

Rahmenpraxisplan (Rahmenplan der betrieblichen Studienphasen)

Studienschwerpunkt Tourismus- und Destinationsmanagement

Der Rahmenplan dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Studienphasen. Aufgrund der Heterogenität der Branche ist der Rahmenplan sehr allgemein gehalten. Er sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen dualen Partnerunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen möglich. Auch eine Abweichung von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans ist möglich. Weitere Ausführungsbestimmungen für die Gestaltung sind je nach Branche in Form von betrieblichen Schwerpunktsetzungen im Rahmen des Rahmenplanes der betrieblichen Studienphasen möglich.

Generell sollte jedoch eine Aufgabenabfolge gewählt werden, die dem Entwicklungsprozess der Studierenden gerecht wird: Vom generellen

- **Kennenlernen der betrieblichen Aufgaben, Strukturen und Prozesse in der 1. und 2. Praxisphase** hin zu
- **vertiefenden Einblicken in Teilfunktionen und erste Übernahme eigenverantwortlicher Aufgaben in der 3. und 4. Praxisphase**, um in
- **der 5. und 6. Praxisphase zunehmend Kennenlernen übergeordnete Führungsaufgaben und/oder Durchführung eigenverantwortlicher Projekte und Aufgaben** zu übernehmen.

Die nachfolgenden Erläuterungen richten sich in erster Linie an die betrieblichen Ausbilderinnen und Ausbilder. Sie sollen die Erstellung individueller Ausbildungspläne für die einzelnen Praxisphasen unterstützen und erleichtern.

Ausbildungsbetrieb:	Studierende/r:
----------------------------	-----------------------

1. STUDIENJAHR	
1. Praxisphase: Kennenlernen der betrieblichen Aufgaben, Strukturen und Prozesse	
Der Ausbildungsbetrieb: Kennenlernen, Einordnen, Grundsätzliches	von – bis (in Monaten)
Umfeld Das allgemeine touristische Umfeld des Ausbildungsbetriebs (Lage, infrastrukturelle Anbindung, Entwicklung der allgemeinen und regionalen touristischen Nachfrage usw.) • Stellung des Unternehmens im Tourismus bzw. im Kur- und Reha-Markt • wettbewerbliches Umfeld • Positionierung des Ausbildungsbetriebs • Einbindung in Bundes-, Landes-, Regionalorganisationen im Tourismus oder im Bereich Heilbäder und Kurorte • Kennenlernen wichtiger Kooperationspartner Der Betrieb Geschäftsmodell bzw. Rechtsform des Ausbildungsbetriebs • Grundstruktur der Geschäftsprozesse • Leistungspartner • Betriebsorganisation und Zusammenarbeit zwischen einzelnen Abteilungen im Leistungsprozess • Beschreibung und Einordnung der eigenen Tätigkeit in das Betriebsgefüge • Counter oder Termin-Kurmitteldisposition oder Servicecenter	

