

Modulhandbuch

Tourism and Travel Management (B.A.)

Stand: 15.09.2025

Inhalte

1	Allgemeiner Teil	3
1.1	Einleitung	3
1.2	Allgemeine Studienziele/Qualifikationsziele	3
1.3	Zulassungsvoraussetzungen	5
1.4	Modularisierte Studiengänge - Modulprüfungen	5
1.5	Erwerb von Leistungspunkten (im ECTS)	6
2	Fachspezifischer Teil	7
2.1	Studienverlaufsplan	7
2.2	Modulbeschreibungen	10
	Einführung in die ABWL	10
	Grundlagen des Tourismus	12
	Buchhaltung und Bilanzierung	16
	Marketing und Dienstleistungsproduktion	18
	Quantitative Methoden	22
	Englisch für Touristiker	24
	Quantitative BWL I	26
	Allgemeine Volkswirtschaftslehre	29
	Spanisch/Französisch für Touristiker I / Deutsch I	31
	Veranstaltungsmanagement	33
	Hotelmanagement	35
	Business Travel Management	38
	Quantitative BWL II	40
	Wissenschaftliches Arbeiten und Soft Skills	43
	Spanisch/Französisch für Touristiker II / Deutsch II	46
	Regionale Tourismusentwicklung	48
	Verkehrsträgermanagement	50
	Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement	52
	Praxissemester	55
	Seminar Tourismusmanagement I und II	57
	Seminar Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement	57
	Seminar Verkehrsträgermanagement	59
	Seminar Regionale Tourismusentwicklung	61
	Seminar Hotelmanagement	63
	Seminar Business Travel Management	65
	Seminar Veranstaltungsmanagement	67

Marketing II	69
Recht	71
Personalwirtschaft und Organisation	73
Controlling.....	76
Wahlpflichtmodule (WPM)	79
(WPM) Wahlpflichtmodule I – II/III (allgemein)	79
(WPM) Hotelinvestment.....	81
(WPM) Gründungsmanagement / Internationale Existenzgründung.....	83
(WPM) Entwicklung von E-Learning Tools	87
(WPM) Fachsprache Englisch: Wortschatzerweiterung	89
(WPM) Spanisch/Französisch für Touristiker III	91
Vorbereitungsseminar Ausland	93
E-Business und Travel Technology	95
Bachelorarbeit.....	97
Auslandssemester	99

1 Allgemeiner Teil

Ein Hinweis vorab:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

1.1 Einleitung

Das Modulhandbuch bezieht sich auf den Studiengang »Tourism and Travel Management« am Fachbereich Touristik/Verkehrswesen. Der Studiengang umfasst sieben (ohne Auslandssemester sechs) Semester, innerhalb dieses Zeitraums werden insgesamt 210 bzw. 180 ECTS-Punkte erreicht. Bei erfolgreichem Abschluss wird der Abschlussgrad Bachelor of Arts verliehen.

Der Studiengang »Tourism and Travel Management« ist als Nachfolger des Diplomstudiengangs der »Klassiker« des Fachbereiches Touristik/Verkehrswesen.

Die Absolventen erwerben ein breites Spektrum an Kompetenzen. Der Studiengang deckt als einziger in Deutschland die komplette Wertschöpfungskette der Touristik ab und umfasst neben Hotelmanagement, Reiseveranstalter- und Reisevertriebsmanagement, Veranstaltungsmanagement, Business Travel Management und Regionale Tourismusentwicklung auch Verkehrsträgermanagement und Travel Technology. Dieses Merkmal wird durch die enge Verschränkung zwischen theoretischen und praktischen Studieninhalten und ihrer direkten Umsetzung in die berufliche Praxis während des Praxissemesters noch ergänzt.

1.2 Allgemeine Studienziele/Qualifikationsziele

Der Bachelorstudiengang »Tourism and Travel Management« führt zu einem ersten berufsqualifizierenden akademischen Abschluss. Er dient der Vermittlung der grundlegenden Zusammenhänge des Fachgebietes Touristik/Verkehrswesen, der Einführung der Studierenden in das fachspezifische betriebswirtschaftliche Arbeiten und ihrer Vorbereitung auf eine berufspraktische Tätigkeit oder ein konsekutives Master-Studium.

Absolventen kennen nach Abschluss des Bachelorstudiums die unterschiedlichen Anforderungen an Betriebe und Unternehmen in den verschiedenen Marktsegmenten des Tourismus- und Verkehrsbereiches. Sie sind in der Lage, Querverbindungen zwischen den einzelnen Segmenten herzustellen und deren Besonderheiten zu verknüpfen. Die Absolventen können grundsätzlich in allen betriebswirtschaftlich orientierten Bereichen der Touristik und des Verkehrswesens einen Arbeitsplatz finden. Aufgrund der vermittelten Methoden können die Studierenden sich selbstständig in neue Fragestellungen aus ihrem beruflichen Tätigkeitsfeld einarbeiten und eigenständig Lösungsansätze entwickeln. Umfassende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in Verbindung mit einem breiten Branchenwissen erleichtern den Absolventen den Berufseinstieg. Der Einsatz seminaristischer Unterrichtsformen in der zweiten Studienhälfte ermöglicht es den Studierenden bereits während des Studiums, die erlernte Methodenkompetenz anzuwenden und zu üben sowie kritisch zu hinterfragen.

Das Studiengangskonzept orientiert sich an den zuvor genannten Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, dienen aber auch der Persönlichkeitsentwicklung und der Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement.

Fachliche Aspekte:

Der Bachelorstudiengang »Tourism and Travel Management« ist – fachlich gesehen – eine Kombination von

- tourismus- und verkehrswissenschaftlichen Lehrinhalten auf betriebswirtschaftlicher Basis (SBWL und ABWL)
- fremdsprachlich-interkulturellen Lehrinhalten,
- Soft Skills und wissenschaftlichem Arbeiten,
- komplementärwissenschaftlichen Lehrinhalten (z. B. Recht, Volkswirtschaftslehre, Mathematik/Statistik),
- berufspraktischen Lehrinhalten (Praxissemester)

Überfachliche Aspekte:

Wissenschaftliche Befähigung

- Im Rahmen der Vorlesungen werden vielfältige wissenschaftliche Texte als Grundlagen- und vertiefende Literatur genutzt. Die Studierenden lernen so den Umgang mit wissenschaftlichen Texten und diese kritisch zu hinterfragen.
- Im dritten Semester ist ein Pflichtmodul »Wissenschaftliches Arbeiten und Soft Skills« vorgesehen, in dem im Teil »Wissenschaftliches Arbeiten« nach Abschluss des Moduls die Studierenden in der Lage sein sollen, wissenschaftstheoretische Grundlagen für das Verfassen wissenschaftlicher Texte zu verstehen, mit wissenschaftlicher Literatur umzugehen, die Prinzipien des Zitierens zu verstehen und anzuwenden sowie wissenschaftliche Texte zu verfassen.
- Die beiden Seminarveranstaltungen beinhalten eine umfangreiche eigene Literaturrecherche, das Auswerten der Literaturaussagen sowie das eigenständige Verfassen wissenschaftlicher Texte. Darüber hinaus werden die entsprechenden Kenntnisse durch Informationsgespräche während der Bearbeitungszeit sowie das individuelle Feedback-Gespräch nach Beendigung des Seminars vermittelt.
- Die Bachelorarbeit beinhaltet das eigenständige Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit einschließlich aller damit zusammenhängenden Aktivitäten (Themensuche, Festlegung der Forschungsfrage, Literaturrecherche und -auswertung, schriftliche Ausarbeitung einschließlich Literaturnachweis). Durch die intensive Betreuung der Studierenden während der Abschlussarbeits-Phase werden wissenschaftliche Kompetenzen intensiv und in vielfältiger Weise vermittelt.

Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement, Persönlichkeitsentwicklung

Am Fachbereich Touristik/Verkehrswesen werden zivilgesellschaftliches Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden durch vielfältige Angebote gefördert. Durch eine hohe Interdisziplinarität der Studiengänge und ein breites Wahlangebot an Vertiefungen und Spezialisierungen wird den Studierenden ein hohes Maß an Selbstbestimmung und Entscheidungsfreiheit gewährt. Dies und die von Hochschule und Fachbereich nachdrücklich geförderte internationale Mobilität der Studierenden entfalten i.d.R. positive Auswirkungen auf die Persönlichkeitsentwicklung.

Die Studierenden werden motiviert, schon während des Studiums in sozialen und politischen Zusammenhängen tätig zu werden, beispielsweise innerhalb der Hochschule in der Mitwirkung in den demokratischen Institutionen und Gremien der studentischen und/oder akademischen Selbstverwaltung. Die tatsächliche Mitbestimmung soll den Studierenden die Bedeutung von zivilgesellschaftlichem Engagement in ihrer direkten Umgebung verdeutlichen und sie motivieren, ihre Meinung aktiv und konstruktiv einzubringen und sich auch nach dem Studium zu engagieren.

Befähigung zur qualifizierten Erwerbstätigkeit

Der Bachelorstudiengang »Tourism and Travel Management « ist konsequent an der Aufgabe ausgerichtet, ein solides und möglichst umfassendes Grundlagenwissen zu vermitteln, was

insbesondere darin zum Ausdruck kommt, dass eine Spezialisierung weitgehend vermieden wird: Alle sechs Speziellen Betriebswirtschaftslehren sind für alle Studierenden verpflichtend. Eine segmentspezifische Spezialisierung erfolgt lediglich im Rahmen des Seminars Tourismusmanagement I + II. Dadurch soll – berufsfeldbezogen – eine breite Einsetzbarkeit der Absolventen und damit deren grundsätzlich universelle Beschäftigungsfähigkeit (Employability) im Feld Touristik/Verkehrswesen sichergestellt werden.

Absolventen des Studienganges eröffnen sich vielfältige Wirkungskreise als Fach- und Führungskräfte im Management von Unternehmen, Verbänden und Institutionen der Reise- und Touristikbranche und tourismusnahen Bereichen. Hierzu zählen insbesondere:

- Reiseveranstalter (stationär, virtuell)
- Reisebüros (stationär, virtuell)
- Veranstaltungswirtschaft (Messen, Kongresse, Events)
- Fluggesellschaften
- Flughäfen
- Schienenverkehrsunternehmen
- Busreiseveranstalter
- Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)
- Kreuzfahrtveranstalter/Schiffsreiseunternehmen
- Destinationsmanagement
- Tourismusverantwortliche in Kommunen und Landratsämtern, auf Landes- und Bundesebene
- Kur- und Bäderwesen
- Fremdenverkehrsverbände
- Hotellerie
- Autovermieter
- Geschäftsreiseindustrie (Reisestellen in Unternehmen, Geschäftsreisebüros, Kreditkartenunternehmen/ Abrechnungssysteme)

1.3 Zulassungsvoraussetzungen

§ 4 Zugangsvoraussetzungen, Studienbeginn (zu § 6 RPO)

Über die in § 6 RPO geregelten Zugangsvoraussetzungen hinaus gilt folgende weitere Zugangsvoraussetzung:

Studienbewerberinnen und Studienbewerber müssen innerhalb des ersten Studienjahres durch einen Sprachtest nachweisen, dass sie über Kenntnisse in der Pflicht-Fremdsprache Englisch verfügen. Nachzuweisen ist mindestens die Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Der Nachweis kann auch durch Bestehen der Prüfung im Modul 15 des Anhangs der FPO erfolgen. Wird dieser Nachweis nicht fristgerecht erbracht, so wird die Einschreibung (Rückmeldung) in das Folgesemester versagt. Neben Sprachkenntnissen in Englisch sind Kenntnisse in einer zweiten Fremdsprache, insbesondere Französisch oder Spanisch erwünscht.

1.4 Modularisierte Studiengänge - Modulprüfungen

Der Bachelorstudiengang »Tourism and Travel Management« ist in Modulen organisiert. Unter Modulen versteht man in sich abgeschlossene Lehr- und Lerneinheiten, die aus mehreren inhaltlich aufeinander bezogenen Lehrveranstaltungen (z. B. aus Seminaren, Vorlesungen, Übungen) bestehen.

In jedem Modul werden bestimmte fachspezifische und/oder berufsbezogene Qualifikationen vermittelt. Am Ende eines jeden Moduls steht eine Modulprüfung, in der festgestellt wird, ob die vorgesehenen Studien- und Qualifikationsziele erreicht wurden. Die Ergebnisse der Modulprüfungen werden bewertet und fließen in die Abschlussnote (siehe Prüfungsordnung) ein.

Die Modulbeschreibungen im fachspezifischen Teil informieren über die Qualifikationsziele und Inhalte der einzelnen Module, über die zugehörigen Lehrveranstaltungen und über die jeweilige Modulprüfung.

Die Modulsprache wird vom Lehrenden jeweils zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gegeben.

1.5 Erwerb von Leistungspunkten (im ECTS)

In den Bachelor- und Masterstudiengängen werden mit Bezug auf das effektive Arbeitspensum (Workload) der Studierenden Leistungspunkte (Credit Points) nach dem European Credit and Transfer and Accumulation System (ECTS) vergeben. Die Leistungspunkte (Credit Points) drücken aus, wie viel Zeit Studierende im Durchschnitt aufwenden müssen, um die vorgesehenen Qualifikationsziele des jeweiligen Studienabschnittes zu erreichen. Dabei zählt nicht nur die Zeitspanne, die Studierende in Lehrveranstaltungen verbringen (Präsenzstudium), sondern auch der Arbeitsaufwand, der für die Vorbereitung und für die Nachbereitung einer Lehrveranstaltung sowie für die Vorbereitung auf Prüfungen notwendig ist.

Bei der Bestimmung der Leistungspunkte gilt folgende Regel: 30 Stunden studentische Arbeitszeit ergeben einen Leistungspunkt. Der Arbeitsaufwand für ein Studienjahr wird in ganz Europa mit insgesamt 60 Leistungspunkten veranschlagt. Das entspricht einem Workload von etwa 37 bis 40 Stunden pro Arbeitswoche.

Im siebensemestrigen Studiengang »Tourism and Travel Management« müssen insgesamt 210 Leistungspunkte erworben werden. In der sechssemestrigen Variante müssen insgesamt 180 Leistungspunkte erworben werden.

Nähere Bestimmungen zur Vergabe von Leistungspunkten der einzelnen Module finden sich im fachspezifischen Teil des Modulhandbuchs.

2 Fachspezifischer Teil

2.1 Studienverlaufsplan

Curriculum TTM: Prüfungsgebiete, Prüfungsart, Prüfungsdauer, Module, Studienverlauf und Studienleistungen

	Nr.	Modulbezeichnung	Lehrver- anstaltun- gen	Art	Sem	Prü- fung	Prüfungs- form (Dauer)	Gesamt		Regelsemester LP (SWS)						
								LP	SWS	1.	2.	3.	4.	5.	6 ²	6 ¹ 7 ²
Basismodule 125 LP (Pflicht)																
Grundlagen	10	Einführung in die ABWL	V (4 SWS)	P	1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	11	Grundlagen des Tourismus		P	1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	111	Einführung in die Tourismuswirtschaft	V (2 SWS)													
	112	Nachhaltiger Tourismus	V (2 SWS)		1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	12	Buchhaltung und Bilanzierung		P												
	121	Buchhaltung	V (2 SWS)													
	122	Bilanzierung	V (2 SWS)													
	13	Marketing und Dienstleistungsproduktion		P	1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	131	Marketing I	V (2 SWS)													
	132	Dienstleistungsproduktion	V (2 SWS)													
	14	Quantitative Methoden		P	1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	141	Mathematik	V (2 SWS)													
	142	Statistik	V (2 SWS)													
	20	Quantitative BWL I		P	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	201	Investition	V (2 SWS)													
	202	Produktions- und Kostentheorie	V (2 SWS)													
	21	Allgemeine Volkswirtschaftslehre	V (4 SWS)	P	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	30	Quantitative BWL II		P	3	PL	K (120 min)	5	4			5 (4)				
	301	Kosten- und Leistungsrechnung	V (2 SWS)													
	302	Finanzierung	V (2 SWS)													
31	Wissenschaftliches Arbeiten und Soft Skills						5	4			5 (4)					
311	Wissenschaftliches Arbeiten	V (2 SWS)	P	3	MTP	HA										
312	Soft Skills	S (2 SWS)	P	3	MTP	Präs (15-30 min)										
51	Marketing II	V (4 SWS)	P	5	PL	K (120 min)	5	4					5 (4)			
52	Recht	V (4 SWS)	P	5	PL	K (120 min)	5	4					5 (4)			
53	Personalwirtschaft und Organisation	V (3 SWS) + Ü (1 SWS)	P	5	PL	K (120 min)	5	4					5 (4)			
54	Controlling	V (3 SWS) + Ü (2 SWS)	P	5	PL	K (150 min)	5	5					5 (5)			
61	E-Business und Travel Technology	V (4 SWS)	P	6,7	PL	K (120 min)	5	4							5 (4)	

