

1 Modulbeschreibungen der Studienrichtung BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie Standort Ravensburg

Es folgen die

- Studiengangsübergreifenden Module des Studiengangs/der Studienrichtung
- Studienrichtungsspezifischen Module des Studiengangs/der Studienrichtung
- Praxismodulbeschreibungen des Studiengangs/der Studienrichtung
- Standortspezifische Profilmodule, bzw. Vertiefungsmodule

1.1 Modulbeschreibungen der Modulart: Betriebswirtschaftslehre

Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung		
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung		
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon Prof. Dr. J. Mundt Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
1. Semester	keine	Pflichtmodul	__1__ Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten 	
Arbeitsaufwand und ECTS				
Arbeitsaufwand (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	210 Std.	ECTS-Punkte:	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	84 Std.	7	
	davon Selbststudium	126 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über betriebswirtschaftliches Basiswissen aus entscheidungs- und systemorientierter Perspektive. Aufbauend auf den grundlegenden Zusammenhängen betriebswirtschaftlichen Denkens lernen sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder ebenso kennen wie die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. Aufbauend auf diesen grundlegenden Inhalten kennen die Studierenden die wesentlichen Elemente des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung. Die Studierenden sollen die einzelnen touristischen Akteure und die Grundzüge ihrer Geschäftsmodelle kennen sowie ein grundlegendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen ihren Tätigkeiten entwickeln. Dabei sollen sie auch die touristischen Fachtermini kennenlernen und richtig anwenden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung zur Befriedigung divergierender Ansprüche unterschiedlicher Interessengruppen. Sie haben sich intensiv mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens aus ökonomischer, politischer, sozialer, ökologischer und ethischer Perspektive auseinandergesetzt und einen ersten Einblick in die vielfältigen Dimensionen verantwortlicher Unternehmensführung gewonnen. Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben ihre Kompetenz nach Abschluss des Moduls durch eine erste kritische Auseinandersetzung mit ökonomischen Fragestellungen dahingehend verbessert, dass sie ein grundlegendes Verständnis für die Notwendigkeit einer modellhaften Analyse betrieblicher Phänomene erworben haben. Sie verfügen auf der Grundlage des entscheidungs- und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analyse-muster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert strukturieren und einer Lösung zuführen können. Bereits jetzt sind die Studierenden in der Lage, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer einfachen betriebswirtschaftlichen Argumentation zu reflektieren und zu begründen. Durch die Erstellung von Referaten, teilweise im Teamwork, sollen Recherchefähigkeit, kooperatives Arbeiten, Präsentationstechniken und die Vortrags- und Diskussionskompetenz der Studenten entwickelt bzw. gefördert werden.
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft und die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren und dabei auch unterschiedliche Geschäftsmodelle der touristischen Leistungsträger berücksichtigen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	36	54
Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System –Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der BWL – Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre – Unternehmensumwelt – Managementphilosophie, Vision, Ziele, Entscheidungen – Kernfunktionen des Managements – Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung – Konzentration und Kooperation – Standortentscheidungen – Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses um Überblick			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen der Tourismusbetriebswirtschaftslehre	48	72
Definitionen, Arten und Erfassung des Tourismus - touristische Anbieter: Destinationen im Tourismus; das Freizeit- und das Gastgewerbe (Formen von Beherbergungs- und Gastronomieeinrichtungen); - Verkehrsbetriebe (Fluggesellschaften und Flughäfen; Busunternehmen; Reedereien; Mietwagenunternehmen); Reiseveranstalter, Reisevermittler; Reservierungs- und Globale Distributionssysteme (GDS); nationale, inter- und transnationale Organisationen			

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Oldenbourg.
- Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Gilbert, D. et al.: Tourism: Principles and Practice, Harlow: FT Prentice Hall.
- Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Holloway, C.; Davidson, R.; Humphreys, C.: The Business of Tourism, Harlow: FT Prentice Hall.
- Hugentobler, W.; Schaufelbühl, K.; Blattner, M. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Bachelor,. Zürich, Stuttgart: UTB/Orell Füssli.
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Oldenbourg.
- Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg.
- Mundt, J.W.: Tourismus, München: Oldenbourg.
- Pompl, W.: Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung, Heidelberg: Springer.
- Sterzenbach, R.; Conrady, R.; Fichert, F.: Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München, Wien: Oldenbourg.
- Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre: Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen, Stuttgart: Schäffer-Pöschel.
- Wöhe, G.; Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

Besonderheit

Modul: Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Pflichtmodul	__ 1 __ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	96 Std.	
	davon Selbststudium	144 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit diesem Modul haben die Studierenden einen grundlegenden Einblick in die unterschiedlichen Elemente des Wertschöpfungsprozess einer Unternehmung und ihre Abbildung im internen Rechenwerk gewonnen. Sie kennen die Ziele und Organisation des Warenflusses, sind mit den Besonderheiten materieller wie immaterieller Leistungserstellung vertraut und haben hier insbesondere ein Verständnis für die Einflussfaktoren auf die Dienstleistungsqualität entwickelt und können eine Verbindung zum Prozess der Dienstleistungserstellung herstellen. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketings darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie haben ein Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Steuerung von Kundenprozessen gewonnen. Ausgehend von diesen Erkenntnissen sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung für die quantitative Abbildung der leistungswirtschaftlichen Prozesse einer Unternehmung einzuschätzen. Auf der Grundlage der Produktions- und Kostentheorie sind sie in der Lage, unterschiedliche Fragestellungen alternativen Kostenrechnungssystemen selbstständig zuzuordnen, und beherrschen die grundsätzlichen Schritte zum Aufbau eines Kostenrechnungssystems. Die Studierenden kennen ebenso die Möglichkeiten und Grenzen der Übertragbarkeit kostenrechnerischer Erkenntnisse auf die Erlösseite.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt. Gleichmaßen sind ihnen die Grenzen der Abbildung der laufenden betrieblichen Leistungserstellung und -verwertung durch die Kosten- und Leistungsrechnung bewusst. Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu verteidigen. Sie können hierbei mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen wie externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen. Sie sind in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anwenden
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die zentralen Fragestellungen des betrieblichen Wertschöpfungsprozesses und seiner quantitativen Abbildung. Neben grundlegenden Erkenntnissen zu Fragen der Waren-/Materialwirtschaft und der Logistik haben die Studierenden insbesondere ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die damit verbundene Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix erarbeitet.</p> <p>In diesem Modul erwerben die Studierenden gleichermaßen die Handlungskompetenzen in der Anwendung praktisch erprobter Systeme der Kostenrechnung. Die Studierenden können die verschiedenen Perspektiven des Wertschöpfungsprozesses in der Logik und Sprache des internen Rechnungswesens abbilden, analysieren und bewerten sowie grundlegende Empfehlungen zur strukturellen Ausgestaltung des jeweils geeigneten Kostenrechnungssystems aussprechen und begründen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Kernelemente der internen Wertschöpfung	24	36
Materielle und immaterielle Güter – Beschaffung – Produktion von Sach- und Dienstleistungen – Lagerwirtschaft – Logistik – Entscheidungskalküle			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Marketing	36	54
Grundlagen des Marketing – Kundenbindung – Marketing-Mix – Marketingplanung und -kontrolle – Marketingorganisation – Customer Relationship Management (CRM) – Entscheidungskalküle			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Kosten- und Leistungsrechnung	36	54
Produktions- und kostentheoretische Grundlagen – Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung – Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung – Betriebsergebnisrechnung – Entscheidungen mit Kostenrechnungsdaten			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Gabler. • Coenberg, A.G; Fischer, T.M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Corsten, H.; Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Kirsch, J. ; Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis. • Meffert, H.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler. • Schweitzer, M.; Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München: Vahlen.

Besonderheit

Modul: Unternehmensrechnung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Unternehmensrechnung	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg) Prof. Dr. H. Schwadorf (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Semester	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 180 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	300 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	110 Std.	10
	davon Selbststudium	190 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden kennen am Ende dieses Moduls den Jahresabschluss in seinen grundlegenden Bestandteilen und können seine Bedeutung als wichtiges Kommunikationsinstrument eines Unternehmens mit seinen Interessengruppen (stakeholder) einschätzen. Hierzu verfügen sie über die wesentlichen Kenntnisse zur Durchführung einer Jahresabschlussanalyse. Sie haben außerdem die wesentlichen Unterschiede zwischen den Anforderungen einer Bilanzierung nach der HGB-Rechnungslegung und der IAS/IFRS-Bilanzierung verstanden und können deren Konsequenzen analysieren.</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen im Weiteren die Grundlagen finanzwirtschaftlicher Entscheidungsfelder im Kontext von Finanzmärkten und Finanzinstitutionen und sind in der Lage, unter diesen Implikationen eine grundlegende Finanzplanung einer Unternehmung zu erstellen und auf ihre Tragfähigkeit hin zu beurteilen. Darüber hinaus kennen die Studierenden die relevanten Verfahren der Investitions- und Finanzierungsrechnung und können diese kritisch bewerten und adäquat anwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen ebenfalls die relevanten Steuerarten im Kontext von Steuersystem und Besteuerungsprinzipien und sind in der Lage, die durch Steuern ausgelösten betriebswirtschaftlichen Entscheidungswirkungen zu beschreiben und zu analysieren.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Bedeutung bilanz- und finanzpolitischer Kommunikation gegenüber alternativen Anspruchsgruppen der Unternehmung, können deren Folgen für die Reputation der Unternehmung einschätzen und diese Erkenntnisse mit in unternehmerische Entscheidungen einfließen lassen. Gleiches gilt für die Fragen der Besteuerung und der Steuergerechtigkeit.</p> <p>Die Studierenden sollen effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und die Gruppenleitung übernehmen können.</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen der Unternehmensrechnung sowie die Bedeutung dieses Themenkomplexes für die Führungspraxis. Sie werden mit unterschiedlichen quantitativ fundierten Konzeptionen und Perspektiven der Unternehmenssteuerung vertraut gemacht, erkennen ihre Integration in den Gesamtplanungszyklus einer Unternehmung und werden mit den interdependenten Wirkungsmuster unternehmerischer Entscheidungen in ergebnis- wie liquiditätsorientierter Sicht vertraut. Darüber hinaus entwickeln die Studierenden ein kritisch reflektiertes Grundverständnis für alternative Bilanzierungs- und Finanzierungsphilosophien sowie die sich daraus ergebenden Besteuerungsimplicationen im Gesamtzusammenhang.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	44	76
Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses – bilanzielle Rechtsgrundlagen – Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung – Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften – Internationale Rechnungslegungsregeln (IAS/IFRS) im Überblick – Grundzüge der quantitativen und qualitativen Jahresabschlussanalyse			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Finanzierung und Investition	44	76
Begriffsklärung – Finanzwirtschaftliche Aufgaben und Ziele – Grundlagen der Investitionsentscheidung – Verfahren der Investitionsrechnung: Kennzeichen, Anwendung und Bewertung – Finanzmärkte, Finanzinstitutionen und kapitalmarktorientierte Informationssysteme – Finanzierungsalternativen: Finanzierungsarten und Finanzierungsquellen – Kreditsicherheiten – Finanz- und Liquiditätsplanung			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Betriebliche Steuerlehre	22	38
Steuersystem – Besteuerungsverfahren – Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer) – Besteuerungswirkungen ausgewählter betrieblicher Entscheidungen – Europäische Steuerharmonisierung			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW. • Coenenberg, A.G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Haberstock, L.; Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre. Mit Fallbeispielen, Übungsaufgaben und Lösungen, Berlin: Erich Schmidt. • Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen, München: Oldenbourg. • Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen. • Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung, München: Vahlen

Besonderheit

Modul: Organisation und Personal

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Organisation und Personal	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	keine	Pflichtmodul (2)..XXX	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	5
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Sie besitzen fundierte Kenntnisse über unterschiedliche Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sowie über die dabei zu berücksichtigenden Einflussfaktoren und Gestaltungsprinzipien. Auf dieser Basis können sie praktische Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen. Gleichmaßen sind sie mit Gestaltungsformen interorganisatorischer Zusammenarbeit vertraut.</p> <p>Die Studierenden lernen die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen zu würdigen. Sie verfügen im Bereich der betrieblichen Personalarbeit über fundierte Kenntnisse und sind in der Lage, selbstständig Aufgabstellungen mittlerer Komplexität zu lösen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt und sind in der Lage, alternative Gestaltungsoptionen situativ verantwortungsvoll einzusetzen. Gleichmaßen haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt. Die Studierenden sollen effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und die Gruppenleitung übernehmen können.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen. Sie können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben unter Anleitung übernehmen.</p>

übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erkennen die aktuelle Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess und können den Beitrag organisationalpolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen. Dabei sind ihnen klassische Konzepte ebenso wie aktuelle Muster betrieblicher Strukturierung innerhalb von Unternehmungen wie unternehmensübergreifend vertraut. Sie erlernen ebenso die Anwendung von Instrumenten der betrieblichen Personalarbeit in einzelnen Handlungsfeldern, die Interdependenz und Integration von personalwirtschaftlichen Maßnahmen, die Erklärung und Prognose von personalwirtschaftlichen Phänomenen sowie deren Relevanz für die betriebliche Praxis. Letztlich entwickeln die Studierenden ein Verständnis für den Gesamtzusammenhang von organisatorischer Gestaltung und betrieblicher Personalarbeit.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundzüge der Unternehmensorganisation	
Organisationstheorie und Organisationspraxis – Formen der Aufbau- und Ablauforganisation – Neuere Entwicklungen der Unternehmensorganisation – Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit		
(Lehr- und Lerneinheit 2):	22	38
Betriebliche Personalarbeit		
Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit – Personalbedarfsplanung – Personalbeschaffung, Personalabbau – Personaleinsatz – Entlohnung und betriebliche Sozialpolitik – Personalentwicklung – Grundzüge des Personalmarketings		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bea, F.X.; Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung, Stuttgart: Lucius & Lucius. • Bröckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Jung, H.: Personalwirtschaft, München, Wien: Oldenbourg. • Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen. • Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Besonderheit

Modul: Tourismusmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Tourismusmanagement	deutsch	XXX	31.03.2011 RV	Prof. Dr. J.W. Mundt (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Kritische Bewertung von Möglichkeiten des E-Tourismus und von Marktforschungsergebnissen hinsichtlich ihrer methodischen und inhaltlichen Ansätze. Entwicklung und Umsetzung von Projekten des E-Tourismus, der Marktforschung in einem Unternehmenszusammenhang; Erstellung von Konzeption, Planung, Umsetzung und ex post Bewertung von Veranstaltungen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Nachvollziehen der praktischen und sittlichen Gründe für die Trennung von Marktforschung und Marketing und die damit verbundenen Fragen und Verfahren des Datenschutzes
Selbstkompetenz:	Physische und psychische Einübung und Weiterentwicklung adaptiver Reaktions- und Handlungsmuster für die Bewältigung externer Stimulikomplexe im Rahmen verschiedener Formen von aufgaben- und problemorientierten Prozeßketten.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Verbesserung der personalen Organisationsfähigkeit im Rahmen differenzierter und kritisch reflektierter, nachhaltiger bürgergesellschaftlicher Partizipationsstrukturen

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): E-Tourismus	22	38
Von elektronischen Informations- und Buchungssystemen über Bewertungsportale bis zur Entwicklung sozialer Netzwerke im Tourismus; touristische Suchmaschinen; E-Marketing (Yield-Management, Multi-Channel-Management, Customer-Relationship-Management); Zukunftsperspektiven (Geoinformation, M-Commerce); Fallstudien		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Marktforschung im Tourismus	22	38
Markt- und Marketingforschung: Definitionen; grundlegende Methoden der Marktforschung; Qualitätsmerkmale von Marktforschung; Erhebungsarten; face-to-face, Telefon-, Online-Marktforschung; Marktforschungsarten; Stichprobenkonstruktion; Panelforschung, Single Source Ansätze in der Tourismusmarktforschung		
(Lehr- und Lerneinheit 3): Eventmanagement	11	19
Definitionen und Arten von Events, Eventplanung (Initiierung, Start & Vorlauf, Anlauf- und Aktivphase, Nachlauf und Nachbereitung), Kostenkalkulation, Personalkalkulation (z. B. Kosten, Einsatzpläne), Sachkalkulation, haftungsrechtliche Grundlagen, Sicherheitsaspekte		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Amersdorffer, F.; et al. (Hrsg.): Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder, Berlin, Heidelberg: Springer. • Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin: ESV. • Brözel, C.; Wagner, A.: Tourismus und Internet: Reisen und Reisevorbereitung in der neuen Informationswelt, Berlin: Uni Edition. • Egger, R.; Buhalis, D. (Hrsg.): E-tourism Case Studies: Management and Marketing Issues in E-tourism, Amsterdam u.a.: Elsevier. • Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement und Recht: Vertrags- und Haftungsfragen bei Veranstaltungen, Events, Messen und Ausstellungen, Köln: Luchterhand. • Haase, F.; Mäcken, W.: Handbuch Eventmanagement, München: kopaed. • Henschel, O.: Lexikon Eventmanagement: Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung, Berlin, Wien, Zürich: Beuth. • Holzbaur, U. et al.: Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg: Springer. • Lassnig, M.; Reich, S. (Hrsg.) e-Tourismus, Heidelberg: dpunkt. • Ossola-Haring, C.: Die 150 besten Checklisten zum Event- und Messemanagement: Eventvorbereitung und -durchführung – Messeauswahl und -betreuung – Erfolgskontrolle und Nachbereitung, München: mi-Verlag. • Schulz, A.; Weithöner, U.; Goecke, R. (Hrsg.): Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme, München: Oldenbourg. • Seitz, E.; Meyer, W.: Tourismusmarktforschung: ein praxisorientierter Leitfaden für Touristik und Fremdenverkehr, München: Vahlen.

Besonderheit

Modul: Integriertes Management

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Integriertes Management	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Organisation und Personal	Pflichtmodul (2) XXX	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	120 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind mit den verschiedenen Ansätzen der Mitarbeiter- und Unternehmensführung vertraut und können dieses Wissen mit Ansätzen der neueren Managementforschung verknüpfen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Führungserfolg auseinander gesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie sind in der Lage anhand von Fallstudien managementbezogene Probleme mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlich-inhaltlichen wie sozial-motivationalen Vernetzung zu verstehen, ergebnisorientiert aufzubereiten und Lösungsstrategien selbstständig zu entwickeln.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben ein Gefühl für vielschichtige und komplexe Probleme im Führungsalltag von Unternehmungen entwickelt und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie sind sich ihrer besonderen Verantwortung im Prozess der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung bewusst und haben sich mit den vielfältigen normativen Fragestellungen einer umfassenden Managementethik auseinandergesetzt. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage die Gruppenleitung zu übernehmen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können Verantwortung für die eigene Arbeit übernehmen und diese kritisch evaluieren. Sie können auch mit kritischen Kommentaren über die eigene Leistung konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich theoretisch fundiert an differenzierten fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können dem Lehrenden angemessen Feedback geben. Sind sich aber auch zugleich der Grenzen der Erklärungskraft theoretischer wie praktischer Konzepte im Führungsalltag bewusst.

übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassende und detaillierte Kenntnisse der wichtigsten Führungstheorien und ihrer Implikationen auf die Realisierung praktischer integrativer Führungskonzeptionen. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens übertragen. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Fragestellungen und Methoden zur Initiierung wie Steuerung von unternehmerischen Änderungsprozessen vertraut.</p> <p>Die Studierenden können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben mit minimaler Anleitung übernehmen.</p>
--	--

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeiterführung	30	60
Unternehmenskultur – Führungsstile, Führungsmodelle – Anreizsysteme – Konfliktmanagement – Kommunikation und Motivation			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Unternehmensführung	30	60
Normatives Management – Strategisches Management – Operatives Management – Managementsysteme			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin, New York: Campus. • Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, München: Vahlen. • Rosenstiel, L.; Regnet, E.; Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. • Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess – Implementierung, Wiesbaden: Gabler. • Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand.

Besonderheit

Modul: Integrationsseminar zu ausgewählten Managementthemen

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Integrationsseminar zu ausgewählten Managementthemen	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. oder 6. Semester	Vorausgegangene Module der Betriebswirtschaftslehre	Pflichtmodul (2) XXX	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seminararbeit ▪ Gruppen-Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 15 Seiten ▪ 30 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.	
	davon Selbststudium	100 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen des Managements von Unternehmungen, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Unternehmenssteuerung.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene Wertebasis kritisch zu hinterfragen und in einem intensiven Diskurs mit den Seminarteilnehmern weiterzuentwickeln.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie lernen insbesondere, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlecht strukturierten Situationen umgehen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Integrationsseminar Management	50	100
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre oder alternativ Entwicklungen des Managements der spezifischen Branche wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Seminar-Ausrichtung

Besonderheit

1.2 Modulbeschreibungen der Modulart: Volkswirtschaftslehre und Recht

Modul: VWL I: Einführung und Mikroökonomik

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
VWL I: Einführung und Mikroökonomik	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring (DHBW Villingen-Schwenningen)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer Gegenstand und Methoden der Volkswirtschaftslehre kennengelernt und sind in der Lage, Nutzen und Grenzen der Verwendung von Modellen in der ökonomischen Analyse zu erklären und zu beurteilen. Sie haben die Grundlagen der Analyse von Haushalten und Unternehmen verstanden und haben die Fachkompetenz erworben, mit diesem Instrumentarium das Geschehen auf Märkten zu analysieren und auf neue Probleme anzuwenden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studenten haben die Kompetenz erworben, die unterschiedlichen Sichtweisen verschiedener Akteure und Interessengruppen auf mikroökonomische Probleme zu verstehen und zu beurteilen. Die Analyse von Marktunvollkommenheiten zeigt ihnen bereits in dieser frühen Phase des Studiums ethische Dimensionen wirtschaftlicher Entscheidungen.

Selbstkompetenz:	Die Studierenden können die Logik ökonomischer Entscheidungen erfassen und daraus selbstständig Schlussfolgerungen für individuelles und kollektives Handeln ziehen. Sie sind in der Lage, Auswirkungen wirtschaftlicher Entscheidungen fachadäquat zu kommunizieren.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Preistheorie in verschiedenen Markttypen und Marktformen hilft den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Mikroökonomik I	30	45
Grundbegriffe der VWL – Inhalte, Abgrenzung und Methoden der VWL – Einführung in die volkswirtschaftliche Dogmengeschichte – Wirtschaftssysteme – Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland – Einführung in die Mikroökonomik – Marktmechanismus			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Mikroökonomik II	30	45
Theorie des Haushalts – Theorie der Unternehmung: Produktion, Kosten, Angebot – Institutionenökonomie – Faktormärkte– Preisbildung im Polypol, Monopol und Oligopol – Marktunvollkommenheiten – Wirkungen staatlicher Eingriffe – Wettbewerbstheorie – Wettbewerbspolitik			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Baßeler, U.; Heinrich, J.; Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart. • Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, München. • Erlei, M.; Leschke, M.; Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart. • Homann, K.; Suchanek, A.: Ökonomik: Eine Einführung, Tübingen. • Krugman, P.; Wells, R.: Volkswirtschaftslehre, Stuttgart. [engl.: Economics] • Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart. [engl.: Principles of Economics] • Pindyck, R.S.; Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München. [engl.: Microeconomics] • Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München. [engl.: Intermediate Microeconomics: A Modern Approach] • Wildmann, L.: Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Mikroökonomie und Wettbewerbspolitik: Module der Volkswirtschaftslehre 1, München.

Modul: VWL II: Makroökonomik, Geld und Währung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
VWL II: Makroökonomik, Geld und Währung	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring (DHBW Villingen-Schwenningen)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. u. 4. Semester	VWL I: Einführung und Mikroökonomik sowie Wirtschaftsmathematik/Statistik	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.		5
	davon Selbststudium	95 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	In diesem Modul wird zunächst die Logik der systematischen Beschreibung des Wirtschaftskreislaufs behandelt. Anschließend wird das makroökonomische Grundmodell der Einkommens- und Beschäftigungstheorie entwickelt. Im zweiten Teil werden die Geldmengenkonzepte, der Geldangebotsprozess, die Wirkungsweise der Geldpolitik sowie währungstheoretische Fragen diskutiert. Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer sich die Terminologie der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung angeeignet, den grundsätzlichen Unterschied zwischen einer klassifizierenden Beschreibung des Wirtschaftskreislaufs und einer Erklärung makroökonomischer Phänomene verstanden, den methodischen Ansatz der makroökonomischen Modellbildung kennen gelernt und die Abhängigkeit der Ergebnisse von den Prämissen erkannt.
Sozial-ethische Kompetenz:	Im Rahmen der Diskussion verschiedener Wachstumsmodelle erkennen die Studierenden die Notwendigkeit nachhaltigen Wirtschaftens. Sie verstehen dadurch, dass das Bruttoinlandsprodukt als alleiniger Wohlstandsindikator nicht ausreicht. Anhand von Beispielen wie dem Sparparadoxon oder der Blasenbildung an Märkten begreifen Sie, dass individuelle Rationalität zu gesellschaftlicher Irrationalität führen kann und können daraus die Notwendigkeit wirtschafts- und sozialpolitischen Handelns ableiten.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, mit makroökonomischen Daten und Informationen umzugehen und die Relevanz für ihre eigenen ökonomischen Entscheidungen zu bewerten. Sie können im Rahmen makroökonomischer Modelle logisch argumentieren und sie können die Auswirkungen exogener Schocks, geld- und fiskalpolitischer Entscheidungen sowie verschiedener Währungssysteme selbstständig ableiten.

