragen des Tempus- und Aspekt-Systems. - erwerben grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Lexik, vor allem zu Wortschließungstechniken. - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Informationsverarbeitung (Strukturieren von Informationen). - erwerben und schulen Fertigkeiten in der Textproduktion und mündlichen Kommunikation. - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Texte basieren auf wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft, Behandlung von Geschäftsfällen.					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismuswirtschaft					
Wirtschaftsenglisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	G. Bürling H. Paetz P. Remde J. Varban
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihre Kenntnisse der englischen Grammatik, vor allem mit Hinblick auf sprachregisteradäquate Anwendung der einzelnen grammatischen Phänomene. - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven und produktiven Sprachgebrauch (Präsentationen, Essay-Schreiben) ausgehend von anspruchsvollen authentischen Texten. - vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftskorrespondenz. - erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 / C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Umweltaspekten sowie Geschäftsfällen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien).					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - üben und vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen wie Gebrauch der Präpositionen, Infinitivkonstruktionen. - Vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und ihre Fertigkeiten im autonomen Wortschatzaufbau auf der Basis erweiterter Kenntnisse morphologischer Gesetzmäßigkeiten. - Vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer Texte) und produktiven (Verfassung von Texten, Präsentationen) Sprachgebrauch. - Vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftskorrespondenz. - Erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2 /C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch C					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse der spanischen Grammatik, vor allem im Bereich komplexerer Konstruktionen wie der Zeitenfolge Indicativo/Subjuntivo, Adverbiale Nebensätze. - erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Lexik aus den Bereichen Wortderivation, Kollokation, Synonymik, semantische Felder. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der Informationsaufnahme (Lese- und Hörverständnis) sowie der Bearbeitung (Zusammenfassung, Diskussion) anspruchsvollerer und komplexerer Texte. - erwerben vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in der schriftlichen Produktion - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2a des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und sprachlich anspruchsvolleren Texten zu Fragen aus Einführungstexten zu Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft.					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsenglisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	G. Bürling H. Paetz P. Remde J. Varban
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihre Kenntnisse der englischen Grammatik im Grenzbereich zur Stilistik. - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven und produktiven Sprachgebrauch (Strukturierung von Texten). - erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen). - erreichen eine Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie, Umweltaspekten sowie Geschäftsfällen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien).					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsfranzösisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Seminar	H. Paetz
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - üben und vertiefen Ihre bisher erworbenen Kenntnisse der französischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen des „français soutenu“ (z. B. passé simple, passé antérieur). - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer und anspruchsvoller Texte) und produktiven (registeradäquate, zielgruppenorientierte Textproduktion) Sprachgebrauch. - erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen). - erreichen eine Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Originaltexten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, ‚Francophonie‘, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz und der Erörterung von Managementproblemen anhand konkreter Problemstellungen.					
Literatur					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Wirtschaftsspanisch D					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5/6	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Referat		Seminar	G. Bürling
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - üben und vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse der spanischen Grammatik und erweitern sie in Bereichen wie Adverbiale Nebensätze, Idiomatiche Ausdrücke. - vertiefen ihre lexikalischen Kenntnisse und Fertigkeiten im Aufbau sowohl allgemein- als auch fachsprachlich orientierter semantischer Felder. - vertiefen ihre Kenntnisse im rezeptiven (strukturiertes Lesen längerer und anspruchsvollerer Texte) und produktiven (registeradäquate, zielgruppenorientierte Textproduktion) Sprachgebrauch. - erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich formalisierter Texte (Geschäftsfallbearbeitung anhand von Korrespondenz, Protokollen, Aufgabenzuweisungen). - erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B2/C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens. 					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen und authentischen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Umweltaspekten, Landeskunde, Interkulturalität sowie der Bearbeitung von Geschäftsfällen im Rahmen der Korrespondenz.					
Literatur					
Colegas (Klett) ; Ecos (Spotlight) ; Uso de la Gramática Española (Difusión) u. a					