	Nr.	Modulbezeichnung	Lehrver- anstaltun- gen	Art	Sem	Prü- fung	Prüfungs- form (Dauer)	Gesamt		Regelsemester LP (SWS)						
								LP	SWS	1.	2.	3.	4.	5.	6 ²	6 ¹ 7 ²
Fremdsprachen	15	Englisch für Touristiker	V (4 SWS)	P	1	PL	K (120 min)	5	4	5 (4)						
	22	Spanisch/Französisch für Touristiker I / Deutsch I (1 aus 3)	V (4 SWS)	WP	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	221	Spanisch für Touristiker I														
	222	Französisch für Touristiker I														
	223	Deutsch I														
	32	Spanisch/Französisch für Touristiker II / Deutsch II (1 aus 3)	V (4 SWS)	WP	3	PL	K (120 min)	5	4			5 (4)				
	321	Spanisch für Touristiker II														
	322	Französisch für Touristiker II														
Spezielle Betriebswirtschaft	323	Deutsch II														
	23	Veranstaltungsmanagement	V (4 SWS)	P	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	24	Hotelmanagement	V (4 SWS)	P	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	25	Business Travel Management	V (4 SWS)	P	2	PL	K (120 min)	5	4		5 (4)					
	33	Regionale Tourismusentwicklung	V (4 SWS)	P	3	PL	K (120 min)	5	4			5 (4)				
	34	Verkehrsträgermanagement	V (4 SWS)	P	3	PL	K (120 min)	5	4			5 (4)				
	35	Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement	V (4 SWS)	P	3	PL	K (120 min)	5	4			5 (4)				
	50	Seminar Tourismusmanagement I (1 aus 6) ³	S (4 SWS)	WP	5	PL+ PL+ SL	HA + Präs. (20-30 min)	5	4					5 (4)		
	501	Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement														
	502	Verkehrsträgermanagement														
	503	Regionale Tourismusentwicklung														
	504	Hotelmanagement														
	505	Business Travel Management														
	506	Veranstaltungsmanagement														
	60	Seminar Tourismusmanagement II (1 aus 6) ³	S (4 SWS)	WP	6, 7	PL+ PL+ SL	HA + Präs. (20-30 min)	5	4							5 (4)
	601	Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement														
	602	Verkehrsträgermanagement														
	603	Regionale Tourismusentwicklung														
	604	Hotelmanagement														
	605	Business Travel Management														
	606	Veranstaltungsmanagement														

Wahlpflichtbereich ⁴ 15 LP ¹ / 10 LP ²																
Wahlpflichtbereich ⁴	62	Wahlpflichtmodul 1	V (2-4 SWS) oder S oder V+Ü	WP	6, 7	PL	K (60-120 min) o. HA + Präs. (15 min) o. PA	5	2-4							5 (2-4)
	63	Wahlpflichtmodul 2	V (2-4 SWS) oder S oder V+Ü	WP	6, 7	PL	K (60-120 min) o. HA + Präs. (15 min) o. PA	5	2-4							5 (2-4)
	55	Wahlpflichtmodul 3 ¹	V (2-4 SWS) oder S oder V+Ü	WP	5	PL	K (60-120 min) o. HA + Präs. (15 min) o. PA	5	2-4					5 (2-4)		
Praxissemester 30 LP																
	40	Praxissemester	Pr		4	SL	PB	30	0					30		
Ausland 35 ²																
	56	Vorbereitungsseminar Ausland ^{2,3}	S (4 SWS)	P	5	SL	HA +Präs. (15 min)	5	4					5 (2)		(2)
	70	Auslandssemester ²		P	6	SL		30							30	
Bachelorarbeit 10 LP																
	64	Bachelorarbeit		P	6, 7	PL		10	0							10
	Gesamtsumme							180¹ 210²		30 30 (24)	30 30 (24)	30 30 (24)	30 30 (0)	30 30 (23-25)	30	30 30 (14-18)

P = Pflichtmodul, WP = Wahlpflichtmodul

Sem = vorgesehenes Semester

SWS = Semesterwochenstunde, LP = Leistungspunkte

Lehrveranstaltungen: Pr = Praktikum, Ü = Übung, S = Seminar, V = Vorlesung

Prüfungen: PL = Prüfungsleistung, SL = Studienleistung, MTP = Modulteilprüfung, HA = Hausarbeit, K = Klausur, PA = Projektarbeit, PB = Praktikumsbericht;

Präs = Präsentation, Ref = Referat

¹Für Studierende in der 6-semestrigen Variante

²Für Studierende in der 7-semestrigen Variante

³Eine Anwesenheit gemäß § 11 Abs. 3 RPO ist bei 80 % der Lehrveranstaltungen des Moduls erforderlich

⁴In Einzelfällen können die Module mit Modulteilprüfungen abgeschlossen werden

2.2 Modulbeschreibungen

Einführung in die ABWL			
Modul-Nr./ Code	10		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Einführung in die ABWL		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende wirtschaftliche Zusammenhänge und Begriffe zu erklären. • verschiedene vereinfachte Problemstellungen der unternehmensspezifischen Grundlagen der BWL (u.a. Rechtsformen (bspw. AG vs. GmbH), Standortwahl) zu lösen unter Berücksichtigung touristischer Anwendungsbeispiele. • kostentheoretische Grundlagen erläutern und vereinfachte Rechnungen zu Deckungsbeitrag und ABC-Analysen durchzuführen. • Zusammenhänge zwischen Unternehmen, ihrer Umwelt und ihren Zielen/Grundhaltungen zu erklären und auf die Tourismuswirtschaft zu beziehen. • Zusammenhänge zwischen Funktionen, Elementen und Strukturen von Managementsystemen herzustellen und mit ihren Auswirkungen auf Entscheidungs- und Führungsprozesse von Unternehmen zu verknüpfen. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundtatbestände • BWL als Wissenschaft • Grundkonzeptionen der BWL • Entscheidungen des Unternehmens • Entscheidungsmodelle • Konstitutive Entscheidungen • Unternehmensführung • Hauptfunktionen des Managements • Elemente und Strukturen von Managementsystemen • Organisationssysteme • Planungs- und Kontrollsystemen • Informationssysteme • Ausgewählte Management-Techniken 		
Studiensemester	1. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		

Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.), Aviation Management and Piloting – dual (B.Sc.)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Roland Conrady
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Roland Conrady
Unterrichtssprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Lehrgespräch, Übungen, Podcasts
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Online-Lernanteil in Form von Podcasts, Begleitende Übungen und Q&A-Anteile
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Balderjahn, I./Specht, G.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart 2016. • Bea, F. X./Friedl, B./Schweitzer, M. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundfragen, 9. Aufl., Stuttgart 2004. • Bea, F. X./Friedl, B./Schweitzer, M. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 2: Führung, 9. Aufl., Stuttgart 2005. • Conrady, R. (2019): Entwicklung der Makroumwelt des (Luxus-) Tourismusmarktes, in: Grundlagen und neue Perspektiven des Luxustourismus (Hrsg.: R. Conrady/D. Ruetz/M. Aeberhard), Berlin – Heidelberg – New York 2019, S. 5 - 33. • Gabler Wirtschaftslexikon, aktuelle Auflage. • Kerth, K./Asum, H./Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis, 5. Aufl., München 2011. • Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt/M., 2011. • Schierenbeck, H./Wöhle, C. B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München - Wien 2016. • Schmalen, H./Pechtl, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 15. Aufl., Stuttgart 2013. • Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 2. Aufl., Wiesbaden 1998. • Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart 2015. • Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage, München 2016. • Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Übungsbuch Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, 15. Aufl., München 2016. • Aktuelle Zeitungs-, Zeitschriften- und Internetquellen.

Grundlagen des Tourismus	
Modul-Nr./ Code	11
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 111 Einführung in die Tourismuswirtschaft (2 SWS) b) 112 Nachhaltiger Tourismus (2 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen der Touristik und des Verkehrswesens zu erläutern. • die Nachfrage verschiedener Zielgruppen nach Reiseleistungen in Bezug auf Reiseanlässe, -motive und Einflussfaktoren zu erläutern. • die Struktur und Funktionsweise der Reise- und Tourismusindustrie sowie ihrer touristischen und verkehrswirtschaftlichen Wertkettenglieder –Urlaubsreiseveranstalter, Urlaubs- und Geschäftsreisevertrieb, Verkehrsträger, Destination, Hotellerie und Events– sowie das arbeitsteilige Zusammenwirken der jeweiligen Marktteilnehmer zu beschreiben. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit als Entwicklungsprinzip einzuordnen und seine Relevanz (allgemein sowie spezifisch für den Tourismus) zu begründen, • Hindernisse nachhaltiger Entwicklung zu erklären und prinzipielle Konzepte ihrer Überwindung zu zitieren, • Tools anzuwenden, mit denen man Nachhaltigkeit messen und bewerten kann (und Ergebnisse von Messungen/Bewertungen kritisch zu reflektieren), • Korridore nachhaltiger Entwicklung im Tourismuskontext zu benennen, Nachhaltigkeitsstrategien von Individuen, Unternehmen und Organisationen zu beurteilen und hinsichtlich ihrer Priorität zu bewerten, • Fragen der Verantwortung für Nachhaltigkeit ergebnisorientiert zu diskutieren.
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe und Grundstrukturen der touristischen Branchensegmente • Tourismuspolitik • Die Nachfrageseite des Tourismus (Einflussfaktoren auf die Reiseentscheidung); Geschäftsreisen, Freizeitreisen • die Angebotsseite des Tourismus (Einflussfaktoren auf das touristische Angebot, Struktur des Angebots, Hotellerie, Transportbetriebe (Luft, Schiene, Straße, Wasser), Reiseveranstalter, Reisemittler, Destinationen, Computer-Reservierungs-Systeme) <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Klimawandel • Ursprung des Begriffs Nachhaltigkeit und seine Entwicklung seit den 1970ern; Nachhaltigkeitskonzepte • Fußabdruck & Co. • Nachhaltigkeitszertifikate, -siegel und -auszeichnungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Nachhaltigkeit im Tourismuskontext • Herausforderungen der Nachhaltigkeitsorientierung (u. a. Wachstumsorientierung, Flaschenhalsdilemma, Rebound-Effekt, Allmende im Tourismus) • Menschenrechte im Tourismus • Nachfrage nach „nachhaltigem Tourismus“ • Aktionsbereiche Verkehr, Management und Politik • Individuelle vs. institutionelle Verantwortung 		
Studiensemester	1. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Roland Conrady		
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Prof. Dr. Roland Conrady b) Prof. Dr. Julia E. Beelitz		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktiven Elementen, Blended Learning.		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Online-Lernanteile mit Podcasts, Übungen, Q&A-Teile, Gastvorträge von Praktikern. Erwerb eines online-Zertifikats.		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) <ul style="list-style-type: none"> • Bieger, T./Beritelli, P.: Management von Destinationen, München 2013 (bzw. neue Auflage). • BMWi: Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, 18. Legislaturperiode, Berlin 2017, in: www.bmwi.de • BMWi: Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland, Berlin 2018. • Conrady, R./Fichert, F./Sterzenbach, R.: Luftverkehr – Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, 6. Aufl., München 2019. • Conrady, R.: Climate Change and Its Impact on the Tourism Industry, in: Trends and Issues in Global Tourism 2008 (eds.: R. Conrady/M. Buck), Berlin – Heidelberg 2008, p. 27 – 40. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Conrady, R.: Status Quo and Future prospects of Sustainable Mobility, in: Trends and Issues in Global Tourism 2012 (eds.: R. Conrady/M. Buck), Berlin – Heidelberg 2012, p. 237 – 260. • Conrady, R./Ruetz, D. (Hrsg.): Tourismus und Politik, Berlin 2013. • Conrady, R.: Entwicklung der Makroumwelt des (Luxus-)Tourismusmarktes, in: Grundlagen und neue Perspektiven des Luxustourismus (Hrsg.: R. Conrady/D. Ruetz/M. Aeberhard), Berlin – Heidelberg – New York 2019, S. 5 - 33. • Dörnberg, A. von/Freyer, W./Sülberg, W.: Reiseveranstalter- und Reisevertriebs-Management. Funktionen, Strukturen, Prozesse, 2. Aufl., München 2017. • DRV: Der deutsche Reisemarkt - Zahlen und Fakten 2019 (bzw. neue Auflage). • Eisenstein, B./Schmudde, R./Reif, J. u.a. (Hrsg.): Tourismusatlas Deutschland, Konstanz 2017. • Eisenstein, B./Reif, J./Schmücker, D./Krüger, M./Weis, R.: Geschäftsreisen, München 2019. • Evans, N.: Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events, 2nd ed., London/New York 2016. • Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Aufl., München 2015. • Gabler Wirtschaftslexikon online, in: http://wirtschaftslexikon.gabler.de • Gardini, M.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements, 3. Aufl., München 2015. • GfK Travelscope. • Groß, S.: Handbuch Tourismus und Verkehr, 3. Aufl., Konstanz, München 2024. • Gross, S./Klemmer, L.: Introduction to tourism transport, Oxfordshire/Boston 2014. • ITB World Travel Trends Report 2018/2019, in www.itb-berlin.de. • Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, 2. Aufl., Wien 2010. • Page, S. J.: Tourism Management, 5th ed., London/New York 2015. • Sülberg, W.: Vortrag an der HS Worms im WS 2016/2017. • Tribe, J.: The Economics of Recreation, Leisure and Tourism, 5th ed., London/New York 2016. • UNWTO: Tourism Highlights 2019 Edition, Madrid 2019. • VDR-Geschäftsreiseanalyse, 16. Ausgabe, 2018 (bzw. neue Auflage). • VIR Daten und Fakten 2020, in: www.v-i-r.de • Von Zepelin, J.: Revolutionäre der Wirtschaft: Thomas Cook, in: Capital 09/2019, S. 86 – 93. • Überregionale Tageszeitungen, Fremdenverkehrswirtschaft International (FVW) u.v.a.m. <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bundesumweltministerium (Hrsg.) (1997): Umweltpolitik: Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für
--	--

	<p>Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro – Dokumente. Bonn.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlowitz, Hans Carl von (1713): Sylvicultura Oeconomica • Fieber, Andreas (2024): Handbuch Nachhaltigkeit. Ziele, Klimawandel, Politik. Stuttgart: UTB • Kirstges, T. (2020): Tourismus in der Kritik: Klimaschädigender Overtourism statt sauberer Industrie? UTB • Pufé, I. (2017): Nachhaltigkeit. UTB • Rein, H. & Strasdas, W. (2017): Nachhaltiger Tourismus: Einführung. UTB • Wiegandt, Klaus (2016): Mut zur Nachhaltigkeit: 12 Wege in die Zukunft. Frankfurt am Main: Fischer
--	--

Buchhaltung und Bilanzierung			
Modul-Nr./ Code	12		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 121 Buchhaltung (2 SWS) b) 122 Bilanzierung (2 SWS)		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	a) Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsfälle in Buchungssätzen auszudrücken • Bestandskonten und Erfolgskonten zu buchen und ein Geschäftsjahr abzuschließen. • eine vereinfachte Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung zu erstellen. b) Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Bilanzpositionen hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zu unterscheiden. • bilanzpolitische Möglichkeiten der Beeinflussung von Jahresabschlüssen zu verstehen. • den Jahresabschluss mit Hilfe von einfachen Kennzahlen auszuwerten. 		
Inhalte des Moduls	a) <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der doppelten Buchführung • rechtliche Grundlagen der Buchführung • Inventur, Inventar und Bilanz • Aktiva und Passiva • Aufwand und Ertrag • Gewinnermittlung b) <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Ziele, rechtliche und praktische Grundsätze sowie Elemente des externen Rechnungswesens • bilanzpolitische Möglichkeiten der Einflussnahme auf Verbindlichkeiten und Rückstellungen, Konsequenzen aus Wahl der Abschreibungsmethode • Bilanzierung des Anlage- und Umlaufvermögens, inkl. Bewertung von Forderungen und Vorräten • Bilanzierung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten • Bilanzierung von Eigenkapital 		
Studiensemester	1. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		

Name des Dozenten/der Dozentin	a) Jan-Christoph Jeske b) Thomas Müller
Unterrichtssprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils aktuelle Auflage von:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benz, Christoph: Touristikkostenrechnung: Management-Accounting für Touristik-Unternehmen. • Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/ Mattner, Gerhard; /Schultze; Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, HGB und internationale Standards, Einzel- und Konzernabschluss, Schäffer/Pöschel. • Deitermann, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR, Winklers Westermann Verlag • Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben und Lösungen, ESV. • Eitzen, Bernd von/Zimmermann, Martin: Bilanzierung nach HGB und IFRS, HDSW. • Goldstein; Elmar: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, HGB und internationale Standards, Schäffer/Pöschel. • Scheffler, Eberhard: Bilanzen richtig lesen: Rechnungslegung nach HGB und IAS/IFRS, DTV. • Schulz, Volker: Basiswissen Rechnungswesen: Buchführung, Bilanzierung, Kostenrechnung, Controlling, DTV.