Übergreifende Handlungskompetenz:	In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen, von geldpolitischen Entscheidungen oder Entwicklungen an den Devisenmärkten beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche exogenen Faktoren möglich sind.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Makroökonomik	28	48
Kreislaufanalyse, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Zahlungsbilanz – Analyse des Gütermarktes – Analyse des Geldmarktes – IS-LM Modell – stabilisierungspolitische Wirkungen der Fiskal- und Geldpolitik – Analyse des Arbeitsmarktes – Konjunkturtheorien – Wachstum und technischer Fortschritt			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Geld und Währung	27	47
Monetäre Grundbegriffe – Geldnachfrage- und Geldangebotstheorie – Inflation – Grundlagen der Geldpolitik – Geldpolitik der Europäischen Zentralbank – Theorie der Wechselkurse – Devisenmarkt – Internationale Währungsordnung			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, O.; Illing, G.: Makroökonomie, München. • Bofinger, P.: Monetary Policy: Goals, Institutions, Strategies, and Instruments, Oxford. • Clement, R.; Terlau, W.; Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie: Eine Verbindung von Makroökonomie und Wirtschaftspolitik mit Fallbeispielen, München. • Dornbusch, R.; Fischer, S.; Startz, R.: Makroökonomik, München. • Felderer, B.; Homburg, S.: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin. • Görgens, E.; Ruckriegel, K.; Seitz, F.: Europäische Geldpolitik: Theorie, Empirie, Praxis, Stuttgart. • Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart. • Mishkin, F.S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, Boston. • Mussel, G.: Einführung in die Makroökonomik, München. • Mussel, G.: Grundlagen des Geldwesens, Sternenfels. 	

Modul: VWL III: Wirtschaftspolitik, Umweltpolitik, Sozialpolitik

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
VWL III: Wirtschaftspolitik, Umweltpolitik, Sozialpolitik	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring (DHBW Villingen-Schwenningen)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	VWL I: Einführung und Mikroökonomik sowie VWL II: Makroökonomik, Geld und Währung	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur oder 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.		5
	davon Selbststudium	100 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Während des dritten Moduls Volkswirtschaftslehre wenden die Studierenden die in den Vorsemestern erworbenen theoretischen Grundlagen in den Bereichen Mikroökonomie, Makroökonomie und Geld und Währung auf wirtschaftspolitische Fragestellungen an. Sie werden in die Lage versetzt, den Einsatz verschiedener wirtschaftspolitischer Instrumente kritisch zu vergleichen und zu beurteilen. Die Studierenden verstehen, warum wirtschaftspolitische Eingriffe notwendig sein können. Sie sind in der Lage, Eingriffsmöglichkeiten bei externen Effekten, Unteilbarkeiten und asymmetrischen Informationen zu analysieren und zu beurteilen. Gleichzeitig erkennen sie aber auch, dass mögliches Staatsversagen einen Grund für eine zurückhaltende Wirtschaftspolitik darstellt. Die Schwerpunkte sollten auch von der jeweiligen aktuellen wirtschaftspolitischen Diskussion bestimmt werden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden erkennen die Bedeutung des Schutzes der natürlichen Lebensgrundlagen und sind in der Lage, die Wirkungsweise verschiedener Instrumente der Umweltpolitik zu erklären. Die Studierenden können Funktionsweise und Probleme des bestehenden Systems der sozialen Sicherung darlegen. Sie erhalten einen Überblick über Verteilungsmaße und Verteilungstheorien. Dies versetzt sie in die Lage, über rein ökonomische Faktoren hinaus die ethische Dimension des Problems zu erkennen und zu diskutieren. Sie analysieren und bewerten Reformvorschläge für das System der sozialen Sicherung.

Selbstkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer durch die Beschäftigung mit wirtschaftspolitischen Fragen ein allgemein differenzierteres Urteilsvermögen erworben. Die Studierenden werden in besonderem Maße dafür sensibilisiert, wie die theoretische Analyse eines Problems und die dahinter stehenden Annahmen die dafür vorgeschlagenen Lösungen beeinflussen. Sie können normative von positiven Aussagen trennen und sind damit in der Lage, zwischen wirtschaftspolitischer Theorie und ideologischen Komponenten wirtschaftspolitischer Aussagen zu unterscheiden.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erkennen die Auswirkungen des zunehmenden Zusammenwachsens der Weltwirtschaft, das grundlegende Parameter des unternehmerischen Handelns verändert. Die Teilnehmer können die wichtigsten Wirkungen, die von Steuern und Transferleistungen ausgehen, beurteilen und sind so in der Lage, die komplexen Auswirkungen steuerpolitischer Lösungsvorschläge zu bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Wirtschaftspolitik I	25	50
Einführung in die Wirtschaftspolitik – Werturteilsproblematik – Angebots- und Nachfragesteuerung – Beschäftigung – Preisniveau – Wachstum und demographischer Wandel – außenwirtschaftliches Gleichgewicht – Globalisierung			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Wirtschaftspolitik II	25	50
Umweltökonomie – Systeme der sozialen Sicherung in Deutschland mit Schwerpunkt Altersversorgung und Gesundheitswesen – Sozialbudget und langfristige Finanzierungsprobleme – Verteilungsbegriffe und -maße – Ansatzpunkte der Verteilungspolitik (Steuern und Transfers)			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bäcker, G. et. al: Sozialpolitik und soziale Lage in Deutschland 1+2, Wiesbaden. • Blankart, C.B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München. • Feess, E.: Umweltökonomie und Umweltpolitik, München. • Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, Berlin. • Frey, B.S.; Kirchgässner, G.: Demokratische Wirtschaftspolitik, München. • Fritsch, M.; Wein, T.; Ewers, H-J.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München. • Hajen, L.; Paetow, H.; Schumacher, H.: Gesundheitsökonomie, Stuttgart. • Krugman, P.R.; Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft, München. • Lampert, H.; Althammer, J.: Lehrbuch der Sozialpolitik, Berlin. • Mussel, G.; Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München. • Scherf, W.: Öffentliche Finanzen: Einführung in die Finanzwissenschaft, Stuttgart.

Modul: Recht I: Bürgerliches Recht

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Recht I: Bürgerliches Recht	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Jürgen Werner (DHBW Villingen-Schwenningen)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.		5
	davon Selbststudium	90 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden sollen zunächst Verständnis für die Praxisrelevanz des Fachs Recht entwickeln. Sie sollen lernen, zivilrechtliche von anderen Fallgestaltungen zu unterscheiden. Weiter sollen die Studierenden eine an den juristischen Gutachtenstil angelehnte Methodik zur Fallbearbeitung kennen lernen.</p> <p>Im zweiten Teil sollen die Studierenden die einzelnen Bücher des BGB inhaltlich klar voneinander trennen können. Sie sollen weiter die bedeutsamsten Probleme der Praxis im Zusammenhang mit Vertragsschlüssen sowie mit den allgemeinen Vorschriften über Begründung, Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen kennen lernen. Weiterhin sollen sie einen Überblick über weitere ausgewählte Vertragstypen erhalten. Auch werden die Studierenden in die Grundprinzipien von Eigentum, Besitz und beschränkt dinglichen Rechten sowie in die Grundzüge der Rechtsdurchsetzung eingeführt.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein Bewusstsein für die Auswirkung rechtlicher Entscheidungen und Falllösungen auf die Gesellschaft. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage, die Gruppenleitung anzuerkennen. Die Reflektion verschiedener Fälle zeigt ihnen bereits in dieser frühen Phase des Studiums ethische Dimensionen rechtlicher Entscheidungen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sollen anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu kritisch analytischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Fallgestaltungen befähigt werden. Sie können über rechtliche Inhalte und Probleme mit Fachleuten und Laien kommunizieren und sowohl einzeln als auch im Team auch komplexe rechtliche Fragestellungen lösen und Argumente theoretisch fundiert verteidigen.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Insgesamt sollen die Studierenden im ersten Teil des Moduls einen zusammenfassenden Eindruck vom praxisbezogenen Umgang mit rechtlich relevanten Sachverhalten erhalten und somit in der Lage sein, einen Sachverhalt nach Rechtsgebieten zu ordnen und dem entsprechenden Gerichtszweig zuzuordnen. Sie sollen demgemäß in der Lage sein, entsprechende Fälle praxisnah mit der entsprechenden juristischen Methodik zu bearbeiten. Darüber hinaus sollen die Studierenden die Vorschriften des allgemeinen Schuldrechts sowie des Kaufrechts in Bezug auf häufige, in der Praxis vorkommende Fragestellungen anwenden und mit dem allgemeinen Schuldrecht vernetzen können. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für betriebliche Fragen und Fallgestaltungen.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen des Rechts, Bürgerliches Recht I	30	45
Überblick über das Rechtssystem und die Rechtgebiete – Juristische Arbeitstechniken – Einführung in das BGB – Natürliche und juristische Personen – Rechtsgeschäfte (Willenserklärung / Anfechtung) – Abstraktionsprinzip – Vertretung / Vollmacht – Fristen und Termine / Verjährung – Schuldverhältnisse – Pflichtverletzungen – Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen – Allgemeine Geschäftsbedingungen – Kaufvertrag (eCommerce, Fernabsatz)			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Bürgerliches Recht II	30	45
Werkvertrag – Sonstige Vertragstypen – Unerlaubte Handlungen – Erwerb und Verlust des Eigentums an beweglichen und unbeweglichen Sachen – Sicherungsrechte – Sicherungsübereignung – Hypotheken / Grundschulden – Grundzüge der Rechtsdurchsetzung – Gerichtsaufbau – Mahn- und Vollstreckungsbescheide – Klage – Vollstreckung in Sachen und Rechte			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Brox, H.; Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München. • Brox, H.; Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München. • Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, München. • Führich, E.; Werdan, I.: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, München • Kallwass, W.: Privatrecht, München. • Medicus, D.: Allg. Teil des BGB, Heidelberg. • Musielak, H.-J.: Grundkurs ZPO, München. • Wieling, H.-J.: Sachenrecht, Berlin. • Wörlen, R.: BGB AT, Köln.

Besonderheit

Modul: Recht II: Wirtschaftsrecht

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Recht II: Wirtschaftsrecht	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Jürgen Werner (DHBW Villingen-Schwenningen)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. u. 4. Semester	Recht I: Bürgerliches Recht	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.		5
	davon Selbststudium	95 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Kenntnisse im Handels- und Gesellschaftsrecht. Die Studierenden sollen exemplarisch die Abweichungen des Handelsrechts vom bürgerlichen Recht erkennen können. Die Studierenden verstehen das Zusammenspiel von Publizität bzw. Schnelligkeit und Vertrauens- oder Rechtsscheinhaftung. Sie kennen die Rechtsstellung, die Befugnisse und die Verantwortung der selbstständigen und unselbstständigen Hilfspersonen.</p> <p>Sie beziehen Rechtsformen, Haftung und deren Vermeidung sowie Kapitalvorschriften in ihr Entscheidungskalkül ein. Den Studierenden gelingt eine grundsätzliche Systematisierung der einzelnen Rechtsformen mit Vor- und Nachteilen. Sie wissen um die Geschäftsführungs- und Vertretungsregelungen in der jeweiligen Gesellschaftsform. Sie erkennen die Probleme der Konzernierung für Gesellschafter und Gesellschaftsgläubiger.</p> <p>Des Weiteren vermittelt das Modul den Studierenden Grundlagen des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Dabei ist es erforderlich, dass sie zunächst den Begriff des Arbeitnehmers von einem selbstständig Tätigen abgrenzen können und die Situation vor Vertragsabschluss im Rahmen von Vorverhandlungen einzuschätzen lernen.</p> <p>Im zweiten Teil des Moduls wird der Ablauf des Insolvenzverfahrens aufgezeigt. Die Studierenden erhalten Einblicke in den Verfahrensablauf sowohl des Regelinsolvenzverfahrens als auch des Verbraucherinsolvenzverfahrens. Die Rechte im Insolvenzverfahren können sie wahrnehmen. Die Studierenden erkennen die Risiken und Chance, die sich für Vertragspartner aus einer Insolvenz ergeben können.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Konfliktpotentiale zu erkennen und arbeitsrechtliche Probleme im Betrieb selbstständig zu lösen. Sie haben ein Bewusstsein für die Auswirkung rechtlicher Entscheidungen und Falllösungen auf den Betrieb und die Gesellschaft. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage, die Gruppenleitung anzuerkennen und zu übernehmen.</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden sollen anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu analytisch-kritischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Fallgestaltungen befähigt werden. Sie können über rechtliche Inhalte und Probleme mit Fachleuten und Laien kommunizieren und sowohl einzeln als auch im Team komplexe rechtliche Fragestellungen lösen und Argumente theoretisch fundiert verteidigen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden können die Rechtsgebiete in der praktischen Anwendung verknüpfen und die Lebenszyklen von Gesellschaften mit unternehmerischen Entscheidungen vernetzen. Die Kenntnisse im Handels- und Gesellschaftsrecht können sie in der Praxis anwenden. Sie erkennen sicher, ob spezifisches Sonderprivatrecht im Einzelfall einschlägig ist. Bei ihrer Tätigkeit berücksichtigen sie die Anforderungen an den kaufmännischen Rechtsverkehr. Darüber hinaus können die Studierenden in der Praxis selbstständig und sicher die grundsätzlichen Entstehungs-, Haftungs-, Kapitalaufbringungs- und Vertretungsregeln anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, einen Arbeitsvertrag selbstständig zu begründen und abzuschließen bzw. arbeitnehmer- oder arbeitgeberseitige Arbeitsverträge wirksam zu beenden. Durch das Wissen über die Pflichten im Insolvenzverfahren vermeiden sie Haftpflichtansprüche der Gläubiger.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Handels- und Gesellschaftsrecht	30	52
Unternehmer – Kaufmann – Sonderprivatrecht – Prinzipien des Handelsrechts wie Publizität, Schnelligkeit und Verkehrsschutz – Register – Vollmachten – Hilfspersonen – Rechtsschein – Firmenrecht – Formfreiheit – Handelsbräuche/-papiere Juristische Person und Personengesellschaft – Überblick über Gesellschaftsformen – Prinzipien des Gesellschaftsrechts – Gestaltungsfreiheit und -grenzen – Typenvermischung – Entstehung – laufender Betrieb – Beendigung – Vertretung – Geschäftsführung – Vermögensordnung – Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung – Gesamtschau Vorteile und Nachteile Rechtsformen – Überblick Konzern – Gläubiger- und Minderheitenschutz – Haftungsgefahren			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundzüge des Arbeits- und Insolvenzrechts	25	43
Grundlagen des Arbeitsrechts – Der Begriff des Arbeitnehmers – Die Anbahnung des Arbeitsverhältnisses – Die Situation vor Vertragsabschluss, Vorverhandlungen – Arbeitsvertrag und Arbeitsverhältnis – Formen des Arbeitsverhältnisses – Die Pflichten des Arbeitnehmers aus dem Arbeitsvertrag – Die Pflichten des Arbeitgebers aus dem Arbeitsvertrag – Beendigung des Arbeitsverhältnisses – Tarifvertragsrecht – Betriebsverfassungsrecht Regelinsolvenzverfahren – Verbraucherinsolvenzverfahren – Organe des Insolvenzverfahrens – Rechtstellung des Insolvenzverwalters - Insolvenzgründe – Insolvenzantrag – Sicherungsmaßnahmen – Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse – Gläubigerbenachteiligung – Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen – Haftung und Insolvenzdelikte			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Becker, C.: Insolvenzrecht, München. • Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht, Tübingen. • Brox, H.: Handels- und Wertpapierrecht, München. • Brox, H.; Rütters, B.; Henssler, M.: Arbeitsrecht, Stuttgart. • Däubler, W.: Arbeitsrecht, Frankfurt/M. • Eisenhardt, U.: Gesellschaftsrecht, München. • Emmerich, V.; Sonnenschein, J.; Habersack, M.: Konzernrecht • Grunewald, B.: Gesellschaftsrecht, Tübingen. • Hofmann, P.: Handelsrecht, Neuwied. • Paulus, C.: Insolvenzrecht, München. • Roth, G.H.: Handels – und Gesellschaftsrecht, München. • Schaub, G.: Arbeitsrechts-Handbuch, München.