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Kosten- und Leistungsrechnung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement Bank- und Versicherungswirtschaft dual Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Drees-Behrens Prof. Dr. A. Schmidt
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - besitzen anwendungsorientierte Kenntnisse über die Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung. - können die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung beschreiben. - können Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger definieren und einrichten. - beherrschen die Erfassung und Berechnung der Kostenarten. - beherrschen die Verrechnung der Gemeinkosten im BAB. - beherrschen die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung. - beherrschen die Grundformen der Betriebsergebnisrechnung. - können die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen darstellen. 					
Lehrinhalte					
Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; System der Kostenrechnung im Überblick; Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse; Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über-/Unterdeckungen; Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation; Betriebsergebnisrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen.					
Literatur					
Däumler, K.-D., Grabe, J., Kostenrechnung 1, Grundlagen, jeweils akt. Aufl., Herne/Berlin; Drees-Behrens, C., Schmidt, A., Aufgaben und Fälle zur Kostenrechnung, jeweils. Akt. Aufl., München; Schmidt, A., Kostenrechnung, jeweils akt. Aufl., Stuttgart; Schweitzer, M., Küpper, H.-U., Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, jeweils, akt. Aufl., München;					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Makroökonomische Theorie und Stabilisierungspolitik					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. G. Hilligweg Prof. Dr. M. Kirspel Prof. Dr. M. Neumann
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben Kenntnissen auf dem Gebiet der makroökonomischen Theorie. - erwerben Kenntnissen im Bereich der Stabilisierungspolitik. - erlangen Verständnis des Einflusses von geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen auf das gesamtwirtschaftliche Kreislaufniveau. 					
Lehrinhalte					
Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens; Makroökonomische Theorie: Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihr Zusammenhang, Arbeitsmarkt und gesamtwirtschaftliches Angebot, Gleichgewicht auf dem Güter- und dem Kapitalmarkt; Der Geldmarkt: Geldnachfrage, Geldangebot und Gleichgewicht auf dem Geldmarkt; Der Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau; Wirtschaftspolitik: Gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen; Die Ziele Preisniveaustabilität, Hoher Beschäftigungsstand, Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum und Außenwirtschaftliches Gleichgewicht: Jeweils Definition, Messung, Probleme aus der Zielverfehlung, Maßnahmen zur Erreichung des Ziels; Wirtschaftspolitische Konzeptionen: Antizyklische und potenziellorientierte Nachfragepolitik, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik; Politisch-ökonomische Aspekte wirtschaftspolitischer Konzeptionen.					
Literatur					
Blanchard / Illing (2014): Makroökonomie, 6. Auflage, München Behrens (2004): Makroökonomie und Wirtschaftspolitik, München Felderer / Homburg (2005): Makroökonomie und Neue Makroökonomie, Springer Verlag.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
E-Commerce im Tourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54 96
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft, Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung (mit begleitenden praktischen Arbeiten in Kleingruppen)	Prof. Dr. U. Weithöner
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verstehen den Aufbau, die Dienstleistungen und die standardisierten Einsatz- und Nutzungsbedingungen Globaler Distributionssysteme (GDS) und ihrer Front-, Mid- und Backoffice-Dienste. - sind befähigt, diese zentralen IT-Service-Systeme im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse, Märkte und Geschäftsmodelle zu beurteilen und zu integrieren. - verstehen den Aufbau und die Dienstleistungen von Business Travel Management-Systemen und sind befähigt, sie im Rahmen tourismuswirtschaftlicher Prozesse und Märkte zu beurteilen und zu integrieren. - verstehen die technischen Grundstrukturen des Internets und sind fähig, daraus besondere Anforderungen an die Realisierung von tourismuswirtschaftlichen E-Commerce-Prozessen abzuleiten und in Systemkonzepte zu integrieren, sie kennen die Schnittstellen zwischen tourismuswirtschaftlicher Anwendung und systemtechnischer Realisierung. - erkennen die Interdependenzen zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen. - kennen und verstehen die besonderen innovativen Möglichkeiten, Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie. 					
Lehrinhalte					
<u>Globale Distributionssysteme (GDS):</u> Aufbau, Dienstleistungen, standardisierte Verfahren, Nutzungs- und Einsatzbedingungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse, Kosten- und Investitionskriterien, relevante tourismuswirtschaftliche Entwicklungen mit GDS-Bezug <u>Business Travel Management-Systeme:</u> Aufbau, Dienstleistungen, Integration in tourismuswirtschaftliche Leistungsprozesse <u>Technologie des Internets</u> und Voraussetzungen zum Electronic Commerce in der Tourismuswirtschaft, besondere Anforderungen an die Entwicklung Web basierter E-Commerce-Systeme, insbesondere: Aktualität und dynamische Web-Seiten, Transaktionssicherheit, Zahlungsverkehr und Datenschutz, Schnittstellen zu den Tourismus-Datenbanken und Reservierungssystemen <u>Virtuelle Reisemittler</u> und Virtuelle Reiseveranstalter durch Internet Booking Engines (IBE) und automatisierte Geschäftsprozesse <u>Besonderen Möglichkeiten,</u> Chancen und Bedingungen des Web basierten Tourismus-Marketing und electronic Business auf Basis der stationär oder mobil genutzten Internet-Technologie, insbesondere Web-Controlling und Erfolgskontrolle, Suchmaschinen-Marketing, Web2.0-Dienste und virtuelle soziale Netzwerke, elektronisches Customer Relationship Management <u>Mobile Internet Dienste,</u> insbesondere ortsbasierte Dienste/Location Based Services <u>Interdependenzen</u> zwischen den tourismuswirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen					
Literatur					
Schulz, A., Weithöner, U., Egger, R., Goecke, R. (Hrsg.); eTourismus: Prozesse und Systeme - Informationsmanagement im Tourismus, 2. Aufl., De Gruyter - Oldenburg Verlag 2015					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Interkulturelles Management III: Interkulturelle Reflektion, Managementtraining und Umgang mit Konfliktsituationen (englischsprachiger Unterricht)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1 h und Referat oder Hausarbeit oder Kurarbeit oder Arbeitsmappe		Seminar	Prof. Dr. T Kirstges Dr. J. Hausmann NN
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		abgeschlossenes Auslandsstudienjahr; fortgeschrittene Kenntnisse der englischen Sprache			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - haben ihre im Partnerland und in der binationalen Studienkohorte erlangten Erfahrungen kulturvergleichend miteinander ausgetauscht, reflektiert, diskutiert und aufgearbeitet (Austausch und Kompetenzabgleich). - sind befähigt, die eigene Kompetenz in Konflikt- und Grenzsituationen einzuschätzen. - haben ihre Kenntnisse über Kommunikations- und Denkkunterschiede im internationalen Kontext vertieft und gelernt, Ursachen kulturbedingter Missverständnisse mit ausländischen Partnern zu erkennen und kulturadäquat umzusetzen. - sind befähigt, Fehleinschätzungen und Missverständnisse sowie Vorurteile und Konflikte im internationalen Umfeld zu vermeiden und Risiken und Entscheidungen besser einzuschätzen. - sind befähigt, Probleme zu analysieren und Lösungsansätze für das internationale Umfeld zu entwickeln. - sind durch Reflektion und Diskussion für zukünftige Vorgehensweisen und typische Fehler sensibilisiert. - haben ein grundlegendes Verständnis der Erwartungshaltungen der ausländischen Partner erlangt, - sind in der Lage, Feedback-Techniken anzuwenden. 					
Lehrinhalte					
Kulturvergleichende Aufarbeitung der Erfahrungen der Studierenden im Partnerland gemeinsam mit ihren ausländischen Kommilitonen - Reflexion, Diskussion zum Austausch und Kompetenzabgleich; Bedeutung der Identitätsfindung; Einschätzen der eigenen Kompetenz in Konflikt- und Grenzsituationen; Critical-Incident-Analyse; Kommunikations- und Denkkunterschiede im internationalen Kontext; Erkennen und kulturadäquate Umsetzung von Ursachen kulturbedingter Missverständnisse mit ausländischen Partnern; Risiken und Entscheidungen einschätzen lernen; Vermeiden von Fehleinschätzungen und Missverständnissen und von Vorurteilen und Konflikten im internationalen Umfeld; Problemanalyse und Lösungsansätze für das internationale Umfeld; Kulturschock-Analysen; Reflektion zukünftiger Vorgehensweisen und typischer Fehler; Erwartungshaltungen im Ausland bzw. der ausländischen Partner; Anwendung von Feedback-Techniken.					
Die Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache unterrichtet.					
Literatur					
Adler, P., The Transition Experience: An Alternative View of Culture Shock. Journal of Humanistic Psychology, 1975 Beniers, Cornelius J.M., Managerwissen kompakt: Interkulturelle Kommunikation, aktuellste Auflage					

Demirovic, Alex, Modelle kritischer Gesellschaftstheorie. Traditionen und Perspektiven der Kritischen Theorie, aktuellste Auflage
Deutsch-Französische Hochschule (Hrsg.), Leitfaden Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz, 2016
Glasl, Friedrich, Konfliktmanagement, Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, aktuellste Auflage
Hofstede, Geert / Hofstede, Gert Jan / Minkov, Michael: Cultures and Organizations: Software of the Mind. Revised and Expanded 3rd Edition. New York: McGraw-Hill USA, 2010
Hofstede, Geert: Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and
Hottola, P., Culture confusion. Intercultural Adaptation in tourism. Annals of Tourism Research, 2004
Intercultural Training Exercise Pack, <http://www.culturewise.net/wp-content/uploads/2013/05/Cultural-awareness-training-exercise-pack.pdf>
Oatey-Spencer, H., Critical Incidents. A Compilation of Quotations for the intercultural Field. GlobalPAD Core Concepts, neueste Auflage
Oberg, K., Culture Shock: Adjustment to Neo-cultural Environments. Practical Anthropology, 1960
Organizations Across Nations. Second Edition, Thousand Oaks CA: Sage Publications, 2001
Schienle, Werner, Psychologisches Konfliktmanagement: Professionelles Handwerkszeug für Fach- und Führungskräfte, aktuellste Auflage
Schwarz, Gerhard, Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen, aktuellste Auflage
Snodderly, Dan, Peace Terms: Glossary of Terms for Conflict Management and Peacebuilding, aktuellste Auflage
Stahl, Günter K. /Kalchschmid, Anja, Evaluation eines kurzzeitigen Auslandsaufenthaltes von Auszubildenden, in: Personal: Zeitschrift für Human Resource Management, 52. Jg., Heft 1/2000, S. 22-27
Sültemeyer, Eckhard (o.J.): Der konstruktive Umgang mit Kritik und mit Konflikten und gewaltfreie, wertschätzende Kommunikation. <http://www.eckhard-sueltemeyer.de/downloads/konfliktmanagement.pdf>
Thomas, Alexander, Die Bedeutung von Vorurteil und Stereotyp im interkulturellen Handeln, in: Bolten, Jürgen / Rathje, Stefanie (Hrsg.), Intercultural Journal, 5. Jg., Heft 2/2006, S. 3-20