Studienschwerpunkt Tourismus- und Destinationsmanagement

Leistungserstellung Information über örtliches und ggf. regionales Gastgeberangebot sowie Information über Anreisemöglichkeiten, Verkehrsverhältnisse und Gästebetreuung • Kenntnisse über den Saisonverlauf und saisonale Leistungs διαφοrenzierungen • Anfragenbearbeitung • Gästeberatung und -information • Gästeempfang und -betreuung • Verkauf von Sach- und Dienstleistungen oder Verordnungen für Kurgast mit Terminplan abstimmen • Terminierung von gesundheitstouristischen Leistungen und / oder Mithilfe bei der Abgabe einfacher Anwendungen Technologien Informations-, Reservierungs- und Buchungssysteme • Ticketservicesysteme • Kommunikationssysteme und/oder Schließ- und Kontrollsysteme • KI im Betrieb	
2. Praxisphase: Kennenlernen der betrieblichen Aufgaben, Strukturen und Prozesse	
Organisation und Organisationsmittel • Backoffice	von – bis (in Monaten)
Organisation Bedeutung der Abteilung für das Unternehmen • Aufbau der Abteilungen • Stellen • Anforderungsprofile • Einordnung des Unternehmens in Tourismusmarkt bzw. Gesundheits- bzw. Wellnessmarkt • Zusammenhänge der Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern, Reisemittlern, anderen Agenturen und/oder Sozialversicherungsträgern • Zusammenhänge mit Dienstleistern und Lieferanten des Unternehmens erkennen Büroorganisation Organisationsmittel: Arten, Materialeinkauf, -lagerung, -bestandsführung • interne Kommunikation: Aktenvermerke, Telefon- und Gesprächsnotizen, Geschäftskorrespondenz, Posteingang, -ausgang und interne Post • Registratur und Ablage • Meldescheinsammlung oder Kurtaxabrechnung • Erläuterung der jeweiligen Unterschriftenregelungen und ihre rechtliche Bedeutung • Statistiken und Übersichten nach Anleitung erstellen Buchhaltung Aufbau der Buchhaltung des Ausbildungsbetriebes • Rechnungserstellung • branchenübliche Zahlungsbedingungen • Grundsätze Kassenführung und Abrechnung • Zahlungsvorgänge vornehmen, ggf. Mahnungen bearbeiten • Zweck und Aufbau des Rechnungswesens • Kontenrahmen • Kontenplan • Belege kontieren und gewonnene Daten verarbeiten • auch Einblick in Abrechnung mit Leistungsträgern, Kostenträgern, Sozialversicherungsträgern • Erstellen betrieblicher Statistiken und Übersichten Leistungserstellung Kennenlernen der Modalitäten von Veranstaltungen, Tagungen und Messen • Einstieg und Mitarbeit in operative Bereiche der betrieblichen Leistungserstellung • Beratung bei Durchführung von Veranstaltungen und Tagungen, ggf. Lagerarbeiten Wareneingangskontrolle • Lieferantenbetreuung • Lagerhaltung und Bestandsführung sowie weitere Backoffice-Arbeiten • Telefondienst • Springertätigkeiten	

Studienschwerpunkt Tourismus- und Destinationsmanagement

2. STUDIENJAHR	
3. Praxisphase: Vertiefende Einblicke in Teilfunktionen und erste Übernahme eigenverantwortlicher Aufgaben	
Angebotserstellung/Kalkulation von Dienstleistungen • Incoming • Marketing • Verkauf • Qualitätsmanagement	von – bis (in Monaten)
Organisation Bedeutung der Abteilung für das Unternehmen • Aufbau der Abteilung • Stellen • Anforderungsprofil Angebotserstellung Kalkulation von Waren, insbesondere Dienstleistungen • Kalkulation von Angeboten verschiedener Art und / oder Kalkulation von Zusatzleistungen im Reha- und Bäderbereich Marktforschung Kunden-/Gästatistiken erstellen und auswerten • Unterstützung bei Marktforschungsaktivitäten (z. B. Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands, Entwurf von Fragebögen, Durchführung von mündlichen und/oder schriftlichen Gästebefragungen) Marketing Mitwirkung bei der Gestaltung des Leistungsprogramms • Gestaltung und Einsatz von Werbemitteln (z. B. Mitarbeit bei Anzeigenerstellung, Flyer-Produktion, Plakatentwürfen u. a.) • Mitwirkung bei der Auswahl von Werbeträgern • Durchführung von Werbeerfolgskontrollen • Teilnahme an Fachmessen, Vor- und Nachbereitung von Messebesuchen • Möglichkeiten und Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Ausbildungsbetrieb • Maßnahmen des Binnenmarketings (in Destinationen) • Aufbau der Marketing-/Verkaufsabteilung Qualitätsmanagement Bedeutung der Qualität für den Leistungserstellungsprozess • Einordnung des Qualitätsmanagements in das Unternehmen • Einblicknahme in das Qualitätshandbuch (soweit vorhanden) • Arten und Bedeutung der Zertifizierung für die Leistungserstellung und -vermarktung • Mitwirkung bei Qualitätsverbesserungsmaßnahmen • Maßnahmen der Produkt-, System- und Prozessqualität • Zusammenhang zwischen Leistungsqualität und Kundenzufriedenheit • Beschwerdemanagement • Durchführung von Erhebungen zur Kundenzufriedenheit und/oder Zufriedenheit der Kooperationspartner/Leistungsträger	
4. Praxisphase: Vertiefende Einblicke in Teilfunktionen und erste Übernahme eigenverantwortlicher Aufgaben	
Organisation von Gruppenreisen • Veranstaltungs- und Tagungsservice	von – bis (in Monaten)
Organisation Bedeutung der Abteilung für das Unternehmen • Aufbau • Stellen • Anforderungsprofil Personal Personalbereich im Ausbildungsbetrieb • Personalplanung • Personalbeschaffung • Personalentwicklung • Personalverwaltung • Arbeitsablauf bei Einstellung und Ausscheiden von Mitarbeitern • Kennenlernen und Mitwirkung bei der Gestaltung von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter • Arbeits- und jugendschutzrechtliche Bestimmungen anwenden, sofern möglich: Umgang mit Gehaltsabrechnung/Mitarbeit in der Lohnbuchhaltung, ggf. Tarifverträge kennen • Ausbildungsordnung und Ausbildungsverträge, Mutterschutz- und Kündigungsschutz Leistungserstellung Akquise und Organisation von Gruppenreisen • Veranstaltungen • Tagungen • Zusammenarbeit mit Initiatoren, Organisatoren und Vermittlern • Kostenkalkulation und Vermarktung oder Organisation und Verkauf von Veranstaltungen im Kurbetrieb oder Kurort • ggf. Erstellung von Pauschalangeboten	