Besonderheit

1.3 Modulbeschreibungen der Modulart: Methodische Grundlagen

Modul: Wirtschaftsmathematik / Statistik

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortliche
Wirtschaftsmathematik/ Statistik	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Irene Rößler, Prof. Dr. Albrecht Ungerer (DHBW Mannheim)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Diskussionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilklausur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler ▪ Teilklausur Wirtschaftsstatistik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 60 Minuten ▪ 60 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben <ul style="list-style-type: none"> • die Wirtschaftsmathematik als Hilfsmittel bei Planungs- und Entscheidungsproblemen der wirtschaftlichen Praxis einzusetzen, • im Entscheidungs-/Forschungszusammenhang relevante Daten zu erheben, die Ergebnisse zu präsentieren und zielbezogen zu interpretieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten.

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

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Wirtschaftsmathematik	30	45
Finanzmathematik; Differenzial- und Integralrechnung für Funktionen mit einer unabhängigen Variablen, Differenzialrechnung mit mehreren unabhängigen Variablen; Matrizen und Vektoren, Determinanten, Lineare Gleichungssysteme. (Fachbezogene Erweiterungen.)			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Statistik	30	45
Datenentstehungsprozess, univariate und bivariate Verteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen; Grundlagen der induktiven Statistik mit Anwendungen, insbesondere Zufallsstichprobenverfahren und Hypothesenteste; wirtschaftsstatistische Anwendungen. (Fachbezogene Erweiterungen.)			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> • Bleymüller, J.; Gehlert, G.; Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München. • Holey, T.; Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg . • Rößler, I.; Ungerer, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg. • Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden. • Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden. 	

Modul: Technik der Finanzbuchführung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Technik der Finanzbuchführung	Deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. G. Schenk (DHBW Heidenheim)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	keine	Pflichtmodul	<u>2</u> Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Diskussionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit diesem Modul soll den Studierenden die Technik der Finanzbuchführung vermittelt werden. Insbesondere sollen die Studierenden grundlegendes Verständnis der für die Buchungstechnik entscheidenden Zusammenhänge zwischen Buchführung und Jahresabschluss erlangen.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Finanzbuchführung von anderen Teilgebieten des betrieblichen Rechnungswesens abgrenzen und verstehen das System der doppelten Buchführung. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Geschäftsvorfälle aus allen wichtigen Funktionsbereichen der Unternehmung buchungstechnisch zu erfassen. Sie haben erlernt, wie Bestandsveränderungen auf Bestandskonten und Aufwendungen und Erträge auf Erfolgskonten zu verbuchen sind. Außerdem haben sie die jeweiligen branchenspezifischen Aspekte der Finanzführung kennen gelernt.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden erkennen, dass die in der Finanzbuchführung zu erfassenden Informationen an den Interessen einer Vielzahl von unternehmensexternen und –internen Adressaten auszurichten sind.</p> <p>Durch das gemeinsame Bearbeiten von Geschäftsvorfällen haben die Studierenden erlernt, konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, unternehmensbezogene Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die erlernte Methodik selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und sind in der Lage, fachadäquat über die Konsequenzen von Geschäftsvorfällen für das Unternehmen zu kommunizieren.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die grundlegenden Kompetenzen für die Jahresabschlusserstellung erworben. Sie können die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung kritisch beurteilen und sind in der Lage, die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften aus der laufenden Buchführung abzuleiten.
--	--

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Finanzbuchführung I	30	45
Finanzbuchführung als Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens – Zusammenhang zwischen Bilanz und laufender Buchführung – Organisation, System und Technik der doppelten Buchführung – Warenverkehr und Umsatzsteuer – Anschaffung, Herstellung und Abgang von Anlagegütern – Bewertung und Buchungen im Vorratsvermögen – Buchtechnische Behandlung von Forderungen und Wertpapieren		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Finanzbuchführung II	30	45
Finanzgeschäfte, Finanzinnovationen und Leasing – Buchungen im Personalbereich – Verbuchen von Steuern – Vorbereitende Buchungen zur Jahresabschlusserstellung: Abschreibungen, Rechnungsabgrenzung und Rückstellungen – Branchenspezifische Aspekte der Finanzbuchhaltung – EDV-Anwendung in der Buchführung		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bieg, H.: Buchführung, Herne/Berlin. • Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. • Schenk, G.: Buchführung – schnell erfasst, Berlin u.a.. • Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Darmstadt. • Wöhe, G.; Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München.

Besonderheit

Modul: Grundlagen Informationsmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen Informationsmanagement	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. M. Schertler-Rock (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	keine	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Diskussionen ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein grundlegendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Informations- und Kommunikationstechniken und der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfung.</p> <p>Sie haben die Kompetenz erworben, mit allgemeinen Begrifflichkeiten und Konzeptionen des Informationsmanagement umzugehen und sie ansatzweise kritisch im Spannungsfeld zwischen Technologie und wirtschaftlicher Anwendung zu reflektieren.</p> <p>Die Studierenden verfügen über einen Überblick über die Theorieansätze des Informationsmanagement und der Wirtschaftsinformatik. Sie haben informations- und kommunikationstechnischem Basiswissen sowie tiefergehende Kenntnisse über informationstechnische Herausforderungen in der Tourismusbranche erworben.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, ausgewählte gesellschaftliche Auswirkungen der Durchdringung der Berufs- und Privatwelt mit den Neuen Medien kritisch zu erfassen und ansatzweise in Entscheidungsprozesse einzubinden.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben gelernt, operative Implikationen moderner Informations- und Kommunikationstechniken zu diskutieren.</p> <p>Sie kennen die Schnittstelle zwischen betriebswirtschaftlichen und informationstechnischen Anforderungen im Betrieb und können bei einer bereichsübergreifenden Entscheidungsvorbereitung unterstützend tätig werden.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, betriebswirtschaftliche Entscheidungen in Bezug auf den Einsatz von und die Investitionen für Informationstechnik grundlegend beurteilen zu können.</p> <p>Sie können in Ansätzen Geschäftsprozesse analysieren und modellieren. Das vermittelte Methodenwissen versetzt sie in die Lage, in definierten Situationen mit festgelegten Rahmenbedingungen bestehende Probleme zu erfassen und die Lösung vorzubereiten.</p>

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundlagen Information, Informationsmanagement, Informationssysteme	36	54
Begriff und Bedeutung von Information, Kommunikation und Wissen – Informationsökonomie und Wissensbilanz – Informationsbeschaffung – Datensicherheit und Datenschutz – Grundzüge der Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen – Informations- und Wissensmanagement – Grundkonzepte betrieblicher Anwendungssysteme			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Informationsmanagement in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	24	36
Informationssysteme touristische Leistungsanbieter (z.B. Destinationen, Fluggesellschaften, freizeitwirtschaftliche Betriebe, Hotel- und Gastronomiebetriebe, Reiseveranstalter), Überblick Marketingsysteme, Globale Distributionssysteme			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bächle, M.; Kolb, A.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, München:Oldenbourg • Kollmann, T.: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Wiesbaden: Gabler. • Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer. • Lehner, F.: Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung, München, Wien: Hanser. • Linde, F.: Ökonomie der Information, Göttingen: Universitätsverlag. • Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management, Wiesbaden: Gabler. • Schulz, A.; Weithöner, U.; Goecke, R. (Hrsg.): Informationsmanagement im Tourismus, München: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wissenschaftliches Arbeiten	Deutsch	XXX	8.3.2011 BW	Prof. Dr. S. Huf, (DHBW Stuttgart)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1.bis 6. Semester	keine	Pflichtmodul / Kernmodul	5-6 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Diskussionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unbenoteter Leistungsnachweis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	---

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.	
	davon Selbststudium	100 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die grundlegenden Merkmale wissenschaftlicher Arbeiten sowie zentrale wissenschaftstheoretische Grundpositionen und sind mit wissenschaftstheoretischen Grundbegriffen vertraut. Sie kennen die Phasen des Forschungsprozesses und verfügen über einen Überblick über die Methoden der empirischen Sozialforschung.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind sensibilisiert für ethische Implikationen der Forschung und die gesellschaftliche Verantwortung der Wissenschaft. Sie schätzen die Pluralität von Theorien und Methoden wert und zeigen diesbezüglich eine große Offenheit.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden verfügen über eine kritische Grundhaltung gegenüber Lehrmeinungen sowie gegenüber Forschungsergebnissen anderer und der eigenen Untersuchungsergebnisse.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden können eine wissenschaftlich zu bearbeitende Problemstellung formulieren, eine Literaturrecherche durchführen, eine quellenkritische Auswertung der Literatur vornehmen, ein geeignetes Forschungsdesign entwickeln und umsetzen sowie eine strukturierte schriftliche Ausarbeitung, die den an wissenschaftliche Arbeiten gestellten Anforderungen genügt, anfertigen. Die Studierenden kennen die Vorgehensweise und Erhebungstechniken (wie Beobachtung, Befragung, Experiment oder Inhaltsanalyse) der empirischen Sozialforschung und können diese selbstständig im Rahmen der Projektarbeiten und der Bachelorarbeit anwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	15	30
Kennzeichen und Formen wissenschaftlicher Arbeiten – Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten – Wahl und Konkretisierung des Themas – Überführung des Themas in eine Problemstellung und Zielformulierung – Literaturrecherche und Informationsbeschaffung – Auswertung und Beurteilung der Quellen – Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit – inhaltliche und formale Ausgestaltung des Manuskripts (sprachliche Ausgestaltung, Zitiertechnik, Abbildungen/Tabellen, Erstellung der Verzeichnisse, Deckblatt, Sperrvermerk, ehrenwörtliche Erklärung, Anhang)		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Sozialforschung	15	30
Wissenschaftstheorie: Kennzeichen von Wissenschaften und Gegenstandsbereich der Wissenschaftstheorie – ausgewählte wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, anarchis-tische Erkenntnistheorie, Konstruktivismus) – wissenschaftstheoretische Grundbegriffe (z.B. Definition, Axiom, Hypothese, Erklärung, Gesetz, Theorie, Wahrheit) – Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft Methoden der empirischen Sozialforschung: Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) – quantitative und qualitative Sozialforschung – Phasen des Forschungsprozesses: Forschungsdesign (inkl. Konzeptspezifikation (insb. Hypothesenbildung), Operationalisierung, Untersuchungsanordnung (Art und Häufigkeit der Messung), Konstruktion der Messinstrumente), Auswahl der Untersuchungseinheiten (inkl. Stichprobenziehung), Datenerhebung, Datenauswertung und -analyse, Publikation der Ergebnisse – Datenerhebungstechniken (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)		
(Lehr- und Lerneinheit 3): Projektskizze zur Bachelorarbeit	20	40
selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema durch die Studierenden (Wahl und Konkretisierung des Themas, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit) unter Anleitung durch Dozenten. Hierbei muss das von den Studierenden bearbeitete Thema nicht mit dem späteren Bachelorarbeitsthema identisch sein.		
Literatur		
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.		
<ul style="list-style-type: none"> • Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin. • Balzer, W.: Die Wissenschaft und ihre Methoden, Freiburg. • Bänisch, A.; Alewell, D.: Wissenschaftliches Arbeiten, München. • Collis, J.; Hussey, R.: Business Research, Basingstoke. • Eberhard, K.: Einführung in die Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie, Stuttgart. • Gabriel, G.: Grundprobleme der Erkenntnistheorie, Paderborn. • Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg. • Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart. • Ruß, H.G.: Wissenschaftstheorie, Erkenntnistheorie und die Suche nach Wahrheit, Stuttgart. • Schnell, R.; Hill, P.B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München. • Schüle, J.A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, Stuttgart. • Schwaiger, M.; Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München. • Stichel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden. • Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München. 		
Besonderheit		