6. Semester

Studienschwerpunkte

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Destination Management B: Destination Development					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Kursarbeit oder Klausur 1.5h oder Arbeitsmappe		Seminar	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - entwerfen Entwicklungsstrategien und Gestaltungsoptionen von Destinationen. - wenden Planungssysteme und Führungstools innerhalb einer Destination-Management-Organisation an. - können verschiedene Organisations- und Rechtsformen von Destination-Management-Organisationen einander gegenüberstellen und vergleichen. - planen Netzwerk- und Kooperationsformen innerhalb einer Destination. - konzipieren eine touristische Destination unter den Gesichtspunkten nachhaltiger Entwicklung. - kennen wesentliche Problemstellungen in der operativen wie strategischen Führung von Destinationen und können diese aktiv lösen. 					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Typische Problemstellungen in der operativen wie strategischen Führung von Destination-Management-Organisationen und touristischen Destinationen als virtuelles Unternehmen - Entwicklungsstrategien von Destinationen und deren Umsetzung - touristische Inwertsetzung von touristischen Räumen und Sehenswürdigkeiten - Planungssysteme und Führungstools einer Destination-Management-Organisation - Fallstudie (Problem Based Learning) - Planspiel zum Destination Management 					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> - Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen) - Bieger/Beritelli: Management von Destinationen, De Gruyter Oldenbourg - Luft: Destination Management in Theorie und Praxis, KSB Media 					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Destination Management C: Vermarktung und Vertrieb im Destination Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe		Vorlesung	Prof. Dr. E. Schmoll
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen normative, strategische und operative Abläufe im Destination-Marketing. - wenden verschiedene Methoden der Marktforschung im Destination-Management an. - analysieren verschiedene Konzepte der Markenentwicklung für Destinationen. - übertragen Marketing-Instrumente auf Problemstellungen der Destination-Management-Organisationen. - berücksichtigen rechtliche Rahmenbedingungen im Destination-Marketing. 					
Lehrinhalte					
Besondere Aspekte des Marketings in virtuellen Unternehmen Touristische Marktforschung und Nutzung von Beherbergungsstatistiken Markenbildung einer Destination Innen- und Binnenmarketing Produktentwicklung und Erlebnissetting Events sowie Veranstaltungs- und Messewesen für touristische Destinationen Mediaplanung sowie spezielle Instrumente der Kommunikationspolitik im Einsatz touristischer Destinationen Die Destination Management Organisation als Reisemittler und Reiseveranstalter					
Literatur					
Studienbegleitendes Skript (mit weiteren Literaturhinweisen) Freyer: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, De Gruyter Oldenbourg					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus B: Spezielle BWL im Gesundheitstourismus					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft, Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung in seminaristischer Form mit Lehrvortrag, Gruppenarbeiten und Präsentationen	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefende Kenntnisse zu Konzepten und Theorien der Nachfrage im Gesundheitstourismus und verstehen deren Relevanz für die Angebotsgestaltung. - kennen die verschiedenen Produktkonzepte und Angebotssparten im Gesundheitstourismus und sind in der Lage, diese zu differenzieren und zu bewerten. - lernen, Anbieter des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes zu vernetzen und basierend darauf innovative gesundheitstouristische Angebote aus unterschiedlichen Angebotssparten zu erstellen und zu beurteilen. - kennen betriebswirtschaftliche Ansätze zum Planen und Betreiben von gesundheitstouristischen Einrichtungen, v. a. Kostenstrukturen, Kennzahlen sowie Konzepte und Methoden des Qualitätsmanagements. - verbessern ihre Fähigkeit im Wissenstransfer durch die Bearbeitung von Fachthemen und Fallstudien mit Ergebnispräsentationen. 					
Lehrinhalte					
Vertiefende Aspekte zur Nachfrage im Gesundheitstourismus, insbesondere Theorien zur Bedürfnisbefriedigung, Lebensqualität und aus der Glücksforschung, Ansätze zur Segmentierung der Nachfrage; inhaltliche Ausgestaltung und Verknüpfung der Produktkonzepte Wellness und Medical Wellness, Grundlagen des Medizintourismus; gesundheitstouristische Angebotsgestaltung im Kontext verschiedener Angebotssparten, v. a. rechtliche und inhaltliche Aspekte der GKV-geförderten Primärprävention im Rahmen des Gesundheitstourismus, Ansätze zur Vermarktung gesundheitstouristischer Angebote, Analyse und Beurteilung gesundheitstouristischer Angebote am Markt differenziert nach Angebotssparten und Anbietersegmenten (u. a. der Reiseveranstalter, Beherbergungsanbieter, Kurorte/Destinationen, Krankenkassen, Kliniken/Gesundheitszentren); betriebswirtschaftliche Betrachtung gesundheitstouristischer Einrichtungen, insbesondere Struktur von Investitions-, Betriebskosten und Erlösen, Kennzahlen im Spa-Management, Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus, insbesondere Notwendigkeit/Bedeutung, Methoden zur Konzeptionierung, Messung und Sicherstellung von Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit, Analyse und Beurteilung von Qualitätsmanagementansätzen im Gesundheitstourismus auf der Basis von Qualitätsauszeichnungen, Zertifizierungen und Gütesiegeln.					
Literatur					
Illing, K.-T. (2009): Gesundheitstourismus und Spa-Management, München: Oldenbourg. Groß, M. S. (2017): Gesundheitstourismus, Konstanz und München: UVK/utb. Berg, W. (2008): Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München: Oldenbourg. Lohmann, M./Winkler, K. (2005): Gesundheitsreisen. Wellness, Fitness und Kur, Special der Reiseanalyse, hrsg. v. FUR, Kiel. Grimm, B./Winkler, K. (2011): RA 2011 und RA 2010. Gesundheitsorientierte Urlaubsformen: Strukturen, Potentiale und Ansprüche, hrsg. v. FUR, Kiel.					