Marketing und Dienstleistungsproduktion	
Modul-Nr./ Code	13
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 131 Marketing I (2 SWS) b) 132 Dienstleistungsproduktion (2 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • konzeptionelle Grundlagen des strategischen Marketings in Fachsprache zu erläutern. • die gesellschaftliche Bedeutung des Marketings aus normativ-ethischer Sicht zu bewerten. • Instrumente des strategischen Marketings zu beschreiben und einzusetzen. • die Bedeutung der Konsumentenverhaltensforschung und der Marktforschung für strategische Marketing-Entscheidungen zu beschreiben. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Entwicklung und ökonomische Relevanz des tertiären Sektors im System der deutschen/europäischen Volkswirtschaft zu erläutern. • die grundlegenden produktions- und kostenspezifischen Besonderheiten der Dienstleistungsproduktion (bspw. Uno-Actu-Prinzip, Klassifikation von Produktionsfaktoren) in Fachsprache zu beschreiben und in der Empirie anzuwenden. • zu beurteilen, welche Implikationen diese Besonderheiten auf Prozesse und Aktivitäten von Dienstleistungsunternehmen allgemein und touristische Dienstleistungsunternehmen im Speziellen haben (DL-spezifische Angebotserstellung, Produktionsgestaltung, Kapazitätssteuerung, Marketing-, Personal-, Prozess- und Qualitätsmanagement).
Inhalte des Moduls	<p>a) Die Studierenden erhalten einen Überblick über die strategischen Aspekte des Marketings. Eine tiefergehende Auseinandersetzung mit operativen Instrumenten des Marketingmanagements erfolgt im Modul 51 (Marketing II).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff und Entwicklungslinien des Marketings ○ Marketing als Führungsphilosophie ○ Marketing als Instrumentarium ○ Marketing-Management-Prozess ○ Märkte als Ziel- und Bezugsobjekt des Marketings ○ Besonderheiten des Marketings in Unternehmen der Touristik-Industrie • Normative Entscheidungen im Marketing • Strategische Entscheidungen im Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Situationsanalyse ○ Festlegung von Marketing-Zielen ○ Festlegung von Marketing-Strategien ○ Unterstützende Methoden zur Formulierung von Marketingstrategien

	<ul style="list-style-type: none"> • Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing-Managements <ul style="list-style-type: none"> ○ Analyse des Konsumentenverhaltens ○ Informationsgewinnung mittels Marktforschung <p>b) Die Studierende erhalten Wissen zu den wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen der Dienstleistungen und deren produktionsspezifischen Besonderheiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zu Dienstleistungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Einordnen der Studieninhalte dieses Bachelorstudienganges in die (Wirtschafts-)wissenschaften ○ Einordnen der Dienstleistungsbetriebslehre und der Dienstleistungsproduktion in die Betriebswirtschaftslehre ○ Dienstleistungsdefinitionen - auch im internationalen Kontext ○ Wirtschaftsgüter, Dienstleistungen und deren Abgrenzung zu anderen Wirtschaftsgütern materieller und immaterieller Art • Ökonomische Relevanz der Dienstleistungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Institutionelle Stellung der Dienstleistungsbetriebe in der volkswirtschaftlichen Sektorentheorie ○ Entwicklung ökonomischer Relevanz von Dienstleistungen in D und in der EU ○ Determinanten der Entwicklung zur Tertiärisierung von Gesellschaften • Grundfragen zur Dienstleistungsproduktion <ul style="list-style-type: none"> ○ Definitionen zu Produktion, Produktionsfaktoren, Produktionsfaktoreinteilungen, Produktionsprogramm und Produktionsverfahren ○ Produktionsspezifische Besonderheiten der Dienstleistungsproduktion (Uno-Actu Prinzip, Interne und Externe Produktionsfaktoren) • Funktionale und faktorielle Analyse der Dienstleistungsproduktion, u.a. dargestellt mit Beispielen aus der Touristik- und Verkehrsbranche • Produktionsspezifische Besonderheiten der Dienstleistungsproduktion • Dienstleistungsspezifisches Produktionsfaktorsystem <ul style="list-style-type: none"> ○ allgemeine und anwendungsbezogene Erscheinungsformen in verschiedenen Dienstleistungsbranchen ○ Integrationsnotwendigkeit externer Produktionsfaktoren und deren ökonomischen Folgen ○ Immaterieller Output und seine ökonomischen Folgen: absatzspezifische Folgen, produktionsprozessspezifische Folgen, finanzspezifische Folgen usw.
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoadload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jan Drengner		
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Yvonne Langenbucher b) Prof. Dr. Ursula Fietzsche		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Autodidaktisches Nachbereiten der Vorlesungen zur „Dienstleistungsproduktion“ via Fragenkatalog im Moodle-Kurs 132		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Freyer, W. (2011): Tourismus-Marketing -- Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 7. Aufl., München. • Homburg, C. (2020): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. • Meffert, H.; Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2019): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden. • Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N. (2019): Grundlagen des Marketing, 7., aktual. Aufl., Hallbergmoos. • Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O. (2017): Marketing-Management: Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15., aktual. Aufl., Hallbergmoos. b) Literaturauszüge: <ul style="list-style-type: none"> • Billig, B., Cook, G. N.: Airline Operations and Management, Routledge London 2017 • Burr, W., Stephan, M.: Dienstleistungsmanagement, 2. Aufl., Stuttgart 2019 • Conrady, R.; Fichert, F.; Sterzenbach, R.: Luftverkehr, 6. vollst. überarb. Aufl., Wien/München 2019 • Dörnberg, E.-A. von: Reiseveranstaltermanagement, 2. Aufl., Wien/München 2018 • Haller, S., Wissing Chr.: Dienstleistungsmanagement, 9. Auflage, Wiesbaden 2022 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Freyer, W.: Tourismus, 11., überarb. u. aktual. Aufl., Wien/München 2015 • Frieztzsche U.: Ergänzendes Skriptum in Form eines Fragenkataloges zum Buch, jeweils aktualisiert in pdf-Format und in Moodle eingestellt. • Frieztzsche U.: Probleme der Erfassung und Bewertung externer Faktoren in der Dienstleistungsproduktion, Wiesbaden 2001 • Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie, 4. Aufl., Wien/München 2022 • Johnson, B.; Clark, G.; Shulver, M.: Service Operations Management, 5th ed., Harlow 2020 • Maleri R.; Frieztzsche U.: Grundlagen der Dienstleistungsproduktion, 5. Aufl., Berlin/Heidelberg/New York et al. 2008 • Stöger, R.: Prozessmanagement, 5. Aufl., Stuttgart 2019 • Schierenbeck H.; Wöhle C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Auflage, Wien/München 2016
--	--

Quantitative Methoden	
Modul-Nr./ Code	14
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 141 Mathematik (2 SWS) b) 142 Statistik (2 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende mathematische Konzepte wie Algebra und Analysis zu verstehen und anzuwenden. • betriebswirtschaftliche Funktionen der unternehmerischen Praxis herzuleiten, grafisch darzustellen sowie Extremwerte und Schnittpunkte von Funktionen zu berechnen. • verschiedene Verfahren zum Lösen von Gleichungssystemen, auch unter einschränkenden Nebenbedingungen, anzuwenden. • grundlegende finanzmathematische Aufgabenstellungen aus Texten in mathematische Gleichungen umzusetzen und diese zu lösen. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Methoden der beschreibenden Statistik sowie der wichtigsten Wahrscheinlichkeitsverteilungen in praktischen Fragestellungen anzuwenden. • (tourismus-)ökonomische Problemstellungen unter Anwendung der geeigneten statistischen Methoden zu analysieren.
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <p>Mathematische Methoden mit Beispielen für die betriebliche und wirtschaftliche Anwendung. Die Themen umfassen Funktionen, Graphen, Terme von Funktionen, Gleichungen und Einheiten, Steigungen und Schnittpunkte, Ableitungen, Optimierung und grundlegende Finanzmathematik (Berechnung von Prozentsätzen und Zinsen). Arithmetik, Algebra, Koordinatengeometrie in der Ebene, Graphen. Elementare Analysis, Differenzierung, Logarithmische und Exponentialfunktionen.</p> <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darstellung von Daten <ul style="list-style-type: none"> ○ Variable und Beobachtungen ○ Diagramme ○ Histogramme • Deskriptive Maße • Lokalisationsmaße • Wahrscheinlichkeitsrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Wahrscheinlichkeiten ○ Kombinatorik ○ Stichprobenauswahl • Wahrscheinlichkeitsverteilungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Erwartungswerte ○ Diskrete Verteilungen ○ Stetige Verteilungen • Statistische Inferenz <ul style="list-style-type: none"> ○ Punkt- und Intervallschätzung

	○ Hypothesentests		
Studiensemester	1. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45
		Selbststudium	105
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Matthias Viehmann		
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Dr. Pia Viehl b) Prof. Dr. Matthias Viehmann		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	a) Schriftliche Modulklausur b) E-Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übung		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) <ul style="list-style-type: none"> Böker, Fred: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Das Übungsbuch, Pearson Studium (2023) Faik, Jürgen (Hrsg.): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – für dummies, WILEY-VCH Verlag (2019). Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter; Strom, Arne; Carvajal, Andrés: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson Studium (2023) b) <ul style="list-style-type: none"> Moore et al.: Introduction to the Practice of Statistics, 10th ed., New York, 2021 		

Englisch für Touristiker			
Modul-Nr./ Code	15		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Englisch für Touristiker		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • englischsprachige wirtschafts(wissenschaftliche) Texte insbes. im Kontext der touristischen Wertschöpfungskette zu analysieren und in eigenen Worten unter Verwendung des jeweiligen Fachwortschatzes wiederzugeben. • verschiedene Sprachregister zu benutzen (schriftlich/mündlich, schwerpunktmäßig: fach- vs. gemeinsprachlich). • berufsrelevante Texte unter Berücksichtigung sortenspezifischer Besonderheiten ins Englische zu übersetzen (Varietäten des Englischen: insbes. British English, American English). • englischsprachigen Fachvorträgen, -diskussionen und sonstigen gesprochenen -beiträgen zu folgen und die Argumentationskette nachzuvollziehen. • grundständige interkulturelle Besonderheiten zu identifizieren und auf sie adäquat zu reagieren. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Terminologie der engl. Fachsprache (allg. Wirtschaftsentg. sowie schwerpunktmäßig Fachsprache der Touristik und des Verkehrswesens) einschl. ausgewählter Bereiche der englischen Grammatik • berufsrelevante ausgewählte regionalspezifische und landeskundliche Themen unter Einbeziehung der Heterogenität der englischsprachigen Länder (der Terranglia) • Vermittlung anhand unterschiedlichster Textsorten (insbes. englischsprachige Lehrbuchtexte, Reisebeschreibungen, Verträge, Fachartikel, Pressemitteilungen/Unternehmensnachrichten) 		
Studiensemester	1. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formal: Keine</p> <p>Inhaltlich: Englischkenntnisse auf dem Niveau B 1 d. Europäischen Referenzrahmens</p>		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Munir Qureshi (Dipl.-Übers.)		
Name des Dozenten/der Dozentin	Munir Qureshi (Dipl.-Übers.)		

Unterrichtssprache	Englisch (primär), Deutsch (flankierend; Referenzsprache)
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Übung mit Vorlesungsanteilen und Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nachweis der Englischkenntnisse auf dem Niveau B 1 d. Europäischen Referenzrahmens erfolgt durch Bestehen dieses Moduls
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Business Proficiency, Wirtschaftsentenglisch für Hochschule und Beruf, Klett, Neuauflage 2017 • English for Financial Institutions, Bibliothèque Nationale de Luxembourg 2020 • Vocabulary lists and exercises (provided by lecturer) <p>Weitere empfohlene Quellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • http://www.bbc.co.uk/news/ • https://www.unwto.org/ (World Tourism Organization) • http://abta.com/ (The Travel Association; formerly: Association of British Travel Agents) • https://www.bloomberg.com/businessweek; • https://www.ft.com/ (Financial Times); • https://hbr.org/ (Harvard Business Review); • https://www.washingtonpost.com/business/ • https://www.traveldailynews.com/ • https://www.breakingtravelnews.com/

Quantitative BWL I			
Modul-Nr./ Code	20		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 201 Investition (2 SWS) b) 202 Produktions- und Kostentheorie (2 SWS)		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachbegriffe, Verfahren und Methoden der statischen Investitionsrechnung korrekt einzusetzen und diese kritisch zu reflektieren. • Fachbegriffe, Verfahren, Methoden und Faktoren für gleichmäßige Zahlungen der dynamischen Investitionsrechnung korrekt einzusetzen. • statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren fallbezogen gegeneinander abzuwägen, um die Wirtschaftlichkeit verschiedener betrieblicher Handlungsoptionen zu kalkulieren und zu beurteilen. • Vollständige Finanzpläne auch für mehrere Szenarien aufzustellen und daraus Empfehlungen abzuleiten. • die Verfahren der Investitionsrechnung auf touristische Fragestellungen anzuwenden. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktions- und Kostenbegriffe sowie grundlegende produktions- und kostentheoretische Zusammenhänge zu erklären. • unternehmerisches mengen- und wertmäßiges Denken und Handeln nachzuvollziehen. • zentrale Größen der Produktions- und Kostentheorie zu errechnen. • produktions- und kostentheoretische Methoden auf touristische Fragestellungen anzuwenden. 		
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daten in der Investitionsrechnung • Ableitung von Kapitalkosten • Statische Verfahren • Dynamische Verfahren • Vollständige Finanzpläne <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Produktion • Bereitstellung der Produktionsfaktoren • Produktionstheorie • Kostentheorie • Produktions- und Kostenfunktionen • Anpassungsformen 		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h

		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 14 sollte absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Christoph Klingenberg		
Name des Dozenten/der Dozentin	Dr. Pia Viehl		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (mit ergänzenden Übungsaufgaben, die in der Vorlesung besprochen werden)		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berk, J. und DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 6. Auflage 2025, München. • Bieg, H.; Kußmaul, H.; Waschbusch, G.: Investition, 4. Auflage 2025, München. • Götze, U.: Investitionsrechnung, 7. Auflage 2014 (ebook in Bibliothek) • Hölscher, R.; Helms, N.: Investition und Finanzierung, 2. Auflage 2018, Berlin/Boston. • Ross, S.; Westerfield, R.; Jordan, B.: Fundamentals of Corporate Finance, 13. Auflage 2022, New York. • Varnholt, N., Hoberg, P., Gerhards, R., Wilms, S.: Investitionsmanagement - Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Umsetzung mit SAP®, 2. Auflage 2023, Berlin/Boston. • Wöhe, G.: Einführung in die BWL, 28. Auflage 2023. <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balderjahn, Ingo; Specht, Günter: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 8. Aufl., Stuttgart 2020. • Beck, Hanno; Prinz, Aloys; Lorenz, Wilhelm: VWL für Dummies. Das Lehrbuch, 1. Aufl., Weinheim 2019. • Freidank, Carl-Christian: Kostenrechnung – Grundlagen des innerbetrieblichen Rechnungswesens und Konzepte des Kostenmanagements, 10. Aufl., München 2020. • Kiener, Stefan; Maier-Scheubeck, Nicolas; Obermaier Robert; Weiß, Manfred: Produktionsmanagement – Grundlagen der Produktionsplanung und -steuerung, 11. Aufl., Berlin/Boston 2018, insbesondere Kapitel 1 bis 3. • Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München 2016. 		

	<ul style="list-style-type: none">• Schmalen, Helmut; Pechtl, Hans: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 16. Aufl., Stuttgart 2019, insbesondere Kapitel 1 und 10.• Wöhe, Günter; Kaiser, Hans; Döring, Ulrich; Brösel Gerit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., München 2023.• Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Kaiser, Hans: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 17. Aufl., München 2023.
--	--

Allgemeine Volkswirtschaftslehre			
Modul-Nr./ Code	21		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Allgemeine Volkswirtschaftslehre		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundsätzliche Methoden der Mikro- und Makroökonomik in Fachsprache zu erklären und auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden. • das Verhalten von Konsumenten und Unternehmen modellhaft darzustellen, zu erklären und dabei insbesondere die Bedeutung unterschiedlicher Marktstrukturen einzuschätzen. • die Aussagefähigkeit gängiger Konzepte der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung kritisch zu beurteilen. • zu erklären, wie sich gesamtwirtschaftliche Entwicklungen auf Unternehmen der Dienstleistungsbranche auswirken. • die Wirkung fiskal- und geldpolitischer Instrumente auf die unternehmerische Situation und insbesondere auf Unternehmen der Touristik allgemein einzuschätzen. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundfragestellungen der Volkswirtschaftslehre ○ Volkswirtschaftliche Modelle ○ Bestandteile der marktwirtschaftlichen Rahmensezung • Mikroökonomik <ul style="list-style-type: none"> ○ Haushaltstheorie (Determinanten der Nachfrage, Elastizitäten) ○ Unternehmenstheorie (Produktionsfunktionen, Kostenfunktionen, Angebotsfunktionen) ○ Markttheorie (Homogenes Polypol, Monopol incl. Preisdifferenzierung, heterogenes Polypol, Oligopol) • Makroökonomik <ul style="list-style-type: none"> ○ Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (BIP, BNE und Volkseinkommen, Preisindices) ○ Makroökonomische Modelle (Kurzfristige Analyse: Multiplikatormodell, IS-LM-Modell, Grundzüge der mittelfristigen Analyse) 		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		

	Als "Introduction to Economics": Aviation Management (B.A.), Aviation Management – dual (B.A.), Aviation Management and Piloting – dual (B.Sc.), Air Traffic Management – dual (B.Sc.)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Frank Fichert
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Frank Fichert
Unterrichtssprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (mit ergänzenden Übungsaufgaben, die in der Vorlesung besprochen werden), Lehrgespräch
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Grundlagen: <ul style="list-style-type: none"> • Mankiw, Principles of Economics, Mason (aktuelle Auflage). • Pindyck/Rubinfeld, Microeconomics, Prentice Hall (aktuelle Auflage, ausgewählte Kapitel). Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, Macroeconomics, Pearson (aktuelle Auflage)