1.4 Modulbeschreibungen der Modulart: Schlüsselqualifikationen

Modul: Methoden- / Sozialkompetenzen I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Methoden-/Sozialkompetenzen I	deutsch	XXX	09.07.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg) Prof. Dr. H. Schwadorf (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1-3	keine	Kern-Pflicht-Modul	__3__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> - Seminar - Übung - Präsentationen - Fallstudien - Planspiel - Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unbenoteter Leistungsnachweis (z.B. über Kurzreferat, Protokoll, aktive Teilnahme) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Qualifikationsziel des Modulbereichs „Schlüsselqualifikation“ besteht im Erwerb wie der Weiterentwicklung von grundlegenden Fähigkeiten auf den Ebenen der Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen sowie fachbezogenen sprachlichen Qualifikationen. Nach Abschluss der 1. Moduleinheit „Methoden-/Sozialkompetenzen“ haben sich die Studierenden erste grundlegende, fachlich unabhängig einsetzbare Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vornehmlich auf dem Gebiet der Selbst- und Sozialkompetenzen erarbeitet. Sie verfügen über die notwendigen Fähigkeiten und Instrumente, mit deren Hilfe sie in der Lage sind, sachliche wie sozial komplexe Problemstellungen in ihren Strukturen und Herausforderungen zu erkennen und zu lösen. Die Studierenden verfügen hierzu über Fähigkeiten, flexibel auf das jeweilige soziale, kulturelle Umfeld einzugehen, im Team zusammenzuarbeiten, Kooperationsfähigkeit zu entwickeln, aber auch Konfliktfähigkeit, Kompromissbereitschaft wie Überzeugungskraft herauszubilden. Gleichmaßen wird die Förderung der Persönlichkeit und der Reflexionsfähigkeit der Studierenden gefördert.</p> <p>Die Studierenden verfügen daher über vertiefte Kenntnisse im Bereich der Präsentations-, Moderations- und Kommunikationstechniken und sind in der Lage die theoretisch sowie in praktischen Übungen erworbenen Kenntnisse auf reale Situationen der praktischen Tätigkeit zu übertragen. Sie erlangen ein integriertes Wissen über Präsentationstechniken sowie den Aufbau und die Visualisierung von Vorträgen. Die Studierenden sind in der Lage, ihre Körpersprache und Rhetorik wirkungsvoll einzusetzen und Sachverhalte argumentativ und souverän zu präsentieren.</p> <p>Des Weiteren erwerben die Studierenden insbesondere durch die branchenspezifische Unternehmenssimulation ein breites und integriertes Wissen über die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge eines Unternehmens ihrer Branche und lernen verschiedene Methoden der Informationserfassung und -verarbeitung anzuwenden. Sie können die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen und verschiedenen Wettbe-</p>

	<p>werbsstrategien auf die Liquidität, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie das Betriebsergebnis fundiert analysieren und kritisch reflektieren. Durch das Teamtraining sind die Studierenden in der Lage, gruppenspezifische Prozesse zu analysieren, zu steuern und so zu einer erfolgreichen Teamarbeit beizutragen.</p>			
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis über die ethische Verantwortung ihres Handelns im sozialen Kontext entwickelt. Sie sind sowohl in der Lage, Methoden adressatengerecht auszuwählen wie auch die erforderliche Empathie für die jeweils spezifische Situation und argumentative Position des sozialen Interaktionspartners zu entwickeln. Sie kennen die Grenzen sowie die Gefahren der sozialen Beeinflussung und setzen sich kritisch mit dem Missbrauch sozialer Steuerungstechniken auseinander. Die Studierenden können sich in Ängste und Schwierigkeiten anderer Personen hineinversetzen. Sie sind in der Lage, konstruktives Feedback zu äußern und die Chancen von erhaltenem Feedback für die eigene Entwicklung zu erkennen. Sie können die Wirkungen ihrer eigenen Handlungen und Äußerungen auf andere Personen, Teams und die Gesellschaft kritisch reflektieren und sind sich ihrer eigenen Verantwortung bewusst.</p>			
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten erlernt, die es ihnen ermöglichen, Problemstellungen lösungsorientiert zu beurteilen. Hierzu besitzen sie nach Abschluss dieses Moduls insbesondere im Bereich der sozialen Problemlösungskompetenz grundlegende Fähigkeiten, die sie bei der Auswahl geeigneter methodischer Ansätze leiten. Kreativität, kritisches Urteilsvermögen wie auch rhetorische Fähigkeiten sind geschult worden. Durch sicheres Auftreten und Begeisterungsfähigkeit verstehen die Studierenden in der sozialen Interaktion zu überzeugen. Grundsätzlich sind sie in der Lage, soziale Situationen im Lichte ihrer eigenen Position zu reflektieren und zu bewerten und sich konstruktiv in Teamstrukturen einzubringen. Sie können die Teamleitung übernehmen, aber auch sich einer Führungsrolle unterordnen. Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls fähig, in einem Team effizient und effektiv zu agieren und erkennen die Wichtigkeit des Einzelnen für den Erfolg des Teams.</p>			
übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden sind fähig, soziale Interaktionsprozesse zielorientiert zu steuern. Hierzu haben sie die wesentlichen Herausforderungen der sozialen Einflussnahme kennengelernt und beherrschen die hierzu notwendigen zentralen Methoden und Techniken. Sie können die Interaktionsmuster komplexer Kommunikationssituationen entschlüsseln, angemessen, verantwortungsvoll agieren und motivational auf ihr Umfeld einwirken. Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, sich schnell in neue Teams zu integrieren und ergebnisorientiert zusammenzuarbeiten. Sie können Geschäftsprozesse ihrer Branche erfassen und hinsichtlich finanzwirtschaftlicher, erfolgs- und ergebnisorientierter Konsequenzen fundiert analysieren. Sie sind in der Lage, ihre betriebswirtschaftlichen Kompetenzen in betrieblichen Unternehmenssimulationen anzuwenden, im Team Problemlösungen zu erarbeiten und diese anhand von betriebswirtschaftlicher Kennzahlen zu reflektieren. Dabei gelingt es ihnen, die fachlichen Inhalte und Lösungsstrategien überzeugend vor einer Gruppe zu präsentieren.</p>			
Lerneinheiten und Inhalte				
Lehr- und Lerneinheiten			Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Präsentationskompetenz		18	31
Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation – inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie – Medieneinsatz und Visualisierung: Textbilder, Grafiken und Symbole – Durchführung einer Präsentation – Stimmarbeit und Rhetorik – Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik – Umgang mit Lampenfieber – Diskussionsmoderation – Nachbereitung der Präsentation – Spezifika: die wissenschaftliche Präsentation				
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Branchenspezifische Unternehmenssimulation		19	33
Wertschöpfung und Geschäftsprozesse in touristischen Einrichtungen bzw. Hotel- und Gastronomiebetrieben – Grundlegende betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, insbesondere aus finanzwirtschaftlicher Perspektive – Analyse der Konsequenzen von Geschäftsprozessen und unternehmerischen Entscheidungen für die Liquidität, Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Betriebsergebnisrechnung – Erläuterung, Berechnung und Interpretation betriebswirtschaftlicher und branchenbezogener Kennzahlen – Analyse von Wettbewerbsstrategien				
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Teamtraining		18	31
Begriff – gruppenspezifische Prozesse – Teamdiagnose – Probleme der Teamarbeit – Teamentwicklung – Führung von Teams – strategische Erfolgsfaktoren der Teamarbeit				

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Härtl, J./Hoffmann, K.-D.: Moderieren und Präsentieren: wirksame Kommunikation und gezielter Medieneinsatz. Berlin: Cornelsen
- Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 1 – Störungen und Klärungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Tb.
- Seifert, J./Pattay, S.: Visualisieren – Präsentieren – Moderieren. Offenbach: GABAL
- Stock, R.: Teams an der Schnittstelle zwischen Anbieter- und Kunden-Unternehmen. Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form. München: Vahlen

Besonderheit

Modul: Methoden-/Sozialkompetenzen II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Methoden-/Sozialkompetenzen II	deutsch	XXX	09.07.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon (DHBW Ravensburg) Prof. Dr. H. Schwadorf (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4-6	Methoden-/Sozialkompetenzen I	Kern-Pflicht-Modul	<u> 3 </u> Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
- Seminar - Übung - Präsentationen - Fallstudien - Planspiel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unbenoteter Leistungsnachweis (z.B. über Kurzreferat, Protokoll, aktive Teilnahme) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.	
	davon Selbststudium	100 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Qualifikationsziel des Modulbereichs „Schlüsselqualifikation“ besteht im Erwerb wie der Weiterentwicklung von grundlegenden Fähigkeiten auf den Ebenen der Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen sowie fachbezogenen sprachlichen Qualifikationen. Nach Abschluss der 2. Moduleinheit „Methoden-/Sozialkompetenzen“ haben die Studierenden – aufbauend auf dem Modul 1 – ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten schwerpunktmäßig auf dem Gebiet der Methodenkompetenzen ergänzt.</p> <p>Die Studierenden verfügen nun über tiefgehende Kenntnisse im Projektmanagement und haben sich im Rahmen von Unternehmenssimulationen intensiv mit der Steuerung komplex-dynamischer Unternehmenssituationen unter zeitlichen Restriktionen sowie den Instrumenten einer effektiven Zusammenarbeit in aufgabenorientierten Teams vertraut gemacht. Sie können theoretische Modelle und Methoden an die Branchenspezifika adaptieren und hinsichtlich ihrer Tauglichkeit für die Branche prüfen. Sie sind in der Lage, auf der Grundlage unvollkommener Informationen Entscheidungen im Team herbeizuführen, können mit Komplexität und Mehrdeutigkeit in Entscheidungssituationen umgehen und sind sich der Wechselwirkungen und Folgelastigkeiten unternehmerischer Entscheidungen zunehmend bewusst.</p> <p>Des Weiteren sind die Studierenden mit Abschluss dieses Moduls in der Lage, verhandlungssicher und überzeugend zu kommunizieren, verschiedene Problembereiche der Kommunikation zu identifizieren und Maßnahmen zur Vermeidung dieser Schwachstellen zu konzipieren. Sie verfügen über diverse Kommunikationsmethoden, welche sie situationsgerecht und zielgerichtet einsetzen können.</p>

Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, mehrdimensionale Entscheidungen verantwortungsvoll zu treffen. Sie kennen die Besonderheiten der Entscheidungsfindung im Team, können mit unterschiedlichen Meinungsbildern konstruktiv und respektvoll umgehen. Unterschiedliche Ansprüche an die Führungsqualitäten in unterschiedlichen Prozess-Stufen der Unternehmensführung wie auch in unterschiedlichen Entwicklungsphasen einer Unternehmung sind ihnen bewusst. Die Teilnehmer können die Folgen von Entscheidungen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten und bewerten. Sie sind sich der Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt, die Mitbewerber und die Produktionsbedingungen im Unternehmen bewusst und können deren Risikopotenzial beurteilen. Innerhalb des Projektmanagements lernen die Studierenden alternative Führungs- und Organisationsformen entsprechend ihren Auswirkungen auf das Unternehmen und dessen Umwelt zu beurteilen. Ferner sind sie in der Lage, die Wirkung einer positiven Kommunikation auf das soziale Umfeld innerhalb einer Unternehmung zu beurteilen.														
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben in besonderem Maße ihre Systemkompetenz geschult. Die besondere Bedeutung von Mustererkennung im Gegensatz zu isoliertem Faktenwissen, von robustem Entscheidungswissen im Gegensatz zu hoch differenziertem Spezialwissen insbesondere im Kontext unsicherer Entscheidungen im dynamischen Umfeld ist ihnen bewusst. Die Studierenden sind damit in der Lage, ihre Informationsbasis sowie ihre Methodik problemorientiert zu adjustieren. Die Studierenden können ihre Handlungen reflektieren und vor einer Gruppe kriterienbasiert verteidigen. Sie können in einem Team unter Zeitdruck zusammenarbeiten und fundierte Entscheidungen erarbeiten und präsentieren. Hierdurch wird ebenfalls ihre Belastbarkeit besonders auch in Stresssituationen gefördert. Die Studierenden lernen mit Konfliktsituationen umzugehen und diesen konstruktiv und schlichtend zu begegnen. Ferner sind sie in der Lage, in kurzer Zeit Beziehungen und Vertrauen innerhalb einer Gruppe aufzubauen, um die Arbeitseffizienz zu steigern.														
übergreifende Handlungskompetenz:	Unternehmen erfolgreich zu steuern, heißt ökonomische, technologische, informationelle, strukturelle und soziale Herausforderungen in ihrer umfassenden Vernetztheit zu erfassen und zu verstehen. Dazu braucht es ein Bündel geeigneter Methoden, um ganzheitliche Lösungen zu erarbeiten, ebenso wie ein tiefgehendes Verständnis sozialer Verhaltensmuster. Mit Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in Verbindung mit den Lernergebnissen des Modul 1 in der Lage, derartige Herausforderungen effizient anzunehmen und problemorientiert einer Lösung zuzuführen. Dabei ist ihnen bewusst, dass grundsätzlich jede Herausforderung der Unternehmenspraxis von der grundsätzlichen Dualität sachlicher und sozialer Einflüsse geprägt ist und nur eine umfassende methodische Vorgehensweise zu einer tragfähigen und implementierbaren Lösung führen kann. Mit Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, effizient und effektiv Informationen zu verarbeiten und fundierte betriebswirtschaftliche Entscheidungen abzuleiten. Ferner verfügen sie über die Kompetenz projektorientiert zu arbeiten und zielorientiert zu kommunizieren.														
Lerneinheiten und Inhalte															
Lehr- und Lerneinheiten	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1310 1451 1406 1529">Präsenzzeit (in Std.)</th> <th data-bbox="1406 1451 1501 1529">Selbststudium (in Std.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1310 1529 1406 1563">(Lehr- und Lerneinheit 1):</td> <td data-bbox="1406 1529 1501 1563">Projektmanagement</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1310 1563 1406 1697">Grundlagen Projekt und Projektmanagement – Phasen des Projektmanagements (Projektkonzeption und Projektrealisierung) – Projektorganisation – Führung in und von Projektteams – operatives vs. strategisches Projektmanagement – Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen – Projektcontrolling – EDV-gestütztes Projektmanagement: Einführung z.B. in MS-Project</td> <td data-bbox="1406 1563 1501 1697">15 30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1310 1697 1406 1731">(Lehr- und Lerneinheit 2):</td> <td data-bbox="1406 1697 1501 1731">Unternehmenssimulation General Management</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1310 1731 1406 1921">Entwicklung einer unternehmenspolitischen Vision – Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur – Erprobung der Qualität produktstrategischer Entscheidungen – planerischen Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen – Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Marktein- und -ausstieg – situationsspezifischer Einsatz von Marketing-Instrumenten sowie die Abstimmung dieser Anstrengungen untereinander wie auch mit denen anderer Unternehmensbereiche – Finanz- und Rechnungswesen im Führungsumfeld (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) – Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</td> <td data-bbox="1406 1731 1501 1921">25 50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1310 1921 1406 1955">(Lehr- und Lerneinheit 3):</td> <td data-bbox="1406 1921 1501 1955">Kommunikationstraining</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1310 1955 1406 2065">Kommunikationsprozess – Kommunikationsebenen – Kommunikationssituationen – Verhandlungstechniken – Feedback-Techniken – rhetorische Mittel – Kommunikationswege und -mittel – Psychologie der Kommunikation – Kommunikationsprobleme und -störungen</td> <td data-bbox="1406 1955 1501 2065">10 20</td> </tr> </tbody> </table>	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)	(Lehr- und Lerneinheit 1):	Projektmanagement	Grundlagen Projekt und Projektmanagement – Phasen des Projektmanagements (Projektkonzeption und Projektrealisierung) – Projektorganisation – Führung in und von Projektteams – operatives vs. strategisches Projektmanagement – Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen – Projektcontrolling – EDV-gestütztes Projektmanagement: Einführung z.B. in MS-Project	15 30	(Lehr- und Lerneinheit 2):	Unternehmenssimulation General Management	Entwicklung einer unternehmenspolitischen Vision – Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur – Erprobung der Qualität produktstrategischer Entscheidungen – planerischen Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen – Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Marktein- und -ausstieg – situationsspezifischer Einsatz von Marketing-Instrumenten sowie die Abstimmung dieser Anstrengungen untereinander wie auch mit denen anderer Unternehmensbereiche – Finanz- und Rechnungswesen im Führungsumfeld (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) – Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team	25 50	(Lehr- und Lerneinheit 3):	Kommunikationstraining	Kommunikationsprozess – Kommunikationsebenen – Kommunikationssituationen – Verhandlungstechniken – Feedback-Techniken – rhetorische Mittel – Kommunikationswege und -mittel – Psychologie der Kommunikation – Kommunikationsprobleme und -störungen	10 20
Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)														
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Projektmanagement														
Grundlagen Projekt und Projektmanagement – Phasen des Projektmanagements (Projektkonzeption und Projektrealisierung) – Projektorganisation – Führung in und von Projektteams – operatives vs. strategisches Projektmanagement – Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen – Projektcontrolling – EDV-gestütztes Projektmanagement: Einführung z.B. in MS-Project	15 30														
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Unternehmenssimulation General Management														
Entwicklung einer unternehmenspolitischen Vision – Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur – Erprobung der Qualität produktstrategischer Entscheidungen – planerischen Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen – Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Marktein- und -ausstieg – situationsspezifischer Einsatz von Marketing-Instrumenten sowie die Abstimmung dieser Anstrengungen untereinander wie auch mit denen anderer Unternehmensbereiche – Finanz- und Rechnungswesen im Führungsumfeld (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) – Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team	25 50														
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Kommunikationstraining														
Kommunikationsprozess – Kommunikationsebenen – Kommunikationssituationen – Verhandlungstechniken – Feedback-Techniken – rhetorische Mittel – Kommunikationswege und -mittel – Psychologie der Kommunikation – Kommunikationsprobleme und -störungen	10 20														
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Projektmanagement	15	30												
Grundlagen Projekt und Projektmanagement – Phasen des Projektmanagements (Projektkonzeption und Projektrealisierung) – Projektorganisation – Führung in und von Projektteams – operatives vs. strategisches Projektmanagement – Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen – Projektcontrolling – EDV-gestütztes Projektmanagement: Einführung z.B. in MS-Project															
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Unternehmenssimulation General Management	25	50												
Entwicklung einer unternehmenspolitischen Vision – Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur – Erprobung der Qualität produktstrategischer Entscheidungen – planerischen Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen – Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Marktein- und -ausstieg – situationsspezifischer Einsatz von Marketing-Instrumenten sowie die Abstimmung dieser Anstrengungen untereinander wie auch mit denen anderer Unternehmensbereiche – Finanz- und Rechnungswesen im Führungsumfeld (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) – Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team															
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Kommunikationstraining	10	20												
Kommunikationsprozess – Kommunikationsebenen – Kommunikationssituationen – Verhandlungstechniken – Feedback-Techniken – rhetorische Mittel – Kommunikationswege und -mittel – Psychologie der Kommunikation – Kommunikationsprobleme und -störungen															

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Birker, K.: Projektmanagement. Berlin: Cornelsen
- Kraus, G./Westermann, R.: Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung. Wiesbaden: Gabler
- Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 1 – Störungen und Klärungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Tb.
- Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 2 – Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Tb.

Besonderheit

Modul: Wirtschaftsenglisch I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Toursimus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wirtschaftsenglisch I	Englisch	xxx	30.6.11 BW	Prof. Dr. Silvia Lauer (DHBW Karlsruhe)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1-3 Semester	Mindestens 7 Jahre Schulenglisch (Ausgangsniveau mindestens B1 des europäischen Referenzrahmens). Ggf. Einteilung der Studierenden in unterschiedliche Leistungsstufen.	Profil-Wahl-Pflicht-Modul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung mit Gruppenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> mündliche Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ja 	<ul style="list-style-type: none"> 10 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte 6
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	66 Std.	
	davon Selbststudium	114 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Mit Abschluss dieses Moduls können die Studierenden ihr Unternehmen, dessen Struktur, Produkte und Dienstleistungen in englischer Sprache beschreiben. Sie haben gelernt, verschiedene Arten von Geschäftsbriefen (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.) in der Zielsprache zu verfassen. Sie haben Präsentationstechniken erlernt und wurden in die Lage versetzt, sich überzeugend zu artikulieren und wirtschaftsbezogene Inhalte wirkungsvoll in englischer Sprache zu präsentieren. Sie können Bewerbungen in englischer Sprache verfassen und sich in Bewerbungsgesprächen sprachlich behaupten. Sie haben das grundlegende Fachvokabular für ihren Studiengang erarbeitet.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben in diesem Modul gelernt, gemeinsam an Problemstellungen zu arbeiten und wurden auf das Verständnis interkultureller Verschiedenheiten im Geschäftsleben vorbereitet.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden wissen, wie Material für Vorträge zu sichten, zu gliedern, aufzubereiten und in eine Präsentation einzuarbeiten ist. Sie haben in Gruppenarbeit und Rollenspielen kommunikative Kompetenzen aufgebaut und ein grundlegendes Verständnis für interkulturelle Verschiedenheiten entwickelt.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben Zeitmanagement für die Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen erlernt. Ihnen wurden im Bereich der interkulturellen Kommunikation grundlegende Kompetenzen vermittelt, die sie anhand entsprechender Fachliteratur eigenständig vertiefen können. Sie haben Instrumente zum Selbststudium für Sprachen (Internet – CBTs/WBTs – Lehrwerke) kennengelernt, die ihnen während der Praxisphasen eine von Tutoren unabhängige Aneignung von Wissen im Bereich Sprachen ermöglichen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Wirtschaftsenglisch Ia	22	38
Firmenbeschreibungen, Geschäftsbriefe. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage/Higher (je nach Vorkenntnissen): Vorstellung der Firma (Produkte, Dienstleistungen, Organigramme, eigene Aufgaben). Verstehen und Verfassen unterschiedlicher Arten von schriftlichen Mitteilungen und Briefen. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Wirtschaftsenglisch Ib	22	38
Bewerbungen. Interkulturelle Kommunikation. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage/Higher (je nach Vorkenntnissen): Bewerbungen schreiben und ein Bewerbungsgespräch führen. Grundlagen der Interkulturellen Kommunikation im Kontext „Working abroad / Managing across cultures“. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Wirtschaftsenglisch Ib	22	38
Präsentationstechniken. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage / Higher (je nach Vorkenntnissen): Halten von Präsentationen zu verschiedenen wirtschaftsbezogenen Themen. Erstellung der dazu gehörenden visuellen Materialien. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Allison, J.; Emmerson, P.: The Business. Intermediate, (Hueber) Macmillan / Allison, J.; Townsend, J.; Emmerson, P., The Business Upper Intermediate, Hueber (Macmillan). • Hughes, J.: Success with BEC Vantage, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing) / Dummet, P.; Benn, C.: Success with BEC Higher, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing). • Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. Upper-intermediate, Vantage, Klett (Cambridge University Press) / Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. C1 BEC Higher Edition, Klett (Cambridge University Press). • Hofstede, G.; Hofstede, G. J.; Minkov, M.: Cultures and Organizations: Software of the Mind. International Cooperation and its importance for survival, New York et al.: McGraw-Hill. • Murphy, R.: English Grammar in Use. A self-study reference and practice book for intermediate students of English. With pocket guide for German-speaking learners, Niveau B1/B2, Buch + CD-ROM, Stuttgart: Klett/ Cambridge: Cambridge University Press. • Powell, M.: Presenting in English. How to give successful presentations, Stuttgart: Klett. • Sweeney, S.: English for Business Communication, Klett (Cambridge University Press). • Taylor, S.; Gartside, L.: Model Business Letters, o.O.: Financial Times. • Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Managing People Across Cultures (Culture for Business), o.O.: John Wiley and Sons. • Williams, E. J.: Presentations in English. Student's Book with DVD, München: Hueber. <p>Zum Selbststudium: digital publishing, Campus Language Training Online Sprachkurse (BEC Vantage / BEC Higher oder Business English)</p>

Besonderheit
Der Schwierigkeitsgrad und die Komplexität der beschriebenen Lerninhalte richten sich nach dem Ausgangsniveau der Studierenden. Die (optionale) Prüfungsvorbereitung für BEC Vantage / Higher wird im Modul Wirtschaftsenglisch II fortgeführt.