- GKV-Spitzenverband (Hrsg.): Leitfaden Prävention (in der aktuellen Fassung).
- BMWi (Hrsg., 2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Leitfaden, Berlin.
- BMWi (Hrsg., 2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Branchenreporte, Berlin.
- DHV (Hrsg.): Gesundheitskompetenz in Heilbädern und Kurorten, Berlin (in der aktuellen Fassung).
- DHV (Hrsg.): Deutscher Bäderkalender, Gütersloh: Flöttmann.
- Nahrstedt, W. (2008): Wellnessbildung. Gesundheitssteigerung in der Wohlfühlgesellschaft, Berlin: ESV.
- Wiesner, K.A. (2007): Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin: ESV.
- Lanz Kaufmann, Eveline (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investition und Qualitätsverbesserungen, Bd. 38 der Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, hrsg. v. FIF, Bern: FIF.
- Richter, B./Pütz-Willems, M. (Hrsg., 2002): Wellness + Wirtschaft. Professionell und Profitabel. Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten, Augsburg: Willems.
- Dettmer, H. (Hrsg., 2004): Wellness in der Hotellerie, Stuttgart: Holland+Josenhans.
- Smith, M. / Puczkó, L. (2009): Health and wellness tourism, Butterworth-Heinemann.
- Sonnenschein, M. (2009): Medical Wellness & Co. Der Gesundheitsvorsorge-tourismus in Deutschland. Angebot und Nachfrage im Wandel, Diss., Berlin.
- Klein, A. (2014): Lifestyles of Health and Sustainability: Gestaltung touristischer Angebote unter Berücksichtigung der LOHAS, Diss., Bd. 2 der Schriftenreihe Touristik. Interdisziplinäre Beiträge zur Tourismuswissenschaft, Hamburg: Dr. Kovac.
- Baumgarten, K./Joensson, N. (2005): Wellness & Gesundheitsförderung. Konzepte, Angebote und Zusammenhänge, Gamburg: Verlag für Gesundheitsförderung.
- Krczal, A./Weiermair, K. (Hrsg., 2011): Qualitätsmanagement in Wellnesseinrichtungen. Erfolg durch Kundenorientierung und hohe Standards, Berlin: ESV.
- Pechlaner, H./Fischer, E. (Hrsg., 2006): Qualitätsmanagement im Tourismus. Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit, Bd. 15 der Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur der EURAC, Wien: Linde.
- Müller, H. (2000): Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Berlin, Stuttgart und Wien: Haupt Verlag.
- Bruhn, M. (ab 2011): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin und Heidelberg: Springer Verlag.
- Bruhn, M./Stauss, B. (aktuellste Aufl.): Dienstleistungsqualität. Konzepte, Methoden, Erfahrungen, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Parasuraman, A./Zeithaml, V.A./Berry, L.L. (1985): A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, in: Journal of Marketing, Vol. 49, Fall, S. 41-50.
- Haller, S. (1993): Methoden zur Beurteilung von Dienstleistungsqualität. Überblick zum State of the Art, in: zfbf 45 (1/1993), S. 19-40.
- Gierl, H./Helm, R. (1998): Die Messung der Dienstleistungsqualität. Befunde aus dem Einsatz von Servqual und des zugrundeliegenden Gap-Modells, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Nr. 4, S. 256-372.
- Benkenstein, M. (1993): Dienstleistungsqualität. Ansätze zur Messung und Implikationen für die Steuerung, in: ZfB, Jg. 63, H. 11, S. 1095-1116.
- Edvardsson, B./Roos, I. (2001): Critical incident technique. Towards a framework for analysing the criticality of critical incidents, in: International Journal of Service Industry Management, Vol. 12 (3), S. 251-268.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management im Gesundheitstourismus C: Vertiefende Aspekte im Gesundheitstourismus-Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft, Internationales Tourismusmanagement		PL: Arbeitsmappe oder KA		Seminar	Prof. Dr. I. Behn-Künzel
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, Wissen aus anderen Lehrveranstaltungen mit dem Wissen aus den Schwerpunktmodulen zu verknüpfen. - erwerben neues und weiterführendes Wissen durch eine vertiefende Betrachtung exemplarischer Themen und Fragestellungen im theoretischen und praxisbezogenen Kontext. - lernen, insbesondere auf der Basis von eigenen Seminarbeiträgen, fachliche Fragestellungen analytisch-wissenschaftlich aufzubereiten, in den Bezug zur Praxis zu stellen und Lösungsansätze argumentativ zu verteidigen. - sind in der Lage, die Umsetzung von Seminarbeiträgen anderer Kursteilnehmenden inhaltlich und formalkritisch einzuordnen und zu interpretieren. - optimieren ihre Fähigkeiten und Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten, Präsentieren, Moderieren und Diskutieren. 					
Lehrinhalte					
Teilnehmerindividuelle analytisch-wissenschaftliche Aufbereitung und verschiedenartige didaktische Umsetzung von Fachthemen und Fragestellungen aus Tourismusbetriebswirtschaft, Gesundheitswirtschaft und Gesundheitswissenschaft wie z. B. zu Betrieblichem Gesundheitsmanagement, Informations- und Kommunikationstechnologien sowie Finanzierungsansätze im Gesundheitstourismus, Medizintourismus, Therapieformen im Gesundheitstourismus oder zur Ausgestaltung gesundheitstouristischer Produkte im Kontext touristischer Leistungsträger (z. B. im Kreuzfahrt-, Reiseveranstalter, Beherbergungs-, Destinationssektor). Die Kursteilnehmenden erhalten ein umfangreiches Coaching und Feedback durch die Dozentin/den Dozenten.					
Literatur					
Auf das jeweilige Fachthema bezogene wissenschaftliche und Fachliteratur, u. a. die in den Modulen A und B des Studienschwerpunktes dargestellte Literatur.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler B: Spezielle betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Touristikmanagements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h + Hausarbeit oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - lernen wesentliche Umfeldfaktoren, rechtliche Rahmenbedingungen, Managementbereiche, Strategien und operative Handlungsansätze für Reiseveranstalter und Reisemittler kennen. - erlangen vertiefte Kenntnisse in folgenden juristischen Bereichen: reiserechtliche Grundlagen des BGB und anderer relevanter nationaler und internationaler Gesetze; rechtliche Stellung des Reiseveranstalters und des Reisemittlers; Urteile zum Reiserecht in Deutschland; Gestaltung der AGB beim Reiseveranstalter; aktuelle Probleme des Wettbewerbsrechts. - erlangen die Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Lösung von Rechtsfällen. 					
Lehrinhalte					
Historische Entwicklung und heutige Bedeutung des Veranstalter- und Reisemittlermarktes (weltweit, europaweit, in Deutschland); dienstleistungsspezifische und daraus resultierende betriebswirtschaftliche und rechtliche Besonderheiten der Veranstalter- und Reisemittlerleistungen; ausgewählte quantitative und qualitative Aspekte der Tourismuskonsumnachfrage, insbesondere Tourismustrends inkl. ökologischer Aspekte (Nachhaltigkeit); Arbeitsmarkt Reiseveranstalter/-mittler inkl. Tarif- und Arbeitsverträge und deren rechtlicher Rahmen; Prozess der Wertschöpfung, Wertschöpfungskette und Grundlagen des Wertschöpfungsmanagements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; Reisevertragsrecht (insbes. rechtliche Relevanz der Reisekataloge und sonstiger Trägermedien; Regelungen und Rechtsprechung zu § 651 BGB; Recht der Allgemeinen Reisebedingungen); Grundzüge internationaler rechtlicher Rahmenbedingungen (insbes. Montrealer Abkommen und EU-Richtlinien zur Entschädigung von Reisenden); wettbewerbsrechtliche Aspekte des Touristikmarketing (insbes. UWG, PAngVO); Insolvenzabsicherung; Beispiele früherer höchstgerichtlicher und aktueller Rechtsprechung; Reklamations-/Qualitätsmanagement in der Veranstalterpraxis; Fallstudien und Rechtsfälle					
Literatur					
Bechhofer, Jack, Reisevertragsrecht, neueste Auflage Berg, Waldemar, Tourismusmanagement, neueste Auflage Eckert, Hans-Werner, Die Risikoverteilung im Pauschalreiserecht, neueste Auflage Eisner, Helmut, Reiserecht-Entscheidungen, hrsg. vom ADAC-Verlag, neueste Auflage Falk, Bernd (Hrsg.), Dienstleistungsmarketing, neueste Auflage Freyer, Walter, Tourismus-Marketing, neueste Auflage Führich, Ernst, Reiserecht, Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, neueste Auflage Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, Grundzüge des Zivil-, Handels-, Gesellschafts-, Wettbewerbs- und Verfahrensrechts für Wirtschaftswissenschaftler und Unternehmenspraxis, neueste Auflage Heinz, Thomas, Reisevertragsrecht in der Praxis, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Strukturanalyse des deutschen Reiseveranstaltermarktes, neueste Auflage					

Kolbeck, Felix / Rauscher, Marion, Tourismus-Management, Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, neueste Auflage
Kotler, Philip et al, Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, neueste Auflage
Kreutzer, Ralf T., Praxisorientiertes Marketing, Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, neueste Auflage
Mundt, Jörn, Reiseveranstaltung, neueste Auflage
Pompl, Wilhelm, Touristikmanagement, neueste Auflage
Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, neueste Auflage

Fachbeilagen der Fachzeitschrift FVW zum Reisevertrieb und zum Reiseveranstaltermarkt, aktuelle Jahrgänge
Reiseanalysen der FUR, aktuelle Jahrgänge
sowie die gesetzlichen Grundlagen/Gesetzestexte (BGB etc.)