Spanisch/Französisch für Touristiker I / Deutsch I			
Modul-Nr./ Code	22		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 221 Spanisch für Touristiker I b) 222 Französisch für Touristiker I c) 223 Deutsch I (Bildungsausländer können anstelle von Spanisch/Französisch für Touristiker I auch Deutsch als Fremdsprache III des International Center belegen, siehe dafür die Modulbeschreibung des IC)		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden belegen entweder a) oder b) oder c). Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertiefen ihre Kenntnisse der spanischen/französischen Gemeinsprache, insbesondere auf syntaktischer Ebene. • können die Grundlagen der Fachsprache Touristik anwenden, um Gesprächspartner zu verstehen und um sich selbst schriftlich und mündlich auszudrücken. • können die grundständigen Charakteristika der spanischen/französischen Tourismusindustrie vergleichend schriftlich wie mündlich beschreiben. • sind sensibilisiert für die Grundzüge interkultureller Problem- und Konfliktsituationen des spanischen/französischen Kulturraumes und können dialogisch mit ihnen umgehen • sind in der Lage, unterschiedliche Sprachregister und -codes zu identifizieren und anzuwenden 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Bereiche der spanischen/französischen Syntax • Spanische/französische Fachterminologie Tourismus: Touristische Basisbegriffe sowie grundständische Fachlexik der touristischen Wertschöpfungskette im fach- und sachbezogenen Kontext • Tourismusbezogene interkulturelle Kommunikationssituationen • Grundlegende Charakteristika der spanischen/französischen Tourismusindustrie • Berufsrelevante landeskundliche und kulturspezifische Themenbereiche 		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	a) Spanischkenntnisse auf dem Niveau A 1 d. Europäischen Referenzrahmens b) Französischkenntnisse auf dem Niveau A 2 d. Europäischen Referenzrahmens		

	c) Deutschkenntnisse auf dem Niveau DSH 2 bzw. TestDaF mit min. 16 Punkten (Teilnahme nur für Bildungsausländer möglich)
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Ingrid Steinbach
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Dr. Ingrid Steinbach b) Dr. Ingrid Steinbach c) siehe Modulbeschreibung des International Center
Unterrichtssprache	a) Spanisch (Referenzsprache Deutsch) b) Französisch (Referenzsprache Deutsch) c) Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung und Übung mit hoher Interaktivität
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) Bibliographie Spanisch <ul style="list-style-type: none"> • Halm, Wolfgang: Spanische Grammatik kompakt, Köln 2010. • Reumuth, Wolfgang/Winkelmann, Otto: Praktische Grammatik der spanischen Sprache, 6. Auflage 2011. b) Bibliographie Französisch <ul style="list-style-type: none"> • Charollos, Philippe/ Nideau, Fabrice: Guide des métiers du tourisme et de l'hôtellerie-restauration, Paris 2019. • Klein, Hans-Wilhelm/ Kleineidam, Hartmut: Grammatik des heutigen Französisch. Neubearbeitung, Stuttgart 2013. • Le Petit Robert de la langue française 2012, Paris 2020. • Reumuth, Wolfgang/ Winkelmann, Otto: Praktische Grammatik der französischen Sprache. Neubearbeitung, Wilhelmsfeld 2020. c) siehe Modulbeschreibung des International Center

Veranstaltungsmanagement	
Modul-Nr./ Code	23
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Veranstaltungsmanagement
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung von Veranstaltungen in der Touristik-Industrie zu verstehen. • alternative Fachbegriffe aus der Veranstaltungsbranche zu kennzeichnen, zu erklären und das jeweilige Begriffsverständnis gegeneinander abzugrenzen und kritisch zu bewerten. • die ökonomische Bedeutung verschiedener Arten von Veranstaltungen zu beschreiben und zu bewerten. • die Struktur und Funktionsweise des Veranstaltungsmarktes sowie das arbeitsteilige Zusammenwirken der Marktteilnehmer zu beschreiben. • die Eignung von Veranstaltungen als strategisches Kommunikationsinstrument (sog. Eventmarketing) zu erklären und dessen Grenzen aufzuzeigen. • die Ziele von Veranstaltungen zu definieren und Handlungsoptionen zu deren Erreichung (Fallbeispiele) zu erarbeiten. • für das Veranstaltungsmanagement relevante Methoden und Teilprozesse (bspw. Kreation, Inszenierung, Projektmanagement) zu erklären. • die gesellschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen, insb. hinsichtlich ihrer ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit zu bewerten.
Inhalte des Moduls	<p><u>1. Grundlagen</u> Klärung grundlegender Begriffe (Veranstaltung, Event, Marketing-Event, Eventmarketing, Erlebnis); Veranstaltungen und ihre Bedeutung in der Reisekette, Veranstaltungen als Instrument der Unternehmenskommunikation; Akteure des Veranstaltungsmarktes; Überblick über den gesamten Prozess des Veranstaltungsmanagements</p> <p><u>2. Überblick: Strategische Planung von Veranstaltungen</u> Situationsanalyse als Ausgangspunkt der strategischen Planung; Veranstaltungen als Teil der Integrierten Kommunikation; Budgetierung von Veranstaltungen; Formulierung operativer Ziele sowie Festlegung von Zielgruppen von Veranstaltungen</p> <p><u>3. Operative Planung und Umsetzung von Veranstaltungen</u> Briefing; Ideenfindung und -bewertung; Inszenierung und Dramaturgie; Management der Veranstaltungsqualität (GAP-Modell, Eventgewerke, Nachhaltigkeit); Projektmanagement; Veranstaltungssicherheit</p> <p><u>4. Grundlagen des Eventcontrollings</u></p>

	Maßstäbe zur Beurteilung der Effektivität und Effizienz von Veranstaltungen; Grundlagen und ausgewählte Methoden der Erfolgs –und Ablaufkontrolle von Veranstaltungen		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. habil. Jan Drengner		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. habil. Jan Drengner, Sascha Kaiser		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Fallstudien		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Allen, J. (2009): Event Planning, 2. Aufl., Mississauga. • Drengner, J. (2008): Imagewirkungen von Eventmarketing. Entwicklung eines ganzheitlichen Messansatzes. 3. Aufl., Wiesbaden. • Zanger, C.; Drengner, J. (2016): Einsatz des Event Marketing für die Marketingkommunikation, in: Bruhn, M.; Esch, F.-R.; Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Instrumente der Kommunikation - Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, 2. Aufl., Wiesbaden, S. 113–139. • Getz, D.; Page, S. J. (2016): Event Studies, 3. Aufl., London. • Nufer, G. (2011): Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen. 4. Aufl., Wiesbaden. <p>Weitere Literaturhinweise in der Lehrveranstaltung.</p>		

Hotelmanagement	
Modul-Nr./ Code	24
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Hotelmanagement
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten der Hotellerie als Branche und als Wirtschaftszweigs zu erklären und die Entwicklungen der nationalen und internationalen Hotellerie zu beschreiben. • die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten im Hotelunternehmen in Fachsprache zu skizzieren und deren Auswirkungen auf das operative Geschäft zu erläutern. • die grundlegenden Besonderheiten und Strukturen der Hotellerie einzuordnen und die Kernprobleme und Anforderungen des operativen Geschäftsbetriebs eines Hotelunternehmens zu beschreiben. • die Leistung eines Hotels durch Berechnung von Kennziffern zu beschreiben und zu interpretieren. • die Trennung des Hotelgeschäfts in eine Investoren- und eine Betreiberstufe vorzunehmen und die grundlegenden Implikationen der funktionellen Entkopplung zu bewerten.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Definition des Hotelmanagements und Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft • Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes • Individualhotellerie und Kettenhotellerie • Betreiberformen unter dem Aspekt der funktionellen Entkopplung (funktionelle Entkopplung, Eigentümerbetrieb, Pachtverhältnisse, Managementbetrieb) • Hotelkooperationen (Verbände, Franchising, Hotelkooperationen im engeren Sinne) • Entwicklung der Hotellerie (Angebots-, Nachfrage-, Umsatz-, Beschäftigungsentwicklung, Konzentrationstendenzen, Marksegmentierung und Markenpolitik) • Strukturprobleme in der Hotellerie • Leistung und Leistungserstellung in der Hotellerie (Hotelbegriff, Funktionen des Hotels, Leistungen des Hotelbetriebes: Hotelleistung als Dienstleistungsbündel, Beherbergungsleistung, die Bewirtungsleistung, Komplementärleistungen, Hotelleistungen im Tagungs- und Kongressbereich, Eigenschaften der Hotelleistung) • Berechnung und Aussagekraft von Performance Indizes (RevPAR, ARR, Occupancy etc.) • Organisation des Hotelbetriebes (Beherbergungsbereich, Gästezimmer, sonstige bauliche Anlagen, personelle Dienstleistungen im Beherbergungsbereich, ausgewählte Entscheidungstatbestände, Bewirtungsbereich, Aufbauorganisation, Ablauforganisation) • Kostenmanagement im Hotel (Kostenproblem der Hotellerie, Nutzung von Informationen aus dem betrieblichen Rechnungswesen für Entscheidungen im Kostenmanagement, Kalkulationsverfahren, Deckungsbeitragsrechnung u. Break-even-Analyse)

	<ul style="list-style-type: none"> Personalmanagement im Hotel (Definition, Ziele u. Aufgaben, Merkmale der Beschäftigung in der Hotellerie, Berücksichtigung von Besonderheiten der Hotellerie im Personalmanagement, die Planung des Personalbedarfs, Personaleinsatz) 		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Dettmer, Harald (2011): Rechnungswesen, Controlling in Hotellerie und Gastronomie. 4., aktual. Aufl., Hamburg: Verl. Handwerk und Technik. Gardini, Marco A. (2020): Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements. Hotelbranche - Hotelbetrieb – Hotelimmobilie, 3. überarb. und aktual. Aufl., Berlin: De Gruyter Oldenbourg. Gruner, Axel; Berg, Waldemar (Hg.) (2008): Management-Lexikon. Hotellerie & Gastronomie, Frankfurt am Main: Dt. Fachverl. (Hospitality Management). Hänssler, Karl Heinz (Hg.) (2020): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 10., überarb. und aktual. Aufl., Berlin: De Gruyter Oldenbourg. Henschel, Karla; Gruner, Axel; Freyberg, Burkhard von (2018): Hotelmanagement, 5. aktual. Aufl., München-Oldenbourg (Edition Dienstleistungsmanagement). Hotelverband Deutschland (IHA) e. V. (Hg.) (2020): Hotelmarkt Deutschland. Branchenreport des Hotelverbandes Deutschland (IHA). Konjunktur, Angebots- und Nachfrageentwicklung, ausgewählte Marktsegmente, 		

	<p>Benchmarking, Markenhotellerie, Hotelklassifizierung, Normung, Lobbying, Bonn: IHA-Service.</p> <ul style="list-style-type: none">• Schaetzing, Edgar E. (2017): Management in Hotellerie und Gastronomie, 11. bearb. Aufl., Deutscher Fachverlag.
--	---

Business Travel Management			
Modul-Nr./ Code	25		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Travel Management		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • fachspezifische Termini des Business Travel Managements (BTM) zu erklären. • Prozesse, Akteure und Funktionsweise von Technologien im Business Travel Management (Travel Management Companies, Leistungsträger, Bezahlungssysteme, Management Information Systems, ...) zu erklären. • Zusammenhänge und Abhängigkeiten im Business Travel Management zu identifizieren. • Entscheidungen eines Travel Managers unter Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden zu treffen. • sich selbstständig ein Themengebiet des Business Travel Managements zu erarbeiten. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • BTM-Markt aus Anbieter- und Nachfragersicht, begriffliche Grundlagen, Prozess Geschäftsreise • Travel Management Companies: Anforderungen, Beschaffungsprozess • Steuerung im BTM: Grundlagen einer Reiserichtlinie, Controlling • Beschaffung Leistungsträger: Flug, Bahn, Hotel, Mietwagen • Bezahlungssysteme • Angewandte Digitalisierung im BTM • Buchungsprozess, Reisekostenabrechnungsprozess • Management-Informationssysteme, Erfolgsmessung im BTM • Grundlagen der Corporate Social Responsibility im BTM 		
Studiensemester	2. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 10 sollte absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Wilbers		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Andreas Wilbers		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		

Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Zukünftig soll der Online-Anteil gesteigert werden, um die Studierenden für entsprechende Anwendungen in der betrieblichen Praxis zu sensibilisieren.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils aktuelle Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eisenstein, Bernd; Reif, Julian; Schmücker, Dirk; Krüger, Manon; Weis, Rebekka: Geschäftsreisen: Merkmale, Anlässe, Effekte • Freyer, Walter: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie • fvw Dossier: Deutscher Reisevertrieb, jährliche Herausgabe • Hungenberg, Harald: Strategisches Management in Unternehmen • Koppelman, Udo: Beschaffungsmarketing für die Praxis • Mahnicke, Rüdiger: Business Travel Management, Wiesbaden • Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR): VDR-Geschäftsreiseanalysen, jährliche Herausgabe • Wilbers, Andreas: Entwicklung von Anforderungsprofilen für Geschäftsreisebüros im Rahmen des strategischen Managements

Quantitative BWL II	
Modul-Nr./ Code	30
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 301 Kosten- und Leistungsrechnung (2 SWS) b) 302 Finanzierung (2 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung sowie Kostenrechnungssysteme und deren wesentliche Zusammenhänge zu erklären. • Aufgaben und Verfahren der Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnung darzustellen sowie deren Zusammenhänge zu erläutern. • zentrale Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung zu lösen (bspw. Ermittlung von Verbrauchsmengen und deren Bewertung, innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Make-or-buy-Entscheidungen, ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung) und auf Basis gegebener Informationen Handlungsempfehlungen abzuleiten sowie Entscheidungen vorzubereiten. • Kalkulationen auch in touristischen Fragestellungen durchzuführen. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten von touristischen Unternehmen in Fachsprache zu erklären (z.B. Eigen- vs. Fremdfinanzierung; internationaler Anleihemarkt, Leverage-Effekt, Rating, Risikoabsicherungen) und gegeneinander abzuwägen. • im Zielkonflikt Unternehmen-Finanzmarkt-Staat unterschiedliche Perspektiven einzunehmen, um deren Handeln und daraus entstehende Konsequenzen abzusehen. • zu verstehen und zu bewerten, welche Auswirkungen internationale Rahmenbedingungen (z.B. Geldbeschaffung, Sicherungsgeschäfte) auf das Tagesgeschäft eines (touristischen) Unternehmens haben.
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begrifflichkeiten der KLR • Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Kostenrechnungssysteme ○ Kostenartenrechnung ○ Kostenstellenrechnung ○ Kostenträgerstück- und Kostenträgerzeitrechnung ○ Leistungs- und Erlösrechnung • Grundzüge der Deckungsbeitragsrechnung (einstufig und mehrstufig) • Instrumente der Teilkostenrechnung <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geld • Investition vs. Finanzierung • Eigen- und Fremdkapital

	<ul style="list-style-type: none"> • Kapitalkosten • Liquiditätsplanung • Working Capital • Kredit & Darlehen • Risikomanagement • Ratings • Anleihen 		
Studiensemester	3. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Dr. Pia Viehl b) Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktiven Elementen (bspw. ergänzenden Übungsaufgaben, die in der Vorlesung besprochen werden, Gruppenarbeit), Selbststudium		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) <ul style="list-style-type: none"> • Benz, Christoph (2016): Touristikkostenrechnung – Management-Accounting für Touristik-Unternehmen, Wiesbaden. • Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen (2008): Kostenrechnung – Grundlagen, Herne. • Deimel, Klaus; Erdmann, Georg; Iseman, Rainer; Müller, Stefan (2017): Kostenrechnung, München et al. • Götze, Uwe (2023): Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin. • Mumm, Mirja (2019): Kosten- und Leistungsrechnung – Internes Rechnungswesen für Industrie- und Handelsbetriebe, Berlin. • Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg, insb. Kapitel 9. • Schmalen, Helmut; Pechtl, Hans (2019): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Stuttgart. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Varnholt, Norbert; Hoberg, Peter; Gerhards, Ralf; Wilms, Stefan; Lebefromm, Uwe (2020): Operatives Controlling und Kostenrechnung – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendung mit SAP® ERP®, Oldenbourg. • Wöhe, Günter; Döring, Ulrich (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München. <p>b) Jeweils aktuellste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berk, J. / DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, Pearson, München. • Wöhe / Bilstein / Ernst / Häcker: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, Vahlen • Deutsche Bundesbank: Geld und Geldpolitik (Internet) • Varnholt, N. /Hoberg, P. / Gerhards, R. / Wilms, S.: Investitionsmanagement - Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Umsetzung mit SAP®, Berlin/Boston.
--	---

Wissenschaftliches Arbeiten und Soft Skills			
Modul-Nr./ Code	31		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 311 Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS) b) 312 Soft Skills (2 SWS)		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>a) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> wissenschaftstheoretische Grundlagen für das Verfassen wissenschaftlicher Texte zu verstehen. mit wissenschaftlicher Literatur (insbesondere Materialbeschaffung, -auswahl, -bewertung) umzugehen. die Prinzipien des Zitierens zu verstehen und anzuwenden. wissenschaftliche Texte zu verfassen. <p>b) Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> sich in unterschiedlichen Situationen (Gespräche, Diskussion, Präsentation) zielführend und bewusst zu beteiligen. konstruktive Kritik zu geben und anzunehmen. effektiv und positiv in einer Gruppe zusammenzuarbeiten sowie die erarbeiteten Inhalte kontext-, situations- und zielgruppenadäquat aufzubereiten und gemeinsam zu präsentieren. 		
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> Wissenschaftstheoretische Grundlagen Themensuche und –auswahl Literaturrecherche und –auswertung Gliederung Zitieren Grundlagen Forschungsmethoden und Datenerhebung <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> Kommunikationstraining Konfliktmanagement und Teamarbeit Persönlichkeitstraining Präsentationstechniken Interkulturelle Kommunikation Zeit- und Selbstmanagement 		
Studiensemester	3. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. habil. Jan Drengner
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Yvonne Langenbucher b) Prof. Dr. Tim Sterzenbach
Unterrichtssprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	a) Hausarbeit (Umfang 6 Seiten +/- 1 Seite) b) Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung (Gruppenprüfung)
Prüfungsdauer	a) s. oben b) 15-30 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	a) Seminar mit Schwerpunkt auf Interaktivität, Teamarbeit, Diskussion, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, außerdem Integration von Lernvideos für das Selbststudium zuhause (flipped classroom Konzept) sowie anschließenden Übungen zur weiteren Vertiefung in der Veranstaltung b) Seminar mit Schwerpunkt auf Interaktivität, Teamarbeit, Präsentation, Diskussion
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	a) Integration von Lernvideos zum Selbststudium zuhause, teils Gastvorträge durch Personal der Bibliothek b) Gruppenarbeit soll einen interaktiven Teil beinhalten, somit ist die Nutzung von Online Umfragen bzw. Live-Umfragen gefordert
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) <ul style="list-style-type: none"> • Drengner J. (2019): Leitfaden zum Verfassen von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten, Worms. • Brunt, P.; Horner, S. and Semley, N. (2017): Research Methods in Tourism, Hospitality and Events Management, London. • Bryman, A.; Bell, E. (2019): Business Research Methods, 5. Aufl., Oxford. • Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht – für Bachelor, Master und Dissertation, 8. Aufl., Bern. • Sandberg, B. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat – Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion, 3.Aufl., Berlin. • Saunders, M.; Lewis, P.; Thornhill, A.(2019): Research Methods for Business Students, 8th ed., Harlow. • Theisen, M.R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten – erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München. • Thomas-Johaentges, U.; Thomas, C. (2013): Dein Schreib-Coach! – Bachelor-, Master-, Doktor- und Projektarbeit, 2. Auflage, Norderstedt. • Voss, R. (2020): Wissenschaftliches Arbeiten ... leicht verständlich!, 7. Aufl., Stuttgart.