Studienschwerpunkt Tourismus- und Destinationsmanagement

3. STUDIENJAHR	
5. Praxisphase: Zunehmend Kennenlernen übergeordneter Führungsaufgaben und/oder Durchführung eigenverantwortlicher Projekte und Aufgaben	
Unterstützungsfunktionen • Mitwirkung in einem Projekt • Assistenz	von – bis (in Monaten)
Mitarbeit in einem unterstützenden Prozess, z. B.: - Marketing (Entwicklung neuer Angebote, Zielgruppenanalysen, Entwicklung Kundenbindungsprogrammen, Maßnahmen Binnenmarketing usw.) - Controlling (Mitwirkung bei der Budgetierung, Mitwirkung bei der Budgetüberwachung, Durchführung von selektiven Abweichungsanalysen) - Personal (Personalentwicklungsmaßnahmen, Zusammenarbeit mit Personalvermittlungsagenturen, Ausgestaltung von Arbeitsverträgen, Entwurf von Personalbeurteilungssystemen, Gestaltung von Personalvergütungssystemen usw.) und/oder - Mitarbeit in einem Projekt bzw. eigenverantwortliche Durchführung eines Projektes, z.B. Event-Planung und -durchführung, Durchführung von Tagungen oder Kongressen, Zusammenarbeit mit Initiatoren, Leistungspartnern, Verbänden u.a., Kalkulation und Abrechnung von Veranstaltungen, Vermarktung von Veranstaltungen und/oder - Assistenz der Geschäftsleitung	
6. Praxisphase: Zunehmend Kennenlernen übergeordneter Führungsaufgaben und/oder Durchführung eigenverantwortlicher Projekte und Aufgaben	
Unterstützungsfunktionen • Mitwirkung in einem Projekt • Assistenz • Vertiefung in einem Geschäftsprozess oder Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld	von – bis (in Monaten)
Fortführung oder thematischer Wechsel im Unterstützungsprozess oder Projekt Assistenz der Geschäftsführung	

Hiermit wird bestätigt, dass die Ausbildung in den betrieblichen Studienphasen auf Grundlage dieses Rahmenpraxisplans durchgeführt wird und die darin festgelegten Ausbildungsinhalte mit der bzw. dem Studierenden besprochen wurden.

Ort, Datum: _____

Ort, Datum: _____

Unterschrift
Dualer Partner: _____

Unterschrift
Studierende/r: _____

Bitte senden Sie eine Kopie des Schreibens (als Scan) an Frau Gindele (gindele@dhbw-ravensburg.de), DHBW Ravensburg, Studienrichtung BWL – THG: Tourismus- und Destinationsmanagement.