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Management der Reiseveranstalter und Reisemittler C: Marketing und Wertschöpfungsoptimierung bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h + Hausarbeit oder Kursarbeit		Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - lernen aufeinander abgestimmte Strategien und Maßnahmen zum erfolgreichen Lenken und Leiten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen. - vertiefen spezielle Management- und Marketingstrategien sowie operative Handlungsansätze zur Optimierung der Wertschöpfungsaktivitäten von Reiseveranstaltern und Reisemittlern. - lernen spezifische organisatorische und personalwirtschaftliche Probleme und Lösungsansätze bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern kennen und lösen. - erlernen und nutzen hierzu spezielle Managementtechniken und IT-Tools (z. B. Clusteranalysen im Rahmen der Marktsegmentierung; DTP-Software im Rahmen der Reisekatalogerstellung; Gesprächstechniken im Rahmen der Mitarbeitermotivation etc.). - werden über aktuelle Entwicklungen der Branche informiert und erwerben Kenntnisse über wichtige „Player“ und Persönlichkeiten der Branche. - perfektionieren ihre Fähigkeit zur Bearbeitung von Fallstudien und zur Ergebnispräsentation. - werden so zur Wahrnehmung von Aufgaben des mittleren bis höheren Managements bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern befähigt. 					
Lehrinhalte					
Marktsegmentierung bei Reiseveranstaltern (Varianten, Zielgruppendefinition, Anwendung multivariater Verfahren (insbes. Clusteranalyse)), spezifisches Marketing, insbes. Reisekataloggestaltung (Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Design, Layout- und Drucktechnik) und Grundzüge des Internet-Marketing; strategische Programmplanung (Portfolio-Analysen, Sortimentsanalysen); Individualisierung touristischer Leistungen (Bausteinsysteme, Dynamic Packaging, Direkt-Marketing im Tourismus, CRM); Konfliktfelder zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern; vertikale Integration und Diversifikation in der Touristik; Yield Management für Reiseveranstalter; Strategien eines nachhaltigen Tourismus für Reiseveranstalter (inkl. CSR); Probleme der Aufbau- und Ablauforganisation bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern; spezielle Aspekte des Personalmanagements, insbes. der Mitarbeitermotivation und der Mitarbeiterentlohnung bei Touristikunternehmen; aktuelle Branchenentwicklung; Fallstudien mit Ergebnispräsentation.					
Literatur					
Berg, Waldemar, Tourismusmanagement, neueste Auflage Eschenbach, Rolf / Eschenbach, Sebastian, Strategische Konzepte: Ideen und Instrumente von Igor Ansoff bis Hans Ulrich, neueste Auflage Freyer, Walter, Tourismus-Marketing, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Expansionsstrategien im Tourismus, aktuelle Auflage Kirstges, Torsten, Management von Tourismusunternehmen, neueste Auflage Kirstges, Torsten, Sanfter Tourismus, neueste Auflage Kirstges, Torsten / Lück, Michael (Hrsg.), Global Ecotourism Policies and Case Studies, Perspectives and Constraints, Channel View Publications Kotler, Philip et al, Marketing-Management, Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, neueste Auflage					

Kotler, Philip et al, Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition, neueste Auflage
Kreutzer, Ralf T., Praxisorientiertes Marketing, Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, neueste Auflage
Mundt, Jörn, Reiseveranstaltung, neueste Auflage
Pompl, Wilhelm, Touristikmanagement, neueste Auflage
Roth, Peter/Schrand, Axel (Hrsg.): Touristikmarketing, neueste Auflage
von Dörnberg, Adrian / Freyer, Walter / Sülberg, Werner, Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-
Management, Funktionen - Strukturen - Prozesse, neueste Auflage

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie B: Strategisches Management und Consulting I					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1h und Referat oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen NN
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Entwicklung in verschiedenen Teilmärkten, u. a. Hotelketten, Systemgastronomie. - können die Methodik der Erfolgsfaktorenforschung erläutern und anwenden. - kennen branchenübliche Verträge in Hinblick auf die Bewirtschaftung von Hotel- und Gastronomiebetrieben, insbesondere Miet-, Pacht-, und Managementverträge sowie Franchiseverträge. - kennen spezielle rechtliche Regelungen, u. a. Mieterdienstbarkeiten, Getränkebezugsverpflichtungen. - können branchentypische Kennzahlen beschreiben und berechnen. - können typische Ertrags- und Kostenstrukturen für ausgewählte Hoteltypen beschreiben. - können branchentypische Teilkostensysteme beschreiben und anwenden. - können Vollkostenrechnungssysteme beschreiben und anwenden. - kennen Preismanagement und Yield-Management-Systeme. 					
Lehrinhalte					
Gestaltung von Miet-, Pacht- und Leasingverträgen; Risiken und Chancen von Management- und Franchiseverträgen, Hybridverträge, Bezugsverpflichtungen einschl. Dienstbarkeit, Unternehmenskooperation und Konzentration, insbesondere Hotelketten und Systemgastronomie, Erfolgsfaktoren, u. a. funktionale Entkopplung, Entwicklung von Hotel- und Gastronomiemarken, einzelbetriebliche Erfolgsfaktoren, u. a. Betriebsgrößen, Optimierung der Kombination von einzelnen Leistungsbereichen Logis, Gastronomie, Wellness, Konferenzbereiche, etc. pp., branchentypische Kennzahlen, Anwendung von Betriebsvergleichen, Kostenartenrechnung, Teilkostenrechnung einschl. uniform system of accounts for the lodging industry, Vollkostenrechnung, Preispolitik, Yield-Management					
Literatur (jeweils aktuelle Auflage)					
DWIF, Hotelbetriebsvergleich, BBG Betriebsvergleich Hotellerie und Gastronomie Deutschland Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut, Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends Freyberg, Burkhard von (Hrsg.), Hospitality Controlling Gardini, Marco A., Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie Gardini, Marco A., Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte - Wettbewerbskontext – Unternehmenspraxis Gewalt, Stefan, Hotel-Controlling Hänslér, Karl-Heinz (Hrsg.), Management in der Hotellerie und Gastronomie Hotel Association of New York City, Uniform system of accounts for the lodging industry Henschel, Karla U. / Gruner, Axel / von Freyberg, Hotelmanagement Meyer, Hartmut, Management in der Gastronomie Miller, Jack E., Hayes David K., Basic food and beverage cost control Posluschny, Peter, Kostenrechnung für die Gastronomie					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Strategisches Management und Consulting in der Hotellerie und Gastronomie C: Strategisches Management und Consulting II - Strategien in Hotel- und Gastronomiemärkten					
Semester	Angebots- frequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semester- weise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1h und Referat oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe		Seminaristische Lehrveranstaltung	Prof. J. Berlingen
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen Controlling-Instrumente in Hotellerie und Gastronomie. - können strategische Faktoren untersuchen und können Instrumente strategischer Planung anwenden. - können die Entwicklung von Hotelmarken beschreiben und geeignete Hotelmarken für Projekte auswählen. - kennen finanz- und immobilienwirtschaftliche Rahmenbedingungen, Akteure. - kennen die Methodik von Standortanalysen, Wettbewerbsanalysen, Marktanalysen. - kennen Methoden zur Beurteilung des Erfolgspotentials von Hotels bzw. Hotelprojekten. - können Markt- und Wettbewerbsverhältnisse beurteilen. - können Entwicklungspotential in verschiedenen Marktsegmenten beurteilen. - wissen, wie Hotelstrukturen optimiert werden können. - können Studien und Masterpläne unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit von Hotels beurteilen. - können Chancen und Risiken von Gastronomiekonzepten identifizieren. - können Feasibility-Studien erarbeiten / prüfen. - kennen die Aufgaben des Asset-Managements. - kennen Marktstrukturen in der Branche Hotellerie- / Gastronomie-Consulting. - Fallstudien 					
Lehrinhalte					
Controlling-Instrumente in Hotellerie und Gastronomie, Strategieentwicklung in Beherbergungs- und Gastronomiemärkten, Anforderungen an Unternehmensleitbild und Unternehmenskultur, Entwicklung von Hotelmarken, Struktur und Anforderungen für die Gewinnung von Investoren in Hotels, Strukturierung von Hotelportfolios, Inhalt und Aufbau von Standortanalysen mit Gewichtung der relevanten Standortfaktoren, Inhalt und Aufbau von Wettbewerbsanalysen, Grundlagen der Projektentwicklung und Projektplanung einschließlich Konzepte zur Optimierung aller Leistungsbausteine, Chancen und Risiken der Umwandlung von Bestandsimmobilien in Hotels, Identifizierung von Wertsteigerungspotentialen, Entwicklung von Marketingkonzepten, Fallstudien zu Feasibility-Studien					
Literatur (jeweils aktuelle Auflage)					
Doerner, Ralph-Walther, Niemeyer Matthias (Hrsg.), Kompendium der Hotelimmobilie Ehlen, Tobias / Scherhag, Knut, Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends Fidlschuster, Martina, Fidlschuster Klaus (Hrsg.), Grundlagen des Hotelinvestments Freyberg, Burkhard von (Hrsg.), Hospitality Controlling Freyberg, Burkhard von, Zeugfang, Sabrina, Strategisches Hotelmanagement Freyberg, Burkhard von (Hrsg.) Hospitality Development Freyberg, Burkhard von, Steppat Susanne (Hrsg.), Hospitality Consulting					