	<p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bohnic, T. (2011): Soft Skills. Die Schlüssel zum Erfolg in der Fachkarriere, München. • Garten, M. (2013): Präsentationen erfolgreich gestalten und halten, Offenbach. • Hanisch, H. (2017): Soft Skills-Knigge: Soziale Kompetenz, Persönlichkeit, Selbstmanagement., Bonn • Jocham, U.; Natzke, W. (2012): Persönlichkeitskompetenz – Arbeitsbuch Soft Skills, Cornelsen Verlag. • Kanitz, A. (2010): Emotionale Intelligenz: Taschenguide – Einfach! Praktisch!, Freiburg im Breisgau. • Mitra, B. (2011): Personality Development and Soft Skills, Oxford. • Moritz, A.; Rimbach, F. (2006): Soft Skills für Young Professionals: Alles, was Sie für Ihre Karriere brauchen, Offenbach. • Sharma, S.; Chauhan, G.S. (2016): Soft Skills – an integrated approach to maximise personality, Wiley. • Watzlawick, P. (2011): Man kann nicht nicht kommunizieren – Das Lesebuch, Bern. • Watzlawick, P.; Beavin, J.; Jackson, D. (2011): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, 12. Aufl., Bern.
--	---

Spanisch/Französisch für Touristiker II / Deutsch II			
Modul-Nr./ Code	32		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) 321 Spanisch für Touristiker II b) 322 Französisch für Touristiker II c) 323 Deutsch II (Bildungsausländer können anstelle von Spanisch/Französisch für Touristiker II auch Deutsch als Fremdsprache IV des International Center belegen, siehe dafür die Modulbeschreibung des IC)		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden belegen entweder a) oder b) oder c). Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • vertiefen ihre Kenntnisse der spanischen/französischen Gemeinsprache, insbesondere auf syntaktischer Ebene. • können die Basisterminologie der spanischen/französischen Fachsprache „Wirtschaft“ anwenden, um Gesprächspartner zu verstehen und um selbst schriftlich wie mündlich zu kommunizieren. • können die grundlegenden Wirtschaftsstrukturen Spaniens/Frankreichs/Deutschlands vergleichend schriftlich wie mündlich charakterisieren. • verstehen interkulturelle Problem- und Konfliktsituationen des spanischen/französischen Kulturraumes und können in ihnen dialogisch reflektiert agieren. • können grundständige Geschäftssituationen in einem spanischen/französischen Kontext sprachlich und interkulturell adäquat im gesprochenen und geschriebenen Code interagieren. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsbezogene interkulturelle Kommunikationssituationen • Spanische/französische Fachterminologie Wirtschaft: Wirtschaftliche Basisbegriffe sowie Fachlexik aus ausgewählten Themengebieten • Spanische/französische Geschäftskommunikation auf geschriebener und gesprochener Ebene • Aktuelle Themenbereiche der spanischen/französischen Wirtschaft • Ausgewählte Bereiche der spanischen/französischen Syntax 		
Studiensemester	3. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	a) - c) Modul 22 sollte absolviert sein; c) Teilnahme nur für Bildungsausländer möglich		

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Ingrid Steinbach
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Dr. Ingrid Steinbach b) Dr. Ingrid Steinbach c) siehe Modulbeschreibung des International Center
Unterrichtssprache	a) Spanisch (Referenzsprache Deutsch) b) Französisch (Referenzsprache Deutsch) c) Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung und Übung mit hoher Interaktivität
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	a) Bibliographie Spanisch <ul style="list-style-type: none"> vgl. Bibliographie Spanisch für Touristiker I Pastor Enrique: PONS Bürokommunikation Spanisch. Neu bearb. von Iglesias Iglesias, Nely Milagros, Anke Brauckmann, Adriana Nieto de Grund, Stuttgart 2013. b) Bibliographie Französisch <ul style="list-style-type: none"> vgl. Bibliographie Französisch für Touristiker I Privat-Büttner, Claude: PONS Bürokommunikation Französisch. Neubearbeitung von Elisabeth Froget-Seeger, Véronique Massé du Bois, Magaline Préau, Stuttgart 2017. c) Siehe Modulbeschreibung des International Center

Regionale Tourismusentwicklung	
Modul-Nr./ Code	33
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Regionale Tourismusentwicklung
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Destination (im Sinne von touristischer Region) in der touristischen Wertschöpfungskette einzuordnen. • die Rollenverteilung (Aufgaben, Rechte, Pflichten) unterschiedlicher Ebenen in der deutschen Tourismusorganisation zu charakterisieren. • die Auswirkungen grundständiger Besonderheiten in der regionalen Tourismusentwicklung (Organisationsformen, Gestaltung des geografischen Raumes, Finanzierungsproblematik, die Destination als Wettbewerbseinheit, etc.) zu erklären. • die Anwendbarkeit unterschiedlicher Konzepte der ABWL (bspw. Marketing, Angebots- und Produktpolitik) im Destinationsmanagement zu beurteilen. • die Perspektiven unterschiedlicher Interessensgruppen im regionalen Tourismus mit ihren unterschiedlichen Zielsetzungen einzunehmen. • die besondere Herausforderung einer Destinationsmanagementorganisation als Netzwerkgestalter zu erkennen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Rolle des Reiseziels in Form eines regionalen Raumes im System Tourismus und bei der Reiseentscheidung • Organisationsstrukturen im öffentlichen Tourismus • Destination als Reiseziel vs. regionaler Raum als Lebensraum • Infrastruktur öffentlicher und privater Anbieter im touristischen Raum • Optionen der Finanzierung öffentlicher Tourismusaufgaben • Die Destination als Wettbewerbseinheit • Kooperative Angebotsgestaltung im regionalen Tourismus, mit und ohne Unterstützung/Koordination einer Tourismusorganisation (Destinationsmanagementorganisation) • operatives Kooperationsmanagement in Destinationen • Besonderheiten im Außen- und Binnen-Marketing-Mix aus Sicht der Destinationsmanagementorganisation • Einfluss der öffentlichen Hand auf tourismuspolitische Entscheidungen im regionalen Tourismus • Digitalisierung im regionalen Tourismus • Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI) im regionalen Tourismus
Studiensemester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoadload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11 sollte absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Emma Disselnmeyer		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS)		
	3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Übungsteil		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils aktuellste Auflage von:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bieger, Thomas/Beritelli, Pietro: Management von Destinationen, München. • Butler, Richard W.: The Tourism Area Life Cycle, Band 1+2, Clevedon. • Eisenstein, Bernd: Grundlagen des Destinationsmanagements, München • Eisenstein, Bernd/Scherhag, Knut (Hrsg.): Images, Branding und Reputation von Destinationen: Herausforderungen erfolgreicher Markenentwicklung, Berlin 2022 • Freyer, Walter: Tourismusmarketing, München. • Leibinger, Bodo Müller, Reinhard/Wiesner, Herbert: Öffentliche Finanzwirtschaft: Ein Grundriss für die öffentliche Verwaltung in Bund und Ländern, Heidelberg. • Mundt, Jörn Tourismuspolitik, München. <p>Ergänzend dazu werden Links zu Webseiten während der Lehrveranstaltung bekanntgegeben, z.B. zur Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben, von Kurorten oder aktuellen Aspekten im regionalen Tourismus und des Destinationsmanagements.</p>		

Verkehrsträgermanagement	
Modul-Nr./ Code	34
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Verkehrsträgermanagement
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Besonderheiten in der Produktion von Verkehrsdienstleistungen in Fachsprache zu erklären. • grundlegende Methoden der Anbieter von Verkehrsdienstleistungen in Fachsprache zu erklären. • grundlegende Besonderheiten der Nachfrage nach Verkehrsdienstleistungen in der Luft, auf der Schiene, der Straße und dem Wasser zu beziffern und zu erläutern. • positive wie negative Auswirkungen verschiedener Verkehrsarten auf Volkswirtschaft und speziell die Umwelt zu erklären und zu bewerten. • ihre eigene Meinung hinsichtlich staatlicher Interaktion und Vorgaben im Verkehrswesen zu diskutieren.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe des Verkehrsträgermanagements (Verkehrsbetriebslehre und volkswirtschaftliche Aspekte) • Grundlagen des Luftverkehrs: <ul style="list-style-type: none"> ○ Institutionen und Anbieter ○ Freiheiten der Luft ○ Geschäftsmodelle im Luftverkehr ○ Strategische Allianzen im Luftverkehr ○ Besonderheiten des Managements von Luftverkehrsgesellschaften • Grundlagen des Hochsee- und Binnenschiffsverkehrs <ul style="list-style-type: none"> ○ rechtliche Rahmenbedingungen ○ Institutionen und Anbieter ○ Besonderheiten der Nachfrage nach Schiffverkehrsdienstleistungen ○ Besonderheiten des Managements von Schifffahrtsunternehmen ○ Geschäftsmodelle im Hochsee- und Binnenschiffsverkehr • Grundlagen des Schienenverkehrs (öffentlich und privat, nah und fern) <ul style="list-style-type: none"> ○ rechtliche Rahmenbedingungen ○ Institutionen und Anbieter ○ Besonderheiten der Nachfrage nach Schienenverkehrsdienstleistungen ○ Besonderheiten des Managements von Schienenverkehrsunternehmen ○ Geschäftsmodelle im Schienenverkehr • Grundlagen des Straßenverkehrs (öffentlich und privat, nah und fern) <ul style="list-style-type: none"> ○ rechtliche Rahmenbedingungen ○ Institutionen und Anbieter ○ Besonderheiten der Nachfrage nach Straßenverkehrsdienstleistungen

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Besonderheiten des Managements von Straßenverkehrsunternehmen ○ Geschäftsmodelle im Straßenverkehr • Verkehrspolitik • Verkehrsinfrastruktur und Intermodalität 		
Studiensemester	3. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tim Sterzenbach		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Tim Sterzenbach, Prof. Dr. Christoph Klingenberg		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Gastvorträge		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Jeweils aktuellste Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Conrady, R./Fichert, F./Sterzenbach, R.: Luftverkehr – Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München. • Groß, S.: Tourismus und Verkehr, München. • Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien. • Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus, München. • Schulz, A./Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München. 		

Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement	
Modul-Nr./ Code	35
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind mit den Grundlagen des Managements von Reiseveranstaltern und Reisemittlern vertraut und können unter Rückgriff auf profundes Basiswissen des jeweiligen Branchensegments die Wirkungsrichtung einzelner Maßnahmen beurteilen. • sind in der Lage, Pauschal-/Gruppenreisen unter Berücksichtigung des jeweils zugrundeliegenden Leistungseinkaufs sowie der Margenbesteuerung zu kalkulieren und dabei eigenständig die situativ zielführendste Berechnungsgrundlage zu wählen. • sind in der Lage, die jeweiligen Vor- und Nachteile verschiedener Reisevertriebskanäle bzw. des Multichannelvertriebs für unterschiedliche Veranstaltertypen zu bewerten. • sind in der Lage, die zunehmende Bedeutung des digitalen Wandels im Bereich der Reiseveranstaltung und Reisevermittlung zu erläutern sowie daraus resultierende Herausforderungen bspw. im Bereich der dynamischen Angebotsproduktion zu erkennen. • sind in der Lage, geeignete betriebswirtschaftliche Methoden auf Fragestellungen im Kontext der Reiseveranstaltung und des Reisevertriebs anzuwenden sowie selbständig Lösungsvorschläge für aktuelle Problemstellungen zu erarbeiten.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Reiseveranstaltern und des Reisevertriebs in der touristischen Wertschöpfungskette unter besonderer Berücksichtigung nationaler Spezifika sowie ausgewählter Nachhaltigkeitsaspekte • Marktstruktur Reiseveranstalter und Reisevertrieb • Rechtliche und wirtschaftliche Abgrenzung von Reiseveranstaltung und Reisevermittlung • Besondere Informationsbedürfnisse und Informationsbeschaffung im Kontext der Reiseveranstaltung und des Reisevertriebs • Funktionen und betriebliche Aufgaben der Reiseveranstalter • Produktgestaltung, Leistungsbestandteile der Reiseveranstaltung • Einkauf von Reiseleistungen, Bedeutung unterschiedlicher Leistungsträger • Kalkulation von Pauschal-/Gruppenreisen • Klassische und dynamische Pauschalreiseproduktion • Zielgebiets-/Incomingagenturen • Herausforderung im Bereich der Digitalisierung und Travel Technology

	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur der Vertriebskanäle im Tourismus, insb. Online-vertrieb • Funktionen und betriebliche Aufgaben innerhalb des Reisevertriebs • Marketing bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern • Elektronische Vertriebssysteme (Global Distribution Systems, Internet Booking Engines, Direct Access) 		
Studiensemester	3. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jan Mauelshagen		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Jan Mauelshagen		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktiven Elementen, Fallstudien, Übungsaufgaben		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, 3. Aufl., Ludwigshafen 2012. • Deutscher Reiseverband: Zahlen und Fakten zum Reisemarkt, verschiedene Jahrgänge. • Dörnberg, Ernst-Adrian von; Freyer, Walter; Sülberg, Werner: Reiseveranstaltermanagement, 2. Aufl. München 2018. • Freyer, Walter: Tourismus; Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Aufl., München 2015. • Freyer, Walter: Tourismusmarketing, 7. Aufl. München 2011. • Freyer, Walter/ Pompl, Wilhelm. (Hrsg.): Reisebüro-Management, 2. Aufl. München/Wien 2008. • F.U.R.-Reiseanalyse, verschiedene Jahrgänge. • Kirstges, Torsten: Tourismus in der Kritik, Konstanz 2020. • Kirstges, Torsten: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements, 2. Aufl., München 2014. • Mundt, Jörn W.: Tourismus, 4. Aufl., München 2013. 		

	<ul style="list-style-type: none">• Mundt, Jörn.W.: Reiseveranstaltung, 7. Aufl., München 2011.
--	---

Praxissemester			
Modul-Nr./ Code	40		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxissemester		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die während des bisherigen Studiums erworbenen Qualifikationen durch die Bearbeitung geeigneter Projekte oder die Übernahme von verantwortungsvollen Aufgaben in einem Unternehmen, einer Kammer oder einem Verband anzuwenden und zu vertiefen. • sämtliche im Studium erworbenen fachlichen, sozialen und intellektuellen Kenntnisse und Fähigkeiten in der Praxis anzuwenden und weiter zu vertiefen. Insbesondere die Analyse- und Beurteilungsfähigkeit in der betrieblichen Praxis soll geschult werden. 		
Inhalte des Moduls	fach- und themenspezifisch		
Studiensemester	4. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	0		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30		
Gesamtworkload	900 h	Kontaktzeit	0 h
		Selbststudium	900 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Entfällt		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formal: 60 Credit Points aus dem vorangegangenen Studium</p> <p>Inhaltlich: Sämtliche betriebswirtschaftlichen und touristischen Grundlagenmodule sollten absolviert sein</p>		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Roland Conrady		
Name des Dozenten/der Dozentin	Betreuende Lehrperson am Fachbereich Touristik/Verkehrswesen		
Unterrichtssprache	Je nach Firmenkonvention		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumszeugnis mit Bezeichnung der Einrichtung, Angaben zur Person (Vorname, Nachname, Geburtsdatum) sowie die Art und Dauer der Tätigkeit und ein Praktikumsbericht gemäß den Vorgaben des Fachbereichs.		
Prüfungsdauer	s. oben		
Prüfung benotet/ unbenotet	Unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Dauer: 20 Wochen in Vollzeit.		