Modul: Wirtschaftsenglisch II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wirtschaftsenglisch II	Englisch	xxx	30.6.11 BW	Prof. Dr. Silvia Lauer (DHBW Karlsruhe)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4-6. Semester	Teilnahme an Wirtschaftsenglisch I	Profil-Wahl-Pflicht-Modul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung mit Gruppenarbeit	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte 6
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	120 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für Problemstellungen entwickelt, die in Verhandlungen und Sitzungen mit internationalen Teilnehmern auftreten können. Dabei können sie interkulturelle Verschiedenheiten als Auslöser von Konfliktsituationen von allgemeinen wirtschaftlichen Interessen differenzieren, die von Geschäftspartnern vertreten werden. Sie können sich in Sitzungen und Verhandlungen sprachlich korrekt und idiomatisch ausdrücken. Sie haben ein kritisches Verständnis für interkulturelle Zusammenhänge und verschiedene wissenschaftliche Ansätze zum Thema ‚Interkulturelle Kommunikation‘ entwickelt.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben sich Techniken der Konfliktlösung in Sitzungen und Verhandlungen angeeignet und gelernt, auf interkulturelle Verschiedenheiten Rücksicht zu nehmen. Somit sind sie für Kooperationen mit Unternehmen auf internationaler Ebene vorbereitet, was im Zuge der Globalisierung immer bedeutsamer erscheint.
Selbstkompetenz:	Anhand von Simulationen und Rollenspielen haben die Studierenden in Gruppen- und Paararbeit analysiert, wie Verhandlungen erfolgreich geführt und Sitzungen erfolgreich geleitet werden. Mit der Durchführung von Interviews zu wirtschaftsbezogenen Themen haben sie Fragetechniken erlernt und ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache ausgebaut.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben Zeitmanagement für die Organisation und Durchführung von effizienten Sitzungen und erfolgreichen Verhandlungen erlernt. Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Sitzungen durchführen bzw. als Teilnehmer in Sitzungen zu verschiedenen beruflichen Themen Stellung nehmen. Durch die Beschäftigung mit Online-Modulen und Printmaterialien zu den Themen „Meetings“ und „Negotiations“ wurden sie auf die eigenständige Erarbeitung und Vertiefung von Wissen auch mit Hilfe der Neuen Medien vorbereitet.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Wirtschaftsenglisch IIa	20	40
Teilnahme und Leitung von Sitzungen. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage/Higher (je nach Vorkenntnissen): Organisation, Durchführung und Leitung von Sitzungen. Lösen von Konfliktsituationen. Berücksichtigung interkultureller Verschiedenheiten. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Wirtschaftsenglisch IIb	20	40
An Interviews teilnehmen und selbst Interviews durchführen. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage/Higher (je nach Vorkenntnissen): Durchführung von Interviews. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Wirtschaftsenglisch IIc	20	40
Durchführung von Verhandlungen: Verhandlungstechniken. Lösen von Konfliktsituationen. Berücksichtigung interkultureller Verschiedenheiten. Erlernen des studiengangsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • • Allison, J.; Emmerson, P.: The Business. Intermediate, (Hueber) Macmillan / Allison, J.; Townsend, J.; Emmerson, P.: The Business Upper Intermediate, München: Hueber (Macmillan). • Hughes, J.: Success with BEC Vantage, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing) / Dummet, P.; Benn, C.: Success with BEC Higher, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing). • Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. Upper-intermediate, Vantage, Klett (Cambridge University Press) / Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. C1 BEC Higher Edition, Stuttgart: Klett (Cambridge University Press). • Evans, D.: Decisionmaker. 14 business situations for analysis and discussion, Cambridge: Cambridge University Press. • Hofstede, G.; Hofstede, G. J.; Minkov, M.: Cultures and Organizations: Software of the Mind. International Cooperation and its importance for survival, New York et al.: McGraw-Hill. • Murphy, R.: English Grammar in Use. A self-study reference and practice book for intermediate students of English. With pocket guide for German-speaking learners, Niveau B1/B2, Buch + CD-ROM, Stuttgart: Klett/ Cambridge: Cambridge University Press. • Sweeney, S.: English for Business Communication, Stuttgart: Klett (Cambridge University Press). • Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Managing People Across Cultures (Culture for Business), o.O.: John Wiley and Sons. <p>Zum Selbststudium: digital publishing, Campus Language Training Online Sprachkurse (BEC Vantage / BEC Higher oder Business English)</p>

Besonderheit
Der Schwierigkeitsgrad und die Komplexität der beschriebenen Lerninhalte richten sich nach dem Ausgangsniveau der Studierenden. Empfehlung: Teilnahme an BEC Vantage / Higher nach Semester 5.

1.5 Modulbeschreibungen der Modulart: Wahlmodule

Modul: Controlling

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Controlling	Deutsch	Fehlt noch !	31.03.2011 RV	Prof. Dr. Volker Simon (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre, Grundlagen Informationsmanagement und Unternehmensrechnung	(1) Wahlpflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte 8
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.	
	davon Selbststudium	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden verfügen über eine grundlegende Übersicht über die Dienstleistungsaufgaben des Controllings sowie vertiefte Einblicke in die Aufgaben und Zusammenhänge operativer und strategischer Controlling-Systeme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sie kennen die unterschiedlichen Controlling-Aufgaben und können sie kritisch bewerten, • sie sind mit den erforderlichen Rahmenbedingungen – auch informationstechnischer Art – zum Aufbau eines Controlling-Systems vertraut und können diese situativ beurteilen, • sie kennen verschiedenste Methoden und Techniken der Controlling-Praxis in Tourismusbetrieben und können sie problemorientiert auswählen und auf operative wie auch strategische Fragestellungen sinnvoll anwenden wie auch kritisch in ihrem Nutzen hinterfragen. <p>Gleichmaßen sind die Studierenden im kritischen Umgang mit Controllingkennzahlen, ihrer Ermittlung sowie ihrer Interpretation vertraut. In der Gesamtschau verstehen die Studierenden die besondere Dienstleistungsfunktion des Controllings im Managementprozess und können sie argumentativ begründen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für die vielschichtigen und komplexen Probleme der informationellen Steuerung von Unternehmen. Sie sind sich ihrer besonderen Verantwortung als Managing-Partner der Führungsebenen im Unternehmensprozess bewusst und haben verstanden, dass erfolgreiche Controllingarbeit neben umfassender Fachkenntnis und analytischem Verstand ebenso deutlich durch Integrität, Einfühlungsvermögen, Kompromissbereitschaft, Kooperationsbereitschaft, Überzeugungskraft und</p>

	<p>transparente Kommunikation gekennzeichnet ist.</p> <p>Die Studierenden können sich effektiv in eine Arbeitsgruppe einbringen und sind in der Lage, interdisziplinäre Arbeitsgruppen zielorientiert zu moderieren. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierten wie ganzheitliche Argumentation zu begründen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden entwickeln eine hinreichende Sensitivität für das situative informationelle Potenzial »harter« wie »weicher« Daten. Sie sind in der Lage, die Validität unterschiedlicher interner wie externer Quellen einzuordnen und entsprechend ihrem grundsätzlich gegebenen subjektiven Charakter zu bewerten sowie die daraus resultierenden Folgen für die Führung wie für das Controlling von Unternehmungen einzuschätzen. Die Studierenden erlangen ein vertieftes Verständnis über die Leistungsfähigkeit sowie die Anwendungsgrenzen verschiedener Instrumente des operativen und strategischen Controllings und können sie problemorientiert anwenden und beurteilen.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden verstehen nach Abschluss dieses Wahl-Pflicht-Moduls Controlling als ganzheitlich vernetzte informationelle Sicht auf die Unternehmung. Sie können den Stellenwert quantitativer wie auch »weicher« qualitativer Informationen für den Führungsprozess in Unternehmungen mit entsprechender methodischer Expertise verdeutlichen und sind in der Lage, derartige Systeme in klein- und mittelständischen touristischen Unternehmen einzuführen bzw. bei der Umsetzung in größeren Betriebseinheiten qualifiziert mitzuwirken. Gleichmaßen verfügen sie über Fähigkeiten, derartige Systeminnovationen motivational zu befördern.</p> <p>Ein besonderes Augenmerk liegt auf den Möglichkeiten und Grenzen einer wertorientierten Steuerung von Tourismusunternehmungen. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, qualifizierte Fachgespräche mit Controllern aus Tourismusbetrieben über Konzeption, Einsatz und Besonderheiten von Controllingssystemen zu führen. Sie haben sich die fachlichen, methodischen wie auch sozialen Qualifikationen erarbeitet, Funktionen im Rechnungswesen wie im Controlling von Betrieben der Tourismusbranche auszuüben.</p>

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Systeme des Controllings I	40	80
Begriffe, Zielsetzungen, Entwicklungstendenzen – Rahmenbedingungen eines funktionsfähigen Controllings: Strukturen, Fähigkeiten, Systeme – Die Budgetierung als zentrale Aufgabe operativer Controlling-Aktivitäten – Kostenrechnerische Umsetzung des Budgetierungsauftrages: Ausgewählte Beispiele – Möglichkeiten des Einsatzes von Standardsoftware zur Budgetierungsunterstützung – Kennzahlen I: Operative Steuerung – Ausgewählte Beispiele aus der Tourismusbranche			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Systeme des Controllings II	40	80
Gegenstände eines strategischen Controlling-Systems: Programme, Ressourcen, Prozesse – Instrumente und Methoden des strategischen Controlling – Strategisches Kostenmanagement – Konzepte eines wertorientierten Controlling – Kennzahlen II: Strategische Entwicklung – Ausgewählte Beispiele aus der Tourismusbranche			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Baum, H.-G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. • Fischer, R.: Dienstleistungs-Controlling. Grundlagen und Anwendungen, Wiesbaden: Gabler. • Horváth, P.: Controlling, München: Vahlen. • Reichmann, Th.: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools, München: Vahlen. • Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.

Besonderheit
Die Teilnehmer sollten über Grundlagenkenntnisse einer Tabellenkalkulation (z.B. Microsoft Excel [®]) verfügen.

Modul: Informationsmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Informationsmanagement	deutsch	XXX	25.03.2011 RV	Prof. Dr. Manfred Schertler-Rock (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Grundlagen Informationsmanagement, E-Tourismus	(1) Wahlpflichtmodul (2) XXXX	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.	8
	davon Selbststudium	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden erwerben in diesem Modul ein breites Verständnis für die wissenschaftlichen Grundlagen und die Anknüpfungspunkte zwischen Informations- und Kommunikationstechniken und der Wertschöpfung der Touristik.</p> <p>Sie können mit Begrifflichkeiten des Informationsmanagement sicher umgehen und die in diesem Themenbereich vorherrschenden Konzepte kritisch im Spannungsfeld von Technologieforschung und Wirtschaftlichkeit reflektieren. Sie werden befähigt, eigenständig Ideen und Wissensbestandteile zu ergänzen, zu vertiefen sowie den eigenen Standpunkt argumentativ nachvollziehbar zu verteidigen.</p> <p>Sie kennen grundlegende Theorieansätze des Informationsmanagement und der Wirtschaftsinformatik, deren Anwendungsbedingungen und Grenzen. Sie haben aufbauend auf informations- und kommunikationstechnischem Basiswissen vertiefende Kenntnisse über aktuelle Themen und Trends des Informationsmanagement erlangt.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die sozialen Auswirkungen von Informations-, Kommunikations- und Wissenstechnologie zu hinterfragen und potenzielle gesellschaftliche Konsequenzen in unternehmerische Entscheidungsprozesse einzubinden.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben gelernt, alternative strategische Implikationen moderner Informations- und Kommunikationstechniken unter Heranziehung einer theoretisch oder konzeptionell fundierten Argumentation auf unterschiedlichen Anspruchsniveaus zu diskutieren.</p> <p>Sie haben durch die vielfältigen im Rahmen des Moduls besprochenen Perspektiven die Fähigkeit ausgebaut, im betrieblichen Geschehen an der Schnittstelle zwischen betriebswirtschaftlichen und informationstechnischen Anforderungen als Moderator aufzutreten und von allen Beteiligten akzeptierte Entscheidungen vorzubereiten und durchzuführen.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Entscheidungen in Bezug auf den Einsatz von und die Investitionen für Informationstechnik fundierter beurteilen zu können. Sie können selbständig einfache und durchschnittlich komplexe Geschäftsprozesse analysieren und Methoden der Datenmodellierung anwenden. Das vermittelte Methodenwissen befähigt sie, in neuen Situationen mit veränderten Rahmenbedingungen auftretende Probleme zu lösen. Erkannte Defizite in der Methodenkompetenz können sie selbstständig erkennen und vorhandene Wissenslücken schließen.
--	--

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Informationsmanagement I	40	80
Bereiche des strategischen Informationsmanagements – Wissensmanagement – Implementierung und Controlling von Informationssystemen – gesellschaftspolitische Auswirkungen – Datenbanksystemen in touristischen Unternehmungen – Datenbankmanagementsysteme – Datenbankmodellierung/SQL			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Informationsmanagement II	40	80
Prozessperspektive der Tourismusunternehmung – Geschäftsprozessmodellierung – Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen – Workflow Management – E-Business-Architekturen – E-Business-Geschäftsmodelle – E-Business-Wertkette mit Kunden- (E-Commerce, CRM, Web 2.0) und Lieferantenperspektive (SCM) – Entwicklungsperspektiven			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> • Amersdorffer, D.; Bauhuber, F.; Egger, R.; Oellrich, J. (Hrsg.): Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder, Berlin: Springer. • Bächle, M.; Lehmann, F.: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse im Web 2.0, München/Wien: Oldenbourg. • Bodendorf, F.: Daten- und Wissensmanagement, Berlin: Springer. • Egger, R.; Jooss, M. (Hrsg.): mTourism: mobile Dienste im Tourismus, Wiesbaden: Gabler. • Lehmann, F.: Integrierte Prozessmodellierung mit ARIS, Heidelberg: dpunkt. • Pietsch, T.; Martiny, L.; Klotz, M.: Strategisches Informationsmanagement – Bedeutung, Konzeption und Umsetzung, Berlin: Erich Schmidt. • Tesone, D.V.: Hospitality Information Systems and E-Commerce, Hoboken: Wiley. 	