Gardini, Marco A., Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte - Wettbewerbskontext – Unternehmenspraxis
Gardini, Marco A., Marketing-Management in der Hotellerie
Gardini, Marco A., Mit der Marke zum Erfolg
Hänsler, Karl-Heinz (Hrsg.), Management in der Hotellerie und Gastronomie
Henschel, Karla U. /Gruner, Axel / von Freyberg, Hotelmanagement
Kotler, Philip, Bowen, John T., Seyhmus, Baloglu, Marketing for hospitality and tourism
Olsen, Michael D., West, Joseph J., Ching Yick Tse, Strategic management in the hospitality industry
Rushmore, Stephen, Baum; Erich, Hotels & Motels valuation and market studies

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Verkehrsträgermanagement B: Management von Flughäfen und Fluggesellschaften					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung und Übungen	U. Moritz NN (Denomination W78)
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können praxisrelevante Problem- und Fragestellungen anhand des erlernten Methodenwissens analysieren und zielorientierte Lösungsansätze ableiten. - verstehen die Grundlagen der Luftverkehrspolitik. - kennen die wichtigsten nationalen und internationalen Luftverkehrsorganisationen. - erkennen die Rahmenbedingungen, die das Luftverkehrsrecht für Managemententscheidungen setzt. - erkennen die Grundlagen und Rahmenbedingungen des unternehmensbezogenen Managements von Flughäfen und Fluggesellschaften, - können die Instrumente des Marketing-Mix anwenden. - kennen die Grundlagen der nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen. - kennen der Geschäftsmodelle und Finanzierungsalternativen der Flug- und Flughafengesellschaften. 					
Lehrinhalte					
Einführung in die Luftverkehrspolitik, Erscheinungsformen des Luftverkehrs, Angebot und Nachfrage im Luftverkehrsmarkt, Slot- und Hubmanagement, Organisationen des internationalen Luftverkehrs, Träger und Segmente des internationalen Luftverkehrs, Standardisierungen und Regelwerke des internationalen Luftverkehrs, Einführung in das Management von Fluggesellschaften und seine Spezifika, Aufgaben und Prozesse des Airline-Managements, Aufgaben und Prozesse des Flughafen-Managements, Geschäftsmodelle und Finanzierung der Flug- und Flughafen-Gesellschaften, Marketing- und Yield-Management, Preisbildung, Vertriebswege, Business Travel Management, Netzwerk-Management, Kommunikationsmanagement, Flugsicherungswesen, Luftverkehrsgesellschaften im Rahmen internationaler Transport- und Tourismuskonzerne, Flugsicherungswesen, Logistik und Luftfracht-Management im Zusammenwirken mit anderen Verkehrsträgern, Verkehrsträger-Integration und Verkehrswegeoptimierung.					
Literatur					
Conrady,R.: Luftverkehr, Berlin: De Gruyter, 2012 Groß, Sven; Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen, München: Oldenbourg, 2011 Meffert,Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015 Schulz, Axel: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr, Berlin: De Gruyter, 2009 Pompl, Wilhelm: Luftverkehr, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement						
Verkehrsträgermanagement C: Nachhaltige Mobilitätskonzepte im Tourismus						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht im Schwerpunkt	5	4	
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Kursarbeit		Vorlesung und Übung	U. Moritz NN (Denomination W78)	
		Voraussetzung für die Teilnahme				
		keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erkennen die Mobilität als notwendigen Bestandteil der touristischen Dienstleistung. - können die Stärken und Schwächen verschiedener Nachhaltigkeitsmodelle erkennen und die Stärken und Schwächen der einzelnen Modelle analysieren. - erwerben Kenntnisse über relevante Schadstoffe und deren Auswirkungen auf Mensch und Natur. - erwerben Kenntnisse der nachhaltigen Prozessgestaltung. - erkennen die Notwendigkeit der Mobilitätsvernetzung. - erlernen der Fähigkeit neue Mobilitätsbausteine zielgerichtet einzusetzen. - verstehen den unabdingbaren Zusammenhang zwischen der Verknüpfung von Zukunft der Energie und Zukunft der Mobilität. - sind sich der besonderen ökologischen Verantwortung der Marktteilnehmer bewusst. 						
Lehrinhalte						
Elemente der touristischen Dienstleistung, Ansprüche der touristischen Zielgruppen an die Produktgestaltung der Verkehrsträger, ökologische Auswirkungen der verschiedenen Produktionsmittel der Verkehrsträger, Vorstellung von unterschiedlichen Nachhaltigkeitsmodellen, Gütesiegel, Beruhigungsmittel „atmosfair“, Anwendungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsmodelle in Hinblick auf die touristische Dienstleistung, Ist-Analyse des aktuellen Angebotes verschiedener Verkehrsträger unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, Beurteilung von den unterschiedlichen Transportleistungen ins und im Zielgebiet, Bewertung von Interkontinentalen Flügen und Hochseekreuzfahrten, flexible multimodale Mobilität in der Touristik, Nachhaltigkeitsdenken als notwendiger Bestandteil der Social Entrepreneurship, Zusammenhang der alternativen Energiegewinnung und der touristischen Transportleistung, Vorstellung der touristischen Verkehrsleistung der Zukunft. Übung: Bewertung verschiedener Katalogreisen hinsichtlich der Transportleistung und Entwicklung von nachhaltigen Alternativen.						
Literatur						
Kern, I.: „Busreisen im Kontext des nachhaltigen Tourismus: Nachhaltige Busreisen - eine Chance und Perspektive für die Bustouristik und den nachhaltigen Tourismus“, Kiel: Grin Verlag, 2011 Mordhorst, H.: „Nachhaltigkeit im Kreuzfahrttourismus“, Hamburg, Diplomica-Verlag, 2016 Quaschnig, V.: „Regenerative Energiesysteme: Technologie - Berechnung – Simulation“, München: Carl Hanser Verlag, 2015						

Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
BWL-Investition und Finanzierung					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. C. Drees-Behrens Prof. Dr. R. Heno Prof. Dr. S. Janßen Prof. Dr. A. Schmidt Dr. C. Wobbe
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Kenntnisse der Funktionen, Objekte und Akteure der Finanzmärkte. - kennen die den Unternehmen verschiedener Größe zugänglichen Finanzierungsarten und Finanzierungsformen. - sind in der Lage, anhand der finanzwirtschaftlichen Ziele eines Betriebs alternative Investitionsprojekte ökonomisch zu beurteilen. - können aus unterschiedlichen Finanzierungsalternativen eine zielgerichtete Auswahl treffen. - verfügen über Kenntnisse von Finanzplanungstechniken. 					
Lehrinhalte					
Ziele finanzwirtschaftlichen Handelns, Investitionsbegriff, Investitionsplanungsprozess einschließlich der statischen und dynamischen Verfahren der Wirtschaftlichkeitsberechnung, Modelle der simultanen Investitions- und Finanzplanung, Methoden der Kapitalbedarfsplanung, Finanzierungsbegriff, Funktionen, Struktur und Akteure der Finanzmärkte, Finanzierungsarten und -formen (Außen- und Innenfinanzierung, Fremd- und Eigenfinanzierung), Finanzierung bei besonderen Anlässen, Methoden der Effektivzinsberechnung von Finanzierungsalternativen, Entscheidungshilfen für das Finanzmanagement (Finanzierungsregeln, Leverage-Effekt), Grundzüge der Finanzplanung.					
Literatur					
Brealey, R./Myers, S.: Principles of Corporate Finance, New York (McGraw-Hill Verlag) Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne/Berlin (NWB Verlag); Däumler, K.-D.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, Herne (NWB Verlag); Drees-Behrens, C./Kirspele, M./Schmidt, A./Schwanke, H.: Finanzmathematik, Investition und Finanzierung, München Wien (Oldenbourg Verlag); Jahrmann, F.-U.: Finanzierung, Herne/Berlin (NWB Verlag); Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München (Vahlen Verlag); Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung, Heidelberg (Verlag Recht und Wirtschaft); Wöhe, G./Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München (Vahlen Verlag);					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Anwendung Steuerrecht in der Tourismuswirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung	Prof. M. Bartsch
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden sollen <ul style="list-style-type: none"> - Grundkenntnisse des Besteuerungsverfahrens erwerben. - grundlegende Probleme aus dem Bereich der Ertragsteuern anhand von Fallbeispielen erkennen und lösen können. - den Gewinn eines Einzelunternehmens mittels einer Einnahme- / Überschuss-Rechnung berechnen können. - die grundlegende umsatzsteuerliche Systematik kennenlernen und anhand von Fallbeispielen umsatzsteuerliche Probleme erkennen und lösen können. 					
Lehrinhalte					
<u>Einkommensteuer</u> Stellung der Einkommensteuer im Steuersystem, Aufbau des EStG, Erhebungsformen der ESt, Entstehung, Fälligkeit, Anrechnung, unbeschränkte persönliche Steuerpflicht, Veranlagungsarten, sachliche Einkommensteuerpflicht mit den Einkunftsarten, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens und der tariflichen Einkommensteuer. Im Einzelnen u. a. Einkunftsarten, Einnahmen, Werbungskosten, nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung, Einnahme-Überschuss-Rechnung, Zufluss-Abfluss-Prinzip, Gewinnermittlungsarten, Betriebsausgaben, nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, Steuerbefreiungen, Abgrenzungsprobleme der gewerblichen Einkünfte, Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen. Anrechnung der Gewerbesteuer.					
<u>Umsatzsteuer</u> Einführung in das Steuersystem der Bundesrepublik und in das System der Umsatzsteuer, Steuerbarkeit (u. a. mit der Unternehmereigenschaft, der Beschreibung des Rahmens des Unternehmens, den Leistungsarten, der Einheitlichkeit der Leistung, den unentgeltlichen Leistungen und der Ortsbestimmung aller Leistungen, auch von Reihengeschäften), die Steuerbefreiungen, auch mit Optionsmöglichkeiten, den Steuersätzen, der Bemessungsgrundlage mit Sonderfällen, Änderung der Bemessungsgrundlage, dem Steuerschuldner, der Entstehung der Steuer, dem Reverse-Charge- Verfahren, Rechnungsvoraussetzungen, dem Vorsteuerabzug, Reiseleistungen und dem Besteuerungs- und Anmeldeverfahren.					
<u>Körperschaft-, Gewerbe-, Zuschlagsteuer und das steuerliche Verfahrensrecht</u> Systematischer Überblick und Grundkenntnisse					
Literatur					
Rose, Gerd und Watrin, Christoph: Ertragsteuern: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer (Betrieb und Steuer, Band 1), Erich Schmidt-Verlag Rose, Gerd und Watrin, Christoph: Umsatzsteuer: mit Grunderwerbsteuer und kleineren Verkehrsteuern (Betrieb und Steuer, Band 2) oder Bornhofen, Manfred und Bornhofen, Martin: Steuerlehre 1 Rechtslage 2017: Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer					

Bornhofen, Manfred und Bornhofen, Martin: Steuerlehre 2: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer, Springer Gabler
Umsatzsteuer in der Touristik mit Freizeitwirtschaft und Business Travel aus dem Erich Schmidt Verlag
von StB Dipl.-Bw. (FH) Cyrilla Wolf

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Spezielle Aspekte des Internationalen Tourismusmanagements (englischsprachig)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
					54h 96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Klausur 1,5h oder Klausur 1h und Hausarbeit oder Klausur 1h und Referat oder Hausarbeit oder Kursarbeit oder Arbeitsmappe	Seminar	Prof. Dr. T. Kirstges T. Knautz	
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefte Kenntnisse über Aufkommens- und Zielländer des internationalen Tourismus und diesbezügliche leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien internationaler Tourismusunternehmungen. - haben die Fähigkeit erlangt, internationale Entwicklungen in der Tourismuswirtschaft zu analysieren und kritisch zu hinterfragen. - verstehen die Marktentwicklungen, -zusammenhänge und -einflüsse der internationalen Tourismuswirtschaft. - verstehen die politischen, soziologischen und ökologischen Einflüsse durch und auf die Tourismusindustrie in unterschiedlichen Ländern. - sind in der Lage, Statistiken und Analysen zum internationalen Tourismus zu verstehen, zu hinterfragen und selbstständig zu erstellen und haben eine Vorstellung der Einflüsse der Digitalisierung auf die Datengewinnung und Datennutzung. - bilden sich ihre Meinung über verschiedene Managementmethoden und lernen diese zu erkennen und zu hinterfragen. - sind in der Lage, ihren eigenen Führungs- und Entscheidungsstil wahrzunehmen und zu reflektieren. 					
Lehrinhalte					
Marktanalysen von Aufkommens- und Zielgebietsländern (anhand ausgewählter Beispiele, wie Deutschland, China, Spanien); Erscheinungsformen der Zielländer und ihrer Risiken; leistungswirtschaftliche, finanzwirtschaftliche und Marketingstrategien in der internationalen Tourismuswirtschaft; Auswirkungen der Tourismuswirtschaft auf die Investitionsländer; Analyse und Researchmethoden mit besonderem Schwerpunkt auf quantitativer Datenerhebung durch digitale Methoden („Big Data“); politische, soziologische und ökologische Einflüsse auf und durch die Tourismusindustrie; Übersicht der unterschiedlichen Tourismusunternehmen, Leistungsträger und Einordnung der Gesamtzusammenhänge der Tourismusindustrie auf mikroökonomischer Ebene; Managementtheorien; Definition und Abgrenzung von Managementaufgaben bei international agierenden Tourismusunternehmen; Bestandteile des Organisationsmanagements: Organisationsstrukturen, Arbeitsaufteilung, Koordination eines betrieblichen Systems, Entscheidungsfindung und Strategieentwicklung; Erkennung der wichtigsten Stile und Charaktereigenschaften von Führungspersonen; Innovations- und Change Management: Bedeutung in der heutigen Unternehmenspraxis und Förderung durch moderne Managementmethoden					
Die Lehrveranstaltung wird in englischer Sprache unterrichtet.					
Literatur					
Chuck, Y. Gee / Fayos-Sola, Eduardo, International Tourism: A Global Perspective (WTO), aktuellste Auflage					