	Die Inhalte des Praktikums müssen den Anforderungen eines betriebswirtschaftlichen und touristischen Studiums genügen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Keine

Seminar Tourismusmanagement I und II

Seminar Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement	
Modul-Nr./ Code	501/601
Studiengang	Tourism and Travel Management
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagement
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des Reiseveranstalter-/mittlermanagements erlernen. Hierzu zählt insb. die Ableitung einer belastbaren Problemstellung und eines konkreten Ziels. • in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. • betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des Reiseveranstalter-/Reisevertriebsmanagements anwenden. • die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. • die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. • spezielle Fragestellungen aus dem Bereich der Reiseveranstaltung/-vermittlung selbständig analysieren, bearbeiten und lösen können.
Inhalte des Moduls	<p>Ausgewählte Fragestellungen zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reiseveranstalter und Reisemittler in der touristischen Wertschöpfungskette • Marktstruktur Reiseveranstalter und Reisevertrieb • Rechtliche und wirtschaftliche Fragestellungen im Bereich Reiseveranstalter und Reisevertrieb • Funktionen und Aufgaben von Reiseveranstaltern und Reisemittlern • Produktgestaltung, Produktelemente der Reiseveranstaltung • Einkauf von Reiseleistungen, Bedeutung unterschiedlicher Leistungsträger • Klassische und dynamische Pauschalreiseproduktion • Zielgebiets-/Incomingagenturen • Digitalisierung und Travel Technology • Struktur der Vertriebskanäle im Tourismus, insb. Onlinevertrieb • Marketing bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern <p>Elektronische Vertriebssysteme (Global Distribution Systems, Internet Booking Engines, Direct Access)</p>
Studiensemester	501: 5. Semester 601: 6./7.. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtw workload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11, 31 und 35 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jan Mauelshagen		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Jan Mauelshagen		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten). Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen		
Prüfungsdauer	s. oben		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS))		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, z.T. Gruppenarbeit.		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	501 und 601 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester.		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe hierzu die Literatur des Moduls 35 sowie spezifische Literatur zu den Referatsthemen.		

Seminar Verkehrsträgermanagement			
Modul-Nr./ Code	502/602		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Verkehrsträgermanagement		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des Verkehrsträgermanagements erlernen. • in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. • betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des Verkehrsträgermanagements anwenden. • die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. • die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. • spezielle Fragestellungen aus dem Bereich des Verkehrsträgermanagements selbstständig analysieren, bearbeiten und lösen können. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden (z.B. Führungsmethoden, Managementmethoden, Marketingmethoden etc.) auf spezifische Fragestellungen im Verkehrsträgermanagement • Etwaige Themen orientieren sich an grundlegenden und/oder aktuellen Themen des Verkehrsträgermanagements 		
Studiensemester	502: 5. Semester 602: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11, 31 und 34 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tim Sterzenbach		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Erik Hemmer, Prof. Dr. Tim Sterzenbach		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten). Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen
Prüfungsdauer	s. oben
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, z.T. Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	502 und 602 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Da sich die Themen des Seminars von Semester zu Semester ändern können und aktuelle Entwicklungen im Verkehrsträgermanagement berücksichtigt werden sollen, werden die Literaturempfehlungen aktuell und individuell angepasst.

Seminar Regionale Tourismusentwicklung			
Modul-Nr./ Code	503/603		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Regionale Tourismusentwicklung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des regionalen Tourismus/Destinationsmanagements erlernen. • in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. • betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des regionalen Tourismus anwenden. • die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. • die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. • spezielle Fragestellungen aus dem Bereich der regionalen Tourismusentwicklung sowie des Destinationsmanagements selbstständig analysieren, bearbeiten und lösen können. 		
Inhalte des Moduls	Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden (z.B. Führungsmethoden, Managementmethoden, Marketingmethoden etc.) auf spezifische Fragestellungen in touristischen Regionen sowie Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens.		
Studiensemester	503: 5. Semester 603: 6./7.Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoorkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11, 31 und 33 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten).		

	Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen
Prüfungsdauer	s. oben
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, z.T. Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	503 und 603 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Basisliteratur siehe Grundlagen der regionalen Tourismusentwicklung (Modul 33) sowie Literatur zu den speziellen Seminarthemen. Anmerkung: die Literaturrecherche ist ein wesentlicher Bestandteil der Seminarausarbeitung.

Seminar Hotelmanagement			
Modul-Nr./ Code	504/604		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Hotelmanagement		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des Hotelmanagements erlernen. • in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. • betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des Hotelmanagements anwenden. • die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. • die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. • spezielle Fragestellungen aus dem Bereich des Hotelmanagements selbstständig analysieren, bearbeiten und lösen können. 		
Inhalte des Moduls	<p>Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden (z.B. Führungsmethoden, Managementmethoden, Marketingmethoden etc.) auf spezifische Fragestellungen im Hotelmanagement sowie Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens.</p> <p>Die Themen orientieren sich an grundlegenden und/oder aktuellen Themen des Hotelmanagements.</p>		
Studiensemester	504: 5. Semester 604: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11, 24 und 31 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Dagmar Hettinger		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten).		

	Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen
Prüfungsdauer	s. oben
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, z.T. Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	504 und 604 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Basisliteratur siehe Hotelmanagement (Modul 24) sowie Literatur zu den speziellen Seminarthemen. Anmerkung: die Literaturrecherche ist ein wesentlicher Bestandteil der Seminararbeit.

Seminar Business Travel Management			
Modul-Nr./ Code	505/605		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Business Travel Management		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des Business Travel Managements erlernen. • in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. • betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des Business Travel Managements anwenden. • die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. • die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. • spezielle Fragestellungen aus dem Bereich des Business Travel Managements selbstständig analysieren, bearbeiten und lösen können. 		
Inhalte des Moduls	Die Themenvergabe erfolgt durch den betreuenden Hochschullehrer. Die Themen orientieren sich an grundlegenden und/oder aktuellen Themen des Business Travel Managements.		
Studiensemester	505: 5. Semester 605: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 25 und 31 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Wilbers		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Andreas Wilbers		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten). Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen		

Prüfungsdauer	s. oben
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	505 und 605 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester. Zukünftig soll der Online-Anteil gesteigert werden, um die Studierenden für entsprechende Anwendungen in der betrieblichen Praxis zu sensibilisieren.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Da sich die Themen des Seminars von Semester zu Semester ändern und aktuelle Entwicklungen im BTM-Markt berücksichtigen, werden die Literaturempfehlungen aktuell angepasst und in individuellen Gesprächen mit den Studierenden passend zu ihrem Seminarthema besprochen.

Seminar Veranstaltungsmanagement			
Modul-Nr./ Code	506/606		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Veranstaltungsmanagement		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> das eigenständige Erarbeiten einer wirtschaftswissenschaftlichen Thematik auf dem Gebiet des Veranstaltungsmanagements erlernen. in der Lage sein, eine wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. betriebswirtschaftliche und/oder sozialwissenschaftliche Methoden auf Fälle im Kontext des Veranstaltungsmanagements anwenden. die Ergebnisse der Seminararbeit in geeigneter Form vor der Gruppe präsentieren, Sicherheit in der Moderation der daran anschließenden wissenschaftlichen Diskussion erlangen und ihre Meinung fundiert vor anderen vertreten können. die Fähigkeit entwickeln, wesentliche von unwesentlichen Informationen zu unterscheiden und darauf aufbauende Gedankengänge und Problemlösungsvorschläge konsistent aufzubereiten. spezielle Fragestellungen aus dem Bereich des Veranstaltungsmanagements selbstständig analysieren, bearbeiten und lösen können. 		
Inhalte des Moduls	Die Themenvergabe erfolgt durch den betreuenden Hochschullehrer. Die Themen orientieren sich an grundlegenden und/oder aktuellen Themen des Veranstaltungsmanagements.		
Studiensemester	506: 5. Semester 606: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 11, 23 und 31 sollten absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. habil. Jan Drengner		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. habil. Jan Drengner		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (20-30 Minuten). Bestandene Modulprüfung: Seminararbeit (50%) und Präsentation (50%) sowie 80% Anwesenheit bei den Lehrveranstaltungen		
Prüfungsdauer	s. oben		

Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Seminararbeiten und Präsentationen, moderierte Diskussionsrunden, inhaltliche Ergänzungen durch Lehrende, z.T. Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	506 und 606 sind identische Veranstaltungen, die in jedem Semester angeboten werden. Die Teilnehmerzahl liegt bei insgesamt 30 Studierenden pro Semester. Die Themenvergabe und Einführungsveranstaltung sind jeweils im vorausgehenden Semester.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Grundlegende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allen, J. (2009): Event Planning, 2. Aufl., Mississauga. • Drengner, J. (2008): Imagewirkungen von Eventmarketing. Entwicklung eines ganzheitlichen Messansatzes. 3. Aufl., Wiesbaden. • Funke, E.; Müller, G. (2009): Handbuch zum Eventrecht. 3. Aufl. Köln. • Getz, D.; Page, S. J. (2016): Event Studies, 3. Aufl., London. • Goldblatt, S. (2012): The Complete Guide to Greener Meetings and Events. Hoboken. • Nufer, G. (2012): Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen. 4. Aufl., Wiesbaden. • Zanger, Cornelia (Hrsg.) (2017): Events und Erlebnis, Markenkommunikation und Beziehungsmarketing. • Zanger, C. (Hrsg.) (2016): Events und Tourismus – Stand und Perspektiven der Eventforschung, Wiesbaden. • Zanger, C. (Hrsg.) (2014): Events und Messen: Markenkommunikation und Beziehungsmarketing, Wiesbaden. • Zanger, C. (Hrsg.) (2013): Events im Zeitalter von Social Media, Wiesbaden. • Zanger, C. (Hrsg.) (2012): Erfolg mit nachhaltigen Eventkonzepten. Wiesbaden. • Zanger, C. (Hrsg.) (2010): Stand und Perspektiven der Eventforschung, Wiesbaden. <p>sowie Nutzung von wissenschaftlichen Fachzeitschriften, wie z.B. Event Management, Festival Management & Event Tourism, International Journal of Event and Festival Management, Journal of Convention & Event Tourism sowie Fachmagazinen wie Events Magazine, TW Tagungswirtschaft, CIM Convention und Incentive Management, MEP Marketing-Event-Praxis, Expodata, M+A Report.</p> <p>Weitere Literaturhinweise in der Lehrveranstaltung.</p>

Marketing II			
Modul-Nr./ Code	51		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing II		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Gestaltungsparameter des klassischen Marketing-Mix (4 bzw. 7P) auf Unternehmen aus dem Tourismus zu übertragen. • zu erklären, inwiefern das Konzept des Marketings mit dem (insb. auf dem Klimawandel beruhenden) Imperativ Nachhaltigkeit, trotz scheinbarem Widerspruchs, zusammenwirken kann. • Marketingstrategien zu evaluieren und Greenwashing von „Sustainable Marketing“ abzugrenzen. • kreativ-konzeptionell eigene Nachhaltigkeitsinnovationen zu entwickeln. • spezifische Herausforderungen (z. B. Internationalisierung, Saisonalität) des „Sustainable Marketing“ zu erkennen und grundlegende Konzepte anzuwenden, um mit diesen umzugehen 		
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erhielten in Modul 13 (Marketing und Dienstleistungsproduktion, Teil a) einen Überblick über die strategischen Aspekte des Marketings. „Marketing 2“ greift diese Grundlagen auf und führt in den Marketing-Mix ein. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf das Thema „Nachhaltigkeit“ gelegt: In jeder betrachteten Facette des Marketings wird die Frage nachgegangen, wie diese nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu gestalten ist. Das Modul umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • konziser „Recap“ der Inhalte aus „Marketing 1“ • Einführung in das Konzept „Sustainable Marketing“, inkl. einer Widmung der Bedingungen, die dieses erforderlich machen (i.e. Klimawandel und Wechselwirkungen der Tourismus und seiner Umwelten) • Einheiten zu allen für den Tourismuskontext relevanten Politikbereichen des Marketing-Mix • Workshop zum Thema Nachhaltigkeitsinnovationen • Einblicke in die Tourismuspraxis: Gastvortragende berichten von ihren Maßnahmen zur/Erfahrungen mit Nachhaltigkeitsorientierung ihres Marketings • Überblick zu typischen Herausforderungen, die der Umsetzung eines effizienten Marketings allgemein und dem Sustainable Marketing im Speziellen im Wege stehen können 		
Studiensemester	5. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoorkload	150 h	Kontaktzeit	45 h

		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 13 sollte absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Julia E. Beelitz		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Julia E. Beelitz		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur (open book)		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Gruppenarbeit, Präsentationen		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge, online-Elemente		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Ahrend, K.-M. (2016): Geschäftsmodell Nachhaltigkeit: Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance. Springer Gabler Burch, S. & Harris, S.E. (2021): Understanding Climate Change: Science, Policy, and Practice. Univ. of Toronto PR Carvill, M. et al. (2021): Sustainable Marketing: How to drive Profits with Purpose. Bloomsbury Gordon, G., Nelke, A. (2016): CSR und Nachhaltige Innovation. Springer Gabler Martin, D., Schouten, J. (2013): Sustainable Marketing. Pearson Meffert, H. et al. (2014): Sustainable Marketing Management. Springer Gabler Ottman, J.A. (2011): The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. Berrett-Koehler Peterson, M. (2021): Sustainable Marketing: A Holistic Approach. SAGE Schlesinger, W.H., Bernhardt, E.S. (2020): Biogeochemistry: An Analysis of Global Change. Academic Press Thaler, R.H., Sunstein, C.R. (2021): Nudge: The final edition. Penguin 		

Recht			
Modul-Nr./ Code	52		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Recht		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • rechtliche Grundbegriffe des BGB, HGB und angrenzender, relevanter Rechtsgebiete zu erklären. • die wichtigsten Vertragstypen mit den daraus resultierenden Pflichten sowie die Rechtsfolgen von Leistungsstörungen zu beschreiben. • den Inhalt der wichtigsten relevanten Quellen des Reiserechts wiederzugeben. • den Sachverhalt praktischer Fälle des Zivil-, Handels- und Reiserechts zu analysieren, Lösungen mithilfe der einschlägigen Gesetze zu formulieren und diese durch eigene Argumente zu untermauern. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung öffentliches Recht und Privatrecht • Aufbau des BGB • Rechtssubjekte und –objekte, Rechts- und Geschäftsfähigkeit • Willenserklärungen, Vertragsschluss, Privatautonomie und deren Grenzen • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Schuldverhältnisse - Leistungsstörungen und deren Rechtsfolgen • Wichtigste BGB-Vertragstypen und deren Unterschiede • Recht der unerlaubten Handlung • Überblick Sachenrecht • Handelsrechtlicher Begriff des Kaufmanns • Firma – Begriff – Wirksamkeitsvoraussetzungen • Handelsregister – Bedeutung – Problemfälle • Prokura – Handlungsvollmacht – Handelsvertreter – Handelsmakler • Besonderheiten beim Handelskauf • Kaufmännisches Bestätigungsschreiben • Handelsbräuche (Incoterms) – CISG • Rechtsquellen des Reiserechts • Pauschalreiserecht, §§651a-y BGB, EGBGB • Individualreiserecht – Hotel – Flug (inkl. Fluggastrechte aufgrund europarechtlicher VO und Montrealer Übereinkommen) – Bahn – Bus • Recht des Reisevertriebs 		
Studiensemester	5. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoorkload	150 h	Kontaktzeit	45 h

		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tobias Ehlen		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Tobias Ehlen		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit praktischen Übungsfällen		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Jeweils aktuelle Auflage: <ul style="list-style-type: none"> • Klunzinger, Eugen: Einführung in das Bürgerliche Recht • Musielak, Hans-Joachim: Grundkurs BGB • Palandt-Verfasser: Kommentar zum BGB • Bitter / Schumacher: Handelsrecht • Führich, Ernst: Reiserecht • Tonner / Bergmann / Blankenburg: Reiserecht 		

Personalwirtschaft und Organisation	
Modul-Nr./ Code	53
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) Personalwirtschaft und Organisation (3 SWS) b) Übung (1 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Das Modul zielt darauf ab, kritisches Denken, analytische Fähigkeiten und praktische HR-Kompetenzen zu fördern. Studierende werden lernen, komplexe Probleme im Bereich Personalmanagement und Organisation zu analysieren und lösungsorientierte Ansätze zu entwickeln. Darüber hinaus wird die Fähigkeit, in einem dynamischen und sich ständig verändernden Umfeld effektiv zu kommunizieren und zu agieren, gestärkt. Die Studierenden erwerben zudem die Kompetenz, Diversity und Inklusion am Arbeitsplatz zu fördern und technologische Veränderungen im Bereich HRM erfolgreich zu navigieren.
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Dieses Modul bietet eine umfassende Einführung in die Grundlagen des Personalmanagements und der Organisation, die für Bachelor-Studierende konzipiert wurde. Am Ende dieses Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, die theoretischen und praktischen Aspekte des Personalmanagements zu verstehen und anzuwenden. Sie werden sich mit den historischen und ökonomischen Theorien vertraut machen, die dem Personalmanagement zugrunde liegen, sowie mit modernen Ansätzen zur Motivation, Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung. Die Studierenden werden zudem Kompetenzen im Bereich des Performance Managements und der Vergütung, des Diversity Managements und der Inklusion, sowie im Umgang mit rechtlichen Grundlagen der Arbeit erwerben. Weiterhin werden sie die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Personalmanagement erkennen und Ansätze zur Gestaltung von Veränderungsprozessen und Transformationen in Organisationen verstehen lernen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in HRM: Überblick über das Personalmanagement und seine Bedeutung in Organisationen. • Historisch-theoretische Einführung: Ökonomische und personalökonomische Theorien, die das Verständnis des Personalmanagements prägen. • Theoretische Einführung in Motivationstheorien: Einblick in verschiedene Motivationstheorien und ihre Anwendung im HR-Bereich. • Personalgewinnung und Auswahl: Strategien und Techniken zur effektiven Rekrutierung und Auswahl von Personal. • Personalentwicklung: Ansätze zur Förderung der beruflichen Entwicklung und des Lernens von Mitarbeitern. • Performance Management und Vergütung: Methoden zur Bewertung und Steigerung der Mitarbeiterleistung sowie Gestaltung von Vergütungssystemen. • Diversity Management und Inklusion: Strategien zur Förderung von Vielfalt und Inklusion am Arbeitsplatz. • Engagement und Mitarbeiterbindung: Techniken zur Steigerung des Mitarbeiterengagements und zur Bindung von Talenten.