Grdinić, Zvonimira Šverko / Radić, Maja Nikšić, Foreign direct investment and development of sustainable tourism: case of republic of Croatia, Faculty of **Tourism** & Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry, p447-453, neueste Auflage
Kirstges, Torsten / Lück, Michael (Hrsg.), Global Ecotourism Policies and Case Studies, Perspectives and Constraints, Channel View Publications, neueste Auflage
Lussier, Robert N., Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development, neueste Auflage
Morrison, Alison / Lynch, Paul / Johns, Nick (2004), International Tourism Networks, in: International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 16 (3), pp. 197 – 202, 2004
Robinson, Peter / Lück, Michael, Tourism, neueste Auflage
Robinson, Peter, Tourism: The Key Concepts, neueste Auflage
Socher, Karl, Tourism in the theory of international trade and payments, in: The Tourist Review, Vol. 41 (3), pp. 24 – 26, 1986
Sullivan, Charlotte, International Tourism: Planning and Development, neueste Auflage
Voigt, Peter, Internationales Reiseveranstaltungsmanagement, neueste Auflage
Webster, Craig / Ivanov, Stanislav / Illum, Steven F., The Paradigms of political economy and tourism policy: national tourism organisations and state policy, in: Mosdale, Jan (ed.), Political Economy of Tourism: A Critical Perspective, pp. 55-73, neueste Auflage

7. Semester

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Praxisphase Tourismuswirtschaft					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	18	10 Wochen Praktikum Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		SL: Praxisbericht		Praktikum	Prof. Dr. T. Kirstges Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		mindestens 150 LP aus dem 1. bis 6. Semester vorliegend			
Qualifikationsziele					
Die Praxisphase soll es den Studierenden ermöglichen, die bis dahin im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der tourismuswirtschaftlichen Praxis anzuwenden und in Ergänzung zur wissenschaftlichen Ausbildung auszubauen. Ziel ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen. Die in der Praxisphase gewonnenen Erkenntnisse können bei der Erstellung der Bachelorarbeit reflektiert und genutzt werden.					
Lehrinhalte					
<p>Die Praxisphase umfasst ein Praktikum von mindestens 10 Wochen Dauer, abzuleisten wahlweise im In- oder Ausland in einem Unternehmen aus der Tourismusbranche sowie je ein vor- bzw. nachbereitendes Praktikantenseminar. Studierende können sich ihr Praktikumsunternehmen selbst wählen; für das Praktikum zugelassene Unternehmen werden durch den Fachbereich definiert. Studierende werden zum Praktikum zugelassen, wenn sie mindestens 150 Leistungspunkte nachweisen können.</p> <p>Das Praktikum besteht in einer betreuten Tätigkeit in einer Unternehmung der Tourismuswirtschaft im In- oder Ausland, die eine dem Ausbildungsziel entsprechende Tätigkeit erwarten lässt. Der Betreuer/die Betreuerin überwacht die Einhaltung des Praktikumsplans. Im Rahmen des anwendungsorientierten Studiums nimmt das Praktikum eine besondere Stellung ein, da sie den Studierenden in geeigneten Betrieben praktische Erfahrungen und Kenntnisse zur Ergänzung des Lehrangebots an der Hochschule zu vermitteln hat und die Gelegenheit bietet, die erworbenen Kompetenzen in einem praktischen Kontext umzusetzen. Die Studierenden sind im Rahmen dieser Tätigkeit in Arbeitsabläufe des Betriebs einzubinden. Im Praktikum haben sich die Studierenden einerseits mit der organisatorischen Struktur und der Kultur der gewählten Institution vertraut zu machen, andererseits haben sie ihre eigenen fachlichen, methodischen, personalen und sozialen Kompetenzen unter Beweis zu stellen. Darüber hinaus sollen die Studierenden konkrete Erfahrungen für die Bedeutung theoretischen Wissens zur Lösung realer Probleme sammeln, um damit Erkenntnisse für ihre abschließende Bachelorarbeit zu gewinnen und ihre Chancen auf einen Einstieg ins Beschäftigungssystem zu verbessern.</p> <p>Eine vor- oder nachbereitende Lehrveranstaltung ist nicht mehr erforderlich, da diese bereits für das Praxissemester besucht wurde. Über die Praxisphase ist ein Praxisbericht zu erstellen. Durch den Praxisbericht soll festgestellt werden, ob die Studierenden gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Praxisphase thematisch zugeordnet ist, besitzen und fähig sind, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus.</p>					
Literatur					
Engst, Judith, Duden Ratgeber - Professionelles Bewerben, neueste Auflage Schade, Georg Friedrich, Praktikumsrecht, neueste Auflage Theisen, René M., Wissenschaftliches Arbeiten, neueste Auflage					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: Internationales Tourismusmanagement					
Bachelorarbeit und Projekt					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	12	Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismuswirtschaft Internationales Tourismusmanagement		PL: Bachelorarbeit mit Kolloquium und Projektbericht			Alle Lehrenden
		Voraussetzung für die Teilnahme			
		Mind. 170 LP			
Qualifikationsziele					
<p>Ziel der Bachelorarbeit ist es entsprechend den Zielen des Studiums, in Anwendung des erlernten Instrumentariums, selbstständig und verantwortungsvoll Vorschläge für praktische Probleme zu erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - sollen die berufsfeldbezogenen aktuellen und zukunftssträchtigen Fakten, Strukturen und Instrumente, die auf eine i. d. R. von einem Betrieb angetragene praktische Problemstellung angewandt werden sollen, kennen und beherrschen, um auf dieser Basis eine Problemlösung zu entwickeln. - erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen auf den konkretisierten Einzelfall und Problemlösungsweg anzuwenden ("Methodenwissen": Führungswissen, Projektsteuerung, Problemlösungsmethoden, "vernetztes Denken", Denken in verschiedenen Kategorien etc.). - wenden Techniken und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens an. - sollen die Fähigkeit entwickeln, mit Mitgliedern des Betriebs, der die Aufgabenstellung angetragen hat, und dem Betreuer effektiv, effizient und human in verschiedenen Rollen zusammenzuarbeiten. <p>Ein weiterer Aspekt ist der Einsatz der im Studium aufbereiteten professionalisierten Sensibilität und Flexibilität für den Umgang mit Menschen auf der Basis von Empathie, Konflikt- und Konsensfähigkeit, Beharrungsvermögen, soziale Offenheit und Abgrenzung, Kommunikationsfähigkeit und Präsentationsfähigkeit.</p> <p>Im Bereich der Persönlichkeit sollen folgenden Kompetenzen (= konzeptionelle Kompetenz und Entscheidungskompetenz) erworben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeit, mit unklaren und widersprüchlichen Situationen bzw. mit der offenen Problemstellung einer wissenschaftlich gestützten praktischen Lösung umzugehen. Die Studierenden müssen akzeptieren können, dass kaum alle Facetten des Problems durchdrungen werden können ("Komplexität") und dass sich die betrachteten Einflussfaktoren auf eine Entscheidung doch in nichtvorhergesagter Weise entwickeln können ("Unsicherheit"). - Fähigkeit, Entscheidungen i. S. v. Vorschlägen mit unvollständigen Informationen zu treffen ("offene Probleme"). - Lernfähigkeit und Lernbereitschaft zur Aneignung von (Fach-) Wissen und zum Verändern von Fertigkeiten und Handlungsweisen im sozialen Kontext der Erstellung der Thesis. - Fähigkeit, Neuerungen zu entwickeln und um- und durchzusetzen. - Umstellungsfähigkeit, um sich in neuen Situationen zurechtzufinden, auch wenn diese unbekannte oder ungewohnte Handlungsmuster erfordern. 					

Lehrinhalte

Die Bachelorarbeit kann in Kooperation mit einem Unternehmen aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer mindestens 170 Leistungspunkte und das Bestehen eines der Arbeit vorausgehenden Projektberichts nachweisen kann.

Durch die mündliche studienabschließende Prüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus und bedarf einer produktiven Auseinandersetzung mit dem Zielpublikum.
--

Literatur