	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsrecht und betriebliche Mitbestimmung: Grundlagen des Arbeitsrechts und der Mitbestimmungsrechte von Arbeitnehmern. • Digitalisierung und Technologie im HRM: Auswirkungen digitaler Technologien auf das Personalmanagement. Organisationstheorie und Change Management: Theorien zur Organisation und Gestaltung von Veränderungsprozessen und Transformationen. 		
Studiensemester	5. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 10 sollte absolviert sein		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Elke Eller		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Elke Eller		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung und Übung zur Vorlesung; Gastreferenten vertiefen aktuelle Fragestellungen durch Fachvorträge		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Armstrong, M.; Taylor, W. S. (2023) Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice, London Berthel, J.; Becker, G.F. (2017) Personal-Management, Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit (11. Auflage), Stuttgart Holtbrügge, D. (2018) Personalmanagement (7. Auflage), Berlin Kornmeier, M. (2008) Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht (3.Auflage), Göttingen Laloux, F. (2017) Reinventing Organizations, München Lebrenz, Ch. (2020) Strategie und Personalmanagement (2. Auflage), Wiesbaden Oechsler, W.A.; Paul, Ch. (2019) Personal und Arbeit - Einführung in das Personalmanagement (11. Auflage), Berlin/Boston Scholz, Ch.; Scholz, T. M. (2019) Grundzüge des Personalmanagements (3. Auflage), München 		

	<ul style="list-style-type: none">• Stock-Homburg, R.; Groß, M. (2019) Personalmanagement Theorien - Konzepte - Instrumente, (4. Auflage), Wiesbaden
--	--

Controlling	
Modul-Nr./ Code	54
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	a) Controlling (3 SWS) b) SAP-Übung (2 SWS)
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> wichtige Elemente des betrieblichen Rechnungswesens auf das unternehmerische Leitungs- und Führungssystem zu beziehen und anhand geeigneter Controlling-Instrumente fundierte unternehmerische Entscheidungen vorzubereiten. durch kritisches Hinterfragen von Ergebnissen, die Eignung einzelner Methoden für jeweilige Anwendungsfälle zu beurteilen. mögliche Wirkungen von Controlling-Instrumenten auf das Verhalten verschiedener Stakeholder einzuschätzen. vermittelte Methoden durch die Bearbeitung touristischer Beispielaufgaben in der Praxis anzuwenden. Deckungsbeitragsrechnungen und Personalkostenrechnungen auch im touristischen Bereich durchzuführen. Im SAP S/4 HANA-System die zentralen Prozesse im Accounting und Controlling des SAP-Systems zu beschreiben und anzuwenden. Im SAP S/4 HANA-System die Integration zwischen Financial Accounting, Management-Accounting, Material-Management und dem Sales-Management zu beschreiben.
Inhalte des Moduls	<p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ziele, Aufgaben und Ausgestaltungsformen des Controllings Budgetierung und Forecasting Wertorientierte Unternehmensführung Principal-Agent Ansatz Personalkosten insb. deren Flexibilisierung und variable Vergütungsmodelle Sonderfälle der Deckungsbeitragsrechnung <ul style="list-style-type: none"> DB-Rechnung bei Engpässen am Beispiel von Reiseveranstaltern Yield Management Lösung aktueller betriebswirtschaftlicher Problemstellungen <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konzeption und Aufbau des SAP S/4HANA-Systems Navigation im SAP-System, Bearbeitung von Übungsaufgaben in den Modulen Financials (FI) und Controlling (CO). Bearbeitung und Besprechung von Fallstudien in den Modulen FI und CO des SAP S/4HANA Systems.
Studiensemester	5. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

SWS	5		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	93,75 h
		Selbststudium	56,25 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Wutzler		
Name des Dozenten/der Dozentin	a) Prof. Dr. Juliane Wutzler b) Dr. Uwe Lebefromm		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	150 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht und Arbeiten mit dem SAP S/4HANA System		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Arbeit am SAP®-PC		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg, A. G., Salfeld, R., Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Auflage, Stuttgart 2007. • Coenenberg, A. G., Fischer, T. M., Günther, T., Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart 2012. • Copeland, T., Koller, T., Murrin, J., Unternehmenswert, Frankfurt/New York, 3. Auflage 2002. • Daum, J., Intangible Assets, 1. Auflage 2002. • Götze, U., Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2010. • Götze, U., Investitionsrechnung, 5. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2008. • Günter, B., Helm, S. (Hrsg.), Kundenwert - Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden 2006 • Grob, H.-L., Einführung in die Investitionsrechnung, 5. Aufl., München 2006 • Hoberg, P., Warum Überstunden so billig sind, in: Controller Magazin, 1/2003, S. 12-19. In Moodle. • Hoberg, P., Fallen für den Controller in der Deckungsbeitragsrechnung, in: Controller Magazin 4/2004, S. 347-353. • Hoberg, P., Wie fix sind Personalkosten?, in: Controller Magazin, 1/2006, S. 14-21. In Moodle. • Hoberg, P., Kundentrennungsmanagement, in: ZfCM 5/2008; S. 320-325. • Hoberg, P., Yield Management aus betriebswirtschaftlicher Sicht, in Controller Magazin 5/2008. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Hoberg, P.: Event-Controlling, in: Controllermagazin 5/2012, 37. Jg., S. 26-32. • Hoberg, P.: Mehrstufige DB-Kalkulation am Beispiel der Airlineindustrie, in WiSu 6/2011, 40. Jg., S. 808-814. • Hoberg, P. Deckungsbeitragsrechnung in der Hotellerie, in: TourHP 2/2009, S. 20-26. • Hoberg, P.: Hotelbewertung: Grundlagen, Berechnungsverfahren und Praxisbeispiel, in: TourHP 11/2008, S. 13-17. • Homburg, C., Marketingmanagement, 4. Auflage 2012. • Horngren, C. et al., Introduction to Management Accounting, 15. edition, Prentice Hall 2011 • Horvath, P., Controlling, 12. Auflage 2011. • Hostettler, S., Stern, H., Das Value Cockpit, Weinheim 2004. • Kahneman, D., Thinking, fast and slow, London 2011. • Kissick, W. P. (editor): Business Ethics: Concepts, Cases, and Canadian Perspectives, Emond Montgomery Publications, 2012. • Varnholt, N., Hoberg, P., Wilms, S., Lebefromm, U.: Investitionsmanagement - Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Umsetzung mit SAP S/4HANA. Berlin/Boston 2023. • Varnholt, N., Hoberg, P., Wilms, St., Gerhards, R., Lebefromm, U.: Operatives Controlling und Kostenrechnung. – Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendung mit SAP S/4HANA. 3. Auflage München 2020. • Weber, J., Schäffer, U., Einführung in das Controlling, 16. Aufl., Stuttgart 2020. <p>Plus Kursmaterial für SAP S/4HANA Seminare</p>
--	--

Wahlpflichtmodule (WPM)

(WPM) Wahlpflichtmodule I – II/III (allgemein)			
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	<p>Nach Wahl der/des jeweiligen Studierenden</p> <p>Eine Auswahl regelmäßig angebotener Wahlpflichtmodule (WPM) findet sich in den folgenden Modulbeschreibungen (Seite 82 – 106)</p>		
Geförderte Kompetenzen	Abhängig vom jeweils gewählten Modul		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Der/Die Studierende soll über die Wahlpflichtmodule ihr persönliches Qualifikationsniveau schärfen und Kompetenzen in speziellen Fächern aufbauen, die für die spätere Berufswahl zur individuellen Profilschärfung beitragen.</p> <p>Den Studierenden wird die Möglichkeit gegeben, auch spezielle Lehrveranstaltungen aus anderen Fachbereichen bzw. Studiengängen zu hören, um so ein individuelles Qualifikationsprofil zu erwerben</p>		
Inhalte des Moduls	Die Wahlpflichtmodule ergänzen die Allgemeine BWL, die spezielle BWL, die Komplementärwissenschaften sowie den Bereich der Sprachausbildung. Konkrete Inhalte werden in den Lehrveranstaltungen bekannt gegeben. Der Fachbereich ist bestrebt, dass jeweilige Lehrangebot aktuell zu halten und flexibel zu gestalten. Dies bedeutet aber auch, dass Themen, die in der Tourismuswirtschaft nicht mehr aktuell sind, ggf. nicht mehr angeboten werden.		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	Je 2-4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	22,5-45 h
		Selbststudium	105-127,5 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Können im jeweiligen Modul festgelegt werden (z.B. Sprachkenntnisse, Vorkenntnisse einer oder mehrerer spezieller Betriebswirtschaftslehren etc.)		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Tba		
Unterrichtssprache	Deutsch bzw. Englisch (in den Sprachmodulen auch weitere)		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Modulklausur (120 min) oder bestandene Hausarbeit (15 Seiten) mit Kurzvortrag (max. 15 min) oder Projektarbeit (25 Seiten), bei Fremdsprachen auch Modulklausur und Präsentation.		
Prüfungsdauer	s. oben		

Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) je Wahlmodul 3,23% (bei 210 ECTS) je Wahlmodul
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Grundsätzlich sind hier alle Lehrformen möglich, die an der Hochschule Worms Anwendung finden; in der Regel aber Vorlesung mit oder ohne Übung sowie Seminar oder Projekt.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Die Studierenden wählen aus dem Angebot der Wahlpflichtmodule insgesamt zwei (bei 7. Semestern) bzw. drei (bei 6. Semestern) unterschiedliche Module aus.</p> <p>Die WPM können von hauptamtlich Lehrenden des Fachbereichs alleine oder auch zusammen mit entsprechend qualifizierten Externen angeboten werden. Es können nach Absprache mit der Studiengangleitung ebenfalls Lehrveranstaltungen in anderen Studiengängen besucht werden, die vom Umfang her gleich gewichtet sind.</p> <p>Grundsätzlich besteht hier die Möglichkeit, Lehrveranstaltungen von Gastdozenten der Partnerhochschulen zu integrieren.</p> <p>Die für das jeweilige Semester angebotenen Wahlpflichtmodule werden den Studierenden vor Vorlesungsbeginn bekanntgegeben. Die Studierenden wählen ihre Wahlpflichtmodule, die sie im jeweiligen Semester besuchen möchten, ebenfalls noch vor Vorlesungsbeginn aus.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

(WPM) Hotelinvestment			
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63 (2132)		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Hotelinvestment		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten der Hotellerie aus Investorensicht zu erklären. • verschiedene Investoren und deren strategische Ziele voneinander abzugrenzen. • die für Hotelinvestoren wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennziffern zu beschreiben und zu interpretieren. • im Team eigenständig einen vorgegebenen Hotelstandort für Investoren zu analysieren. • im Team ein Hotel eigenständig zu konzipieren und einen dazugehörigen Businessplan zu erstellen. • das eigene Hotelkonzept kurz und prägnant vorzustellen. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Aktueller Überblick Hotelinvestments in Deutschland • Arten von Hotelinvestoren und deren strategische Ziele • Prozess eines Hotelinvestments aus Investorensicht • Finanzierungsmöglichkeiten für Hotelinvestoren • Wichtigste Kennzahlen für Investoren • In Teamarbeit Analyse eines vorgegebenen Standorts und Entwicklung eines eigenen Hotelkonzepts inklusive Wirtschaftlichkeitsberechnung für 3 Jahreszeitraum • Präsentation der Ergebnisse 		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	In der Regel im Sommersemester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Vorheriger Besuch des Moduls 24 wird empfohlen.		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tobias Ehlen		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Tobias Ehlen		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit		
Prüfungsdauer	s. oben		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Projektarbeit		

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Es wird angestrebt, einen Gastvortrag eines Beteiligten aus der Hotelinvestmentbranche in die Veranstaltung einzubauen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Fidschuster, Martina; Fidschuster, Klaus (2013): Grundlagen des Hotelinvestments, 1. Auflage. • Meinen, Heiko; Pauen, Werner (2020): Hotelbewertungen, 1. Auflage. • Gardini, Marco A. (2013): Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements. Hotelbranche - Hotelbetrieb – Hotelimmobilie, 2. Auflage.

(WPM) Gründungsmanagement / Internationale Existenzgründung	
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63 (2112)
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)
Lehrveranstaltungen des Moduls	Gründungsmanagement / Internationale Existenzgründung
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt</p> <ul style="list-style-type: none"> • neue Geschäftsideen auf der Basis einer rentablen, nachhaltigen und wertorientierten Planung zu identifizieren und zu vermarkten. • eine Machbarkeitsstudie und einen Business Plan für eine Geschäftsidee zu entwickeln. • Geschäftsmodelle zu entwickeln, welche für nationale und internationale Gründungen konfiguriert sind. • die rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen für Gründungen zu verstehen und Formate zu entwickeln, die in der Gründerszene und bei Investoren zu einem erfolgreichen Start-Up führen können (Kompetenz im Umgang mit Standards und Rechtsrahmen). • all diese Entwicklungsschritte in international und interdisziplinär zusammengesetzten Teams in englischer Sprache zu entwickeln (Fremdsprachenkompetenz und interkulturelle Kompetenz).
Inhalte des Moduls	<p>Die Entfaltung einer unternehmerischen Tätigkeit folgt in der Regel einem typischen Pfad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geschäftsidee 2. Überprüfung der Machbarkeit der Geschäftsidee 3. Entwurf eines Business Plans 4. Suche nach Kapitalgebern für die Entwicklung der Idee <p>Ein Business Plan muss entsprechend vier wesentliche Aspekte behandeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gelegenheit und Chance • Entrepreneur und Team • Kontext der Gründung • Risiko und Renditechancen <p>Daneben fließen in die Internationale Existenzgründung Aspekte aus dem Internationalen Management und dem Strategischen Management ein. Es geht um neue und innovative Aktivitäten, welche von Beginn an das Ziel einer Wertschöpfung und eines Wachstums / einer Skalierung (auch über Ländergrenzen hinweg) verfolgen.</p> <p>Struktur der Veranstaltung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entrepreneur / Entrepreneurship 2. Finding the right business idea 3. Feasibility studies 4. Structure, target groups and contents of business plans 5. Business concept and business model 6. Management / entrepreneurial team 7. Sales forecast 8. Pricing 9. Market research

	10. Competitor analysis 11. Generic competitive strategies 12. Marketing concept 13. Manufacturing / Input factors 14. Setting up the financial part of the business plan 15. Planning of revenues and receipts 16. Planning of expenses and expenditures 17. Liquidity planning 18. Forecast p&l statement 19. Forecast balance sheet 20. Financial requirements plan and finance planning 21. Finance your start-up 22. Writing the executive summary 23. The anatomy of a ten minutes pitch		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	In der Regel im Wintersemester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	International Business Administration and Foreign Trade (B.A.) Digital Business Management (B.A.) Internationales Logistikmanagement (B.A.) Tourism and Travel Management – dual (B.A.) Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) Angewandte Informatik (B.Sc.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Graef (FB WiWi, Studienrichtung IBA)		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Michael Graef (FB WiWi, Studienrichtung IBA)		
Unterrichtssprache	Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit		
Prüfungsdauer	--		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Vorlesung, interaktive und Gruppenarbeitselemente der Geschäftsmodellentwicklung, Erstellung eines Business Plans, Überprüfung der Arbeitsschritte in Workshops, Abschlusspräsentation vor Investoren und Stakeholdern.</p> <p>Modul umfasst Vorlesungen, interaktive Elemente und Gruppenarbeitselemente; die Studierenden erhalten die Gelegenheit, in die Rolle eines Gründers zu schlüpfen und wichtige Bausteine auf dem Weg zu einer Unternehmensgründung in keinen Teams zu entwickeln</p>		

<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Das Modul umfasst Online-Elemente (etwa in Form von On-line-Diskussionsforen für Machbarkeitsstudien oder Geschäftsmodelle), es umfasst Gastvorträge von Gründern, Banken und Investoren; darüber hinaus verbindet es regelmäßig und eng mit den Veranstaltungen der GründerDienststage auf dem Campus, die von der GründerWerkstatt der Hochschule Worms angeboten werden.</p> <p>Bei der Erarbeitung der Business Pläne erschließen sich die Studierenden Quellen der lokalen und regionalen Existenzgründungsinfrastruktur; bei den Abschlusspräsentationen sind regelmäßig Vertreter der Starter-Center der IHK Rheinhessen, der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz sowie andere potentielle Kapitalgeber als Teil einer Jury anwesend.</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Grundlagenliteratur (Basis):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barringer, Bruce, and Duane Ireland, Successfully Launching New Ventures, 6th edition, Upper Saddle River 2018. • Hisrich, Robert, Michael Peters and Dean Shepherd, Entrepreneurship, 11th edition, New York 2019. <p>Grundlagenliteratur (Empfehlungen):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bhidé, Amar, The Questions Every Entrepreneur Must Answer, in Harvard Business Review, November-December 1996. • Blank, Steve, and Bob Dorf, The Start-Up Owner's Manual, The Step-by-Step Guide for Building a Great Company, Pescadero 2012. • Bygrave, William D., and Andrew Zacharakis, Entrepreneurship, 3rd edition, Hoboken 2014. • Hisrich, Robert D., International Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a Global Venture, 3rd edition, Thousand Oaks et al. 2016. • Kariv, Dafna, Entrepreneurship: An International Introduction, New York et al. 2011. • Kariv, Dafna, and Susan Coleman, Creating the Social Venture, London 2015.. • Michalko, Michael, Thinkertoys – a handbook of creative-thinking techniques, 2nd edition, Ten Speed Press, New York 2006 • Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur, Business Model Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, Hoboken 2010. • Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur et al., Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want, Hoboken 2014. • Ries, Eric, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, London 2017. <p>Vertiefung (Deepen your knowledge):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barringer, Bruce, Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach, 2nd edition, Upper Saddle River 2014.

	<ul style="list-style-type: none"> • Bhidé, Amar, How Entrepreneurs Craft Strategies That Work, in: Harvard Business Review, March-April 1994 • Blank, Steve, Why the Lean Start-Up Changes Everything, in: Harvard Business Review, May 2013. • Brush, Candida G. Nancy M. Carter and Elizabeth Gatewood, Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses, Upper Saddle River et al. 2004. • Bygrave, William D., and Andrew Zacharakis (eds.), The Portable MBA in Entrepreneurship, 4th edition, Hoboken 2010. • Drucker, Peter, Innovation and Entrepreneurship, Amsterdam et al. 2007. • Frynas, G., and K. Mellahi, Global strategic management, 3rd edition, Oxford 2014. • Hamermesh, Richard, Paul Marshall and Taz Pirmohamed, Note on Business Model Analysis for the Entrepreneur, Harvard Business School Press, Background Notes, January 2002. • Harvard Business School Press (ed.), Entrepreneur's toolkit, Tools and Techniques to Launch and Grow Your New Business, Harvard Business Essentials, Boston 2005 (in particular chapter on "Writing a Business Plan: The Basics"). • Harvard Business School Press (ed.), Creating a Business Plan, Boston 2007. • Kariv, Dafna, Female Entrepreneurship and the New Venture Creation: An International Overview, London 2012. • Mead, Richard, and Tim G. Andrews, International Management: Culture and Beyond, 4th edition, Hoboken 2009. • Sahlman, William, How to Write a Great Business Plan, in: Harvard Business Review, July/August 1997, p. 98-108. • Scarborough, Norman M., Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 9th edition, Boston et al. 2018.
--	--

(WPM) Entwicklung von E-Learning Tools			
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63 (2141)		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Entwicklung von E-Learning Tools		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppen zu definieren und deren Bedürfnisse zu formulieren. • für unterschiedliche Anforderungen technische Lösungen zu finden entsprechend zu gestalten. • kurze „Erklärvideos“ zu produzieren und ein dazugehöriges Storyboard zu entwickeln. • einen Projektplan zu erarbeiten und in einer Gruppe ein Projekt erfolgreich (im Zeitrahmen) umzusetzen. • Gruppendynamische Prozesse zu erkennen und zu gestalten. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Handlungsfelder des E-Learnings • Grundlagen der Projektarbeit • Umgang mit unterschiedlichen Tools zur Erstellung von Videosequenzen, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Whiteboard Animation - VideoScribe - PowToon - GoAnimate - Moovly • Umgang und Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) • Umgang mit Kamera- und Tonaufzeichnungsequipment • Schneiden von Videos 		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	In der Regel im Sommersemester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management –dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit (Erarbeitung eines Storyboards und eines Videos (ca. 5-10 Minuten); Präsentation der Projektidee und -umsetzung sowie des Videos (20 Minuten))		
Prüfungsdauer	Siehe oben		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Projektarbeit, Gruppenarbeiten, selbstständiges Arbeiten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Erstellung eines Videos
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bea, F.X./Scheurer, S./Hesselmann, S.: Projektmanagement (Unternehmensführung, Band 2388), Konstanz/München: UVK 3. Auflage 2019 • Dorgerloh, S./Wolf, K. D.: Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos, Weinheim: Beltz 2020 • Schön, S./Ebner, M.: Gute Lernvideos: ... so gelingen Web-Videos zum Lernen, bod 2013 • Simschek, R./Kia, S.: Erklärvideos einfach erfolgreich, Konstanz/München: UVK 2017

(WPM) Fachsprache Englisch: Wortschatzerweiterung			
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63 (2157)		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Fachsprache Englisch: Wortschatzerweiterung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ausgewählte fachsprachliche Einheiten reproduzieren, in verschiedenen Kontexten adressatengerecht anwenden, in Bezug auf ihre Anwendungsadäquatheit im Einzelfall beurteilen und interpretieren und in eigenen Worten paraphrasieren. • ausgewählte fachsprachliche Einheiten sicher aus der Grundsprache in die Fremdsprache und umgekehrt übersetzen. • unterschiedliche fachsprachliche Register im Kontext Tourismus/Verkehrswesen erkennen und unter Berücksichtigung fachsprachlicher und interkultureller Erfordernisse adäquat einsetzen. • unterschiedliche praxisrelevante Textsorten erkennen. • den erworbenen und fachsprachlichen Wortschatz auf verwandte Wirtschaftsenglischkontexte anwendungsorientiert übertragen. 		
Inhalte des Moduls	Wechselnde, insbes. aktuelle Themenschwerpunkte innerhalb des Fachkontextes Tourismus/Verkehrswesen mit vergleichsweise hohem Terminologieanteil – vermittelt über unterschiedliche Textsorten (Originaltexte aus englischsprachigen Ländern unter Berücksichtigung der Heterogenität der Varietäten des Englischen als lingua franca (insbes. Fachartikel, Lehrbuchauszüge, Pressemitteilungen, Verträge, Werbematerial, Unternehmensprofile, Jahresberichten, Management Reports); inkl. audio-visuelle Materialien		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	In der Regel im Wintersemester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreicher Abschluss des Moduls 15 Englisch		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Munir Qureshi, Dipl.-Übers.		
Name des Dozenten/der Dozentin	Munir Qureshi, Dipl.-Übers.		
Unterrichtssprache	Englisch (primäre Arbeitssprache); Deutsch (sekundäre Arbeitssprache, v.a. im Kontext kontrasti-		

	ver Aufgabenstellungen wie z.B. vereinzelt Übersetzungsübungen)
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	E-Klausur
Prüfungsdauer	120 Minuten
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (vorrangig zielsprachlich-interaktiv ausgerichtet); Selbststudium/Hauslektüre; Übungen (mündlich/schriftlich) mit Dozenten-Feedback; Hörverstehensübungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Material wird vom Lehrenden zur Verfügung gestellt.</p> <p>Regelmäßige Lektüre der – zielsprachlichen (!) – aktuellen Wirtschafts- und Branchenberichterstattung innerhalb des jeweils behandelten Themenkontextes</p> <p>Zusätzlich vertiefend empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inkson, Clare /Minnaert, Lynn: Tourism Management – An Introduction, SAGE Publications Ltd. 3rd ed. 2022Page, Stephen, Tourism Management, Routledge 6th ed. 2019.

(WPM) Spanisch/Französisch für Touristiker III			
Modul-Nr./ Code	55, 62, 63 (Spanisch 2100, Französisch 2144)		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Spanisch/Französisch für Touristiker III		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> spanisch- bzw. französischsprachige touristische Fachtexte in Abbildung der touristischen Wertschöpfungskette zu analysieren sowie zu paraphrasieren das gehobene spanische bzw. französische Fachregister der Touristik in berufsrelevanten situativen Kontexten adäquat einzusetzen die Auswirkungen interkultureller Frage- und Problemstellungen im Business-Kontext zu beurteilen, das eigene kulturspezifische Verhalten mit fremdkulturellem Verhalten zu kontrastieren und mit interkulturellen Herausforderungen wie Verhandlungen, Konfliktmanagement etc. reflektiert umzugehen 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Spanische bzw. französische Fachterminologie Tourismus zu ausgewählten aktuellen Themengebieten der touristischen Wertschöpfungskette Praktische Text- und Sprachübungen zur fachsprachlichen Lexik und Syntax sowie zu fachsprachlichen Textsortenkonventionen Interkulturell relevante Kommunikationssituationen im touristischen Berufskontext wie Verhandlungen, Präsentationen etc. 		
Studiensemester	55: 5. Semester 62, 63: 6./7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	In der Regel jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoorkload	150 h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Geeignet für Studierende, die die Module Spanisch für Touristiker I und II bzw. Französisch für Touristiker I und II gehört haben.		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Ingrid Steinbach		
Name des Dozenten/der Dozentin	Dr. Ingrid Steinbach		
Unterrichtssprache	Spanisch bzw. Französisch (Referenzsprache Deutsch)		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS)		
	3,23% (bei 210 ECTS)		

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung und Übungen mit hoher Interaktivität
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird aufgrund des Aktualitätsbezugs des Moduls im Kurs bekanntgegeben

Vorbereitungsseminar Ausland			
Modul-Nr./ Code	56		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorbereitungsseminar Ausland		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Der/Die Studierende ist nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> • in der Lage sich explorativ Wissen über das Land, in dem er/sie das Auslandsstudium absolvieren, zu erarbeiten und daraus Unterschiede zum Heimatland herausarbeiten • auf die kulturellen Gegebenheiten des Gastlandes vorbereitet • auf die Unterrichtsformen des Gastlandes vorbereitet 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • eigene kulturelle Identität und Unterschiede zur Kultur des Gastlandes • Erfahrungsaustausch mit anderen Studierenden, die bereits an der jeweiligen Partnerhochschule studiert haben • Anforderungen der verschiedenen Hochschulsysteme • Unterstützung der Studierenden bei der Vorbereitung auf das Auslandssemester/Auslandsjahr 		
Studiensemester	5. Semester + 7. Semester		
Dauer des Moduls	2 Semester (mit dazwischen liegendem Auslandsaufenthalt)		
SWS	2 SWS im 5. Semester und 2 SWS im 7. Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtworkload	150h	Kontaktzeit	45 h
		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul (für Studierende, die ein Auslandssemester absolvieren)		
Verwendbarkeit des Moduls	Entfällt		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Entscheidung für ein Auslandssemester und Anzeige dessen bei der Prüfungsverwaltung.		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Knut Scherhag, Andrea Menn		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Es handelt sich um eine Studienleistung nach § 11 Abs. 2 RPO Die einzelnen Leistungsnachweise umfassen die regelmäßige Teilnahme (80% der Lehrveranstaltungen), Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (15 Minuten)		
Prüfungsdauer	s.o.		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Literaturempfehlungen werden in der Lehrveranstaltung gegeben.
---	--

E-Business und Travel Technology			
Modul-Nr./ Code	61		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	E-Business und Travel Technology		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einsatzgebiet, Funktionsweise und Grenzen (rechtlich und systembedingt) technologischer Instrumente/Tools (EDV allgemein, CRS, IBE, Internet...) auf allen Stufen der touristischen Wertschöpfungskette zu erklären. • Chancen, Risiken, Stärken und Schwächen des Einsatzes von E-Business und Travel Technology im touristischen Unternehmen einzuschätzen. • zu beurteilen, inwieweit eine Website suchmaschinen- und useroptimiert gestaltet ist. • Online Marketing-Maßnahmen (inkl. Social Media) hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit zu beurteilen und den Erfolg digitaler Promotion abzuschätzen. • durch Digitalisierung bedingte Änderungen in Unternehmen der Touristik konstruktiv-kritisch voranzutreiben. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einsatzgebiete der Informations- und Kommunikationstechnologien in der Reise- und Tourismusbranche • Funktionsweise von GDS • Technische Grundlagen des Internet (Zentrale Merkmale und Komponenten des Internet, Datenübertragungstechnologien, die heutige Internet-Struktur, die Dienste des Internet, die Sprachen des WWW, Internetadressen und Top Level Domains) • Die Organisationen des Internet • Nutzerzahlen und Nutzerstrukturen • Stärken und Schwächen des Internet in der betrieblichen Anwendung • Begriff und Einsatzfelder des E-Business • E-Business in der Reise- und Tourismusbranche (Online Travel) • Datenschutz, Störerhaftung • Zweckentfremdungsverbot, Sharing Economy • Social Media und Online-Werbung • Die Gestaltung von Websites • Internet Booking Engines • Die Vermarktung von Websites • Web-Controlling 		
Studiensemester	6. Semester / 7. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	4		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5		
Gesamtwoorkload	150 h	Kontaktzeit	45 h

		Selbststudium	105 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Tourism and Travel Management – dual (B.A.)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Roland Conrady		
Name des Dozenten/der Dozentin	Prof. Dr. Roland Conrady, Prof. Dr. Jan Mauelshagen		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Modulklausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3,13% (bei 180 ECTS) 3,23% (bei 210 ECTS)		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktiven Elementen, Blended learning		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Online-Lernanteile mit Podcasts, Übungen, Q&A-Teile.		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • ARD/ZDF-Onlinestudie 2018, in: Media Perspektiven 9/2018, S. 398 – 413. • Brynjolfsson, E./McAfee, A.: The Second Machine Age, 2. Aufl., Kulmbach 2015. • BMWi: Glossar zur Digitalisierung in: https://www.de.digital • BVDW: OVK Report für digitale Display-Werbung 2017/01, Düsseldorf 2017 (www.bvdw.org), sowie weitere Publikationen des BVDW. • Glossar zu Online-Marketing in: http://www.bvdw.org/der-bvdw/glossar/p.html • Conrady, R.: Controlling des Internet-Auftritts, in: Handbuch Marketingcontrolling (Hrsg.: S. Reinecke/T. Tomczak), 2. Aufl., Wiesbaden 2006, S. 669 - 692. • Daugherty, P.R./Wilson, H.J.: Human and Machine. Reimagining Work in the Age of AI, Boston 2018. • Future Today Institute: 2020 Tech Trends Report, 13th Annual Edition, 2020. • Kerth, K./Asum, H./Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis, 6. Aufl., München 2015. • Kreutzer, R.T.: Praxisorientiertes Online-Marketing, 3. Aufl., Wiesbaden 2018. • Kreutzer, R.T./Land, K.-H.: Dematerialisierung – Die Neuverteilung der Welt in Zeiten des digitalen Darwinismus, 2015. • Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Hoboken 2010. • Search Engine Land: SEO Guide 2018. • Statista 2019: eTravel Report 2019. • Statista 2019: Online Advertising Report 2019. • Verband Internet Reisevertrieb VIR: Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2018, in: www.v-i-r.de. • Wirtz, B. W.: Electronic Business, 3. Aufl., Wiesbaden 2010. • Tageszeitungen, Zeitschriften. 		

Bachelorarbeit			
Modul-Nr./ Code	64		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Bachelorarbeit		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig und in einer festgesetzten Frist eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen, die den Anforderungen an das Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten gerecht wird. • eine wissenschaftliche Fragestellung argumentativ unter Zuhilfenahme wissenschaftlicher Methoden und Literatur zu lösen. • Oder eine praxisorientierte Fragestellung (ggf. mit einem Praxispartner/in einem Unternehmen) argumentativ unter Zuhilfenahme wissenschaftlicher Methoden und Literatur sowie im Austausch mit dem Praxispartner zu lösen. 		
Inhalte des Moduls	<p>Die Inhalte der Bachelorarbeit sollen sich an den Schwerpunkten der/des Studierenden während des Studiums orientieren. Grundsätzlich soll eine wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung – möglichst im Kontext der Tourismuswirtschaft – bearbeitet werden. Die inhaltliche Schwerpunktlegung wird der/die jeweilige Studierende mit dem Erstgutachter abstimmen. Das Niveau der Arbeit soll sich an den Anforderungen einer späteren Berufstätigkeit mit Bachelorabschluss orientieren.</p>		
Studiensemester	6. Semester / 7. Semester		
Dauer des Moduls	3 Monate		
SWS	0		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10		
Gesamtworkload	300 h	Kontaktzeit	0 h
		Selbststudium	300 h
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Verwendbarkeit des Moduls	Entfällt		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Siehe Prüfungsordnung		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Verschiedene		
Unterrichtssprache	Unterrichtssprache: Die Bachelorarbeit kann in Deutsch, nach Absprache mit den Gutachtern auch in Englisch, Französisch oder Spanisch geschrieben werden.		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Abschlussarbeit (50 Seiten, +/- 10%)		
Prüfungsdauer	s. oben		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Doppelte Gewichtung nach ECTS (entspricht 12,5% bei 180 ECTS und 12,9% bei 210 ECTS)		

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Schriftliche Ausarbeitung einer spezifischen Fragestellung durch den/die Studierende/n.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Bachelorarbeit kann in Verbindung mit der Praxisphase in einem Unternehmen geschrieben werden.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Die Literaturrecherche ist ein wesentlicher Bestandteil der Ausarbeitung der Bachelorarbeit. Basisliteratur siehe Modulbeschreibungen nahestehender Fächer.

Auslandssemester (nur in der 7-semesterigen Variante)			
Modul-Nr./ Code	70		
Studiengang	Tourism and Travel Management (B.A.)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Auslandssemester		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Selbst- bzw. Personalkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Inhalte des Moduls	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Studiensemester	6. Semester		
Dauer des Moduls	1 Semester		
SWS	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester möglich		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30		
Gesamtwoorkload	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule	Kontaktzeit	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule
		Selbststudium	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule
Art des Moduls	Pflichtmodul in der 7-semesterigen Variante		
Verwendbarkeit des Moduls	Entfällt		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Zugangsvoraussetzungen (Sprachkompetenz, ggf. Mindestzahl an CP...) der Partnerhochschulen für die Aufnahme müssen erfüllt werden.		
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Knut Scherhag		
Name des Dozenten/der Dozentin	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Unterrichtssprache	Je nach Partnerhochschule		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Leistungen an der Partnerhochschule werden gemäß dem Learning Agreement bis zu einer Höhe von 30 CP anerkannt. Wenn weniger als 30 CP an der Partnerhochschule erbracht werden, legt der Prüfungsausschuss Ersatzleistungen fest.		
Prüfungsdauer	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Prüfung benotet/ unbenotet	Unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0 %		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die jeweiligen Module werden in Absprache mit dem ausländischen Kooperationspartner und dem akademischen Auslandsbeauftragten des Fachbereiches Touristik/Verkehrswesen in Form eines Learning Agreements über 30 CP abgestimmt.		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Modulbeschreibungen der Partnerhochschule		