Besonderheit

Modul: Tourismusmarketing

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Tourismusmarketing	deutsch	XXX	31.03.2011 RV	Prof. Dr. Klaiber

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Hauptstudium	Wahlmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte: 8
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.	
	davon Selbststudium	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Vertiefte Kenntnisse über Marketing als unternehmensintegrierendes Managementkonzept, Besonderheiten des Marketing im Dienstleistungsbereich, Kenntnis der Relevanz unternehmensexterner Aspekte und diesbezüglicher Forschungskonzepte
Sozial-ethische Kompetenz:	Teamfähigkeit, zielorientierte Arbeitsweise, Informationsbeschaffung
Selbstkompetenz:	Ausdrucksfähigkeit schriftlich und mündlich, Präsentationsfähigkeit
Übergreifende Handlungskompetenz:	Fähigkeit zur Erstellung eines schlüssigen Marketingkonzeptes für eine Organisation im Tourismusbereich, Kenntnis hierzu erforderlichen Informationsbedarfs

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Marketing I	40	80
Besonderheiten von Marketing im internationalen Geschäft, Besonderheiten von Marketing im Dienstleistungsbereich, Vorgehen bei der Erstellung eines Marketingkonzeptes			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Marketing II	40	80
Bearbeitung von Fallstudien mit speziellem Fokus auf Probleme im internationalen Geschäft, Besonderheiten bei der Vermarktung stationärer Angebote (Destinationen, Events, Freizeitparks), Innovationen von Reiseveranstaltern, Hotellerie und Gastronomie			

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Ahmed, P.K.; Rafiq, M.: Internal marketing. The tools and concepts for change, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen.
- Bruhn, M. (Hrsg.): Gabler Marketing Lexikon, Wiesbaden: Gabler.
- Czinkota, M.R.; Ronkainen, I.A.: International Marketing, South-Western College Pub.
- Freyer, W.: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. München, Wien: Oldenbourg.
- Holloway, J.C.: Marketing for Tourism. Harlow: Prentice Hall/Financial Times.
- Keegan, W.J.; Green, M.C.: Global Marketing, Pearson Education: Prentice Hall.
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen - Konzepte – Methode, Wiesbaden: Gabler.

Besonderheit

Gruppennote für Referat und Seminararbeit

Modul: Destinations- und Kurortemanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft, Hotel- und Gastronomiemanagement, Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Destinations- und Kurortemanagement	deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittnner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. und 6. Semester	erfolgreich bestandenes 2. Studienjahr	Wahlpflichtmodul Lokales Profilmodul	_2_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte: 8
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.	
	davon Selbststudium	160Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel dieses Moduls ist es, den Studierenden über die Grundlagen hinaus vertiefende Einblicke in die Besonderheiten des Managements von Destinationen und ins. Heilbädern und Kurorten zu vermitteln, da Destinationen als Zielgebiete des Tourismus und als relevante Leistungsträger verschiedene Angebote an Einzelleistungen auf sich vereinen. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Zusammenhänge und Verflechtungen der Destinationen mit den einzelnen Leistungsträgern bzw. Stakeholdern zu erkennen und zu nutzen. Sie erlangen</p> <ul style="list-style-type: none"> • wichtige Kenntnisse zur Abgrenzung und Einordnung von Destinationen, • relevante Unterschiede des Managements von Destinationen im Vergleich zu „herkömmlichen“ Unternehmen. • einen Überblick über Finanzierungsmodelle und -möglichkeiten im Destinationsmanagement sowie • Methodenkompetenz zur Organisation, Steuerung, Vermarktung und Führung von Destinationen. <p>Sie können die Wirkung ihres eigenen Handelns beurteilen und aus Erfahrungen selbstständig lernen. Sie sind fähig und bereit sich kontinuierlich weiter zu entwickeln, um den wechselnden Anforderungen gerecht zu werden. Mit dem Einblick in das Destinations- und Kurortemanagement und der eigenen Auseinandersetzung mit der Materie und im Rückblick auf die Praxisbestandteile und deren Einordnung wird die erwünschte Sachkompetenz erreicht.</p>

Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden bringen sich engagiert in ein Team ein und können dieses Team leiten bzw. die Gruppenleitung anerkennen. Sie sind sensibilisiert Probleme aus dem vielfältigen Unternehmen Destination aus den unterschiedlichen Perspektiven der verschiedenen Anspruchsgruppen zu sehen und zu bearbeiten. Sie sind diskussionsfähig und bestrebt kritische Kommentare über eigene Ansätze einzuholen und zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage komplexe Probleme des Destinations- und Kurortemanagements situationsgerecht zu erfassen und gezielte Managementmaßnahmen einzuleiten. Sie können Unternehmenskonzepte und Analysen für städtetouristische und freizeitouristische Destinationen bzw. Gesundheitsdestinationen erstellen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erwerben eine übergreifende Handlungskompetenz für das Stadt- und Regionalmanagement und -marketing bzw. für das Management von gesundheitstouristischen Destinationen.

Lerneinheiten und Inhalte				
Lehr- und Lerneinheiten			Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1)	Destinations- und Kurortemanagement I		40	80
Typisierung von Destinationen – Begriffsabgrenzungen – Grundlagen und Besonderheiten von gesundheitstouristischen Destinationen (Heilbäder und Kurorte, Wellness-Destinationen, Grundlagen der Rehabilitationsmedizin, Rechtsgrundlagen von Kur und Rehabilitation, insbesondere die Sozialgesetzgebung in den Büchern 5, 6 und 9, Kenntnisse im Kurmittelmanagement insbesondere im Hinblick auf die staatliche Anerkennung) – Leistungserstellung in Destinationen – Organisationsstrukturen im Destinationsmanagement – Kennzahlen im Destinationsmanagement – Destinationen als Unternehmen bzw. Wettbewerbseinheiten – Rechtsformen – Finanzierungsmodelle				
(Lehr- und Lerneinheit 2)	Destinations- und Kurortemanagement II		40	80
Tourismuspolitische Einordnung, Kooperationen und Verbände – Marketingprozesse für Destinationen unter besonderer Berücksichtigung des Binnenmarketings – Normatives Management in Destinationen (Leitbild Diskussion und Leitbilderstellung) – Strategisches Destinationsmanagement und -marketing – Destinationswertschöpfungsrechnung –				

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg. • Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München, Wien: Oldenbourg. • Landgrebe, S., Schnell, P.: Städtetourismus, München, Wien: Oldenbourg. • Linkenbach, R.: Innenmarketing im Tourismus, Meßkirch: Armin Gmeiner. • Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner.

Besonderheit

Modul: Hotel- und Gastronomiemanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement, Freizeitwirtschaft, Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Hotel- und Gastronomiemanagement	Deutsch	?	28.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf/ Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Lehrveranstaltung Grundlagen des Hotel- und Gastronomiemanagements	(1) Wahlpflichtmodul (2) lokales Profilmodul	___2___ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Selbststudium ▪ Gruppenarbeiten ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.		8
	davon Selbststudium	160 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel dieses Moduls ist es, den Studierenden des Destinations- und Kurortemanagements, der Freizeitwirtschaft und des Reiseverkehrsmanagements die für diese Vertiefungsrichtungen notwendigen Kenntnisse und Zusammenhänge des Hotel- und Gastronomiemanagements zu vermitteln, da diese oft mit Hotel- und Gastronomiebetrieben interagieren. Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu den zentralen Einflussfaktoren konstitutiver Entscheidungen der Hotellerie und Gastronomie Stellung zu beziehen, • konkrete Hotelkonzepte als Gesamtheit, deren einzelnen Bestandteile sowie die zu Grunde liegenden Zusammenhänge kriterienbasiert zu bewerten und selbst aktiv Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln, • die Besonderheiten des Marketings der Hotellerie und Gastronomie zu analysieren und für aktuelle Problemstellungen branchenspezifische Lösungskonzepte zu entwickeln, • die Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung in Hotellerie und Gastronomie sinnvoll anzuwenden und die branchenspezifischen Besonderheiten zu beurteilen. Sie sind in der Lage, Kostenstrukturen der Hotellerie und Gastronomie zu analysieren, die Betriebsergebnisrechnung und Kalkulationsmethoden bei der Konzipierung und Beurteilung von Hotel- oder Gastronomieprojekten gezielt einzusetzen und zu reflektieren.

Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben über ihre Vertiefungsrichtung hinaus Interesse und Verständnis für die spezifischen Belange ihrer Stakeholder. Sie sind in der Lage, sich in die Sachverhalte und Bedürfnisse ihrer Geschäftspartner und der Gäste hineinzuversetzen und diese zu beurteilen. Sie sind sich der Konsequenzen eigener Entscheidungen und der Verantwortung für ihre Geschäftspartner und der Gäste bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, eigene Leistungsstärken und -schwächen in benachbarten Wissensgebieten zu erkennen. Sie können vorhandene betriebswirtschaftliche Kompetenzen auf die Hotellerie und Gastronomie übertragen. Sie hinterfragen ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, qualifizierte Fachgespräche mit Hoteliers und Gastronomen über Konzeption, Leistungserstellung und Besonderheiten von Entscheidungen in der Hotellerie und Gastronomie zu führen. Sie können sich effektiv in eine Arbeitsgruppe einbringen und sind in der Lage, interdisziplinäre Arbeitsgruppen zielorientiert zu moderieren. Sie können außerhalb ihres Kursverbandes effizient, effektiv und professionell zusammenarbeiten sowie entscheidungsorientiert vorgehen. Ihre Präsentations- und Teamkompetenz wird gefordert und gefördert.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen erworben, um sich fundiert mit Fachvertretern und Laien über Sachverhalte des Hotel- und Gastronomiemanagements auszutauschen. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten der Hotellerie und Gastronomie bei ihren eigenen Entscheidungen und Handlungen zu berücksichtigen und können mit ihren Stakeholdern verantwortungsbewusst, effizient und effektiv zusammenarbeiten. Mit Abschluss dieses Moduls sind sie in der Lage, ihre hotel- und gastronomiespezifischen Kompetenzen bei den Problemstellungen ihrer Branche anzuwenden und somit ganzheitlich sowie zielorientiert zu handeln.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Hotel- und Gastronomiemangement I	40	80
<p>Vertiefung konstitutive Entscheidungen Standortwahl – Marktkonzept – Produktkonzept – aktuelle Entwicklungen von Betreiberformen</p> <p>Vertiefung der Leistungserstellung in Hotellerie und Gastronomie Leistungserstellung im Gastgewerbe unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungscharakters – Konzeptionierung des Beherbergungsbereichs – Konzeptionierung des Gastronomiebereichs</p> <p>Aktuelle Fragestellungen der Hotellerie und Gastronomie besondere Entscheidungsfelder der Hotellerie und Gastronomie (z.B. technologische Entwicklungen in den Operations-Abteilungen, Nachfragetrends, neue Hotel- und Gastronomiekonzepte, elektronische Vertriebskanäle, personalpolitische Fragestellungen, Facility Management)</p>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Hotel- und Gastronomiemangement II	40	80
<p>Hotel-/Gastronomiemarketing Bedeutung des Marketings für die Hotellerie und Gastronomie – Überblick zu den Phasen des Marketings im Gastgewerbe: Situationsanalyse, Formulierung von Unternehmenszielen und Leitbildern, Strategie- und Maßnahmenplanung, Durchführung und Kontrolle – Zielgruppenanalyse und Zielgruppendifferenzierung in Hotellerie und Gastronomie – Strategische Gruppen in der Hotellerie – Ausprägungen und Konsequenzen verschiedener Marketingstrategien im Gastgewerbe – Nähere Betrachtung ausgewählter Marketinginstrumente der Produkt- und Leistungs politik, der Preis- und Konditionenpolitik, der Distributionspolitik sowie der Kommunikationspolitik für die Hotellerie und Gastronomie – aktuelle Entwicklungen (z.B. Yield Management, Multichannel-Vertrieb, Web 2.0)</p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung in der Hotellerie und Gastronomie Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung in Hotellerie und Gastronomie (Aufbau, Besonderheiten der Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung im Gastgewerbe, Datev-Standardkontenrahmen 70 [SKR 70]) – Analyse der Betriebsergebnisrechnung (Betriebsergebnis I, II und III; The Uniform System of Accounts for the Lodging Industry [USALI]) – Break-even-Analysen – Kalkulation und Preisfindung von gastronomischen Leistungen unter besonderer Berücksichtigung der Kostenstruktur – Kalkulation und Preisfindung von Beherbergungsleistungen unter besonderer Berücksichtigung der Kostenstruktur</p>			

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Barrows, C.W.; Powers, T.: Introduction to management in the hospitality industry, Hoboken: Wiley.
- Birchfield, J.C.; Sparrowe, R.T.: Design and layout of foodservice facilities, New York: John Wiley & Sons.
- Feinstein, A.H.; Stefanelli, J.M.: Purchasing: selection and procurement for the hospitality industry, Hoboken: Wiley.
- Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte, Wettbewerbskontext, Unternehmenspraxis, Frankfurt am Main: dfv.
- Gardini, M.A.: Marketing-Management in der Hotellerie, München, Wien: Oldenbourg.
- Hänszler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Henschel, K.: Hotelmanagement, München, Wien: Oldenbourg.
- Katsigris, C.; Thomas, C.: Design and equipment for restaurants and foodservice, Hoboken: Wiley.
- Pizam, A. (Hrsg.): International encyclopedia of hospitality management, Amsterdam et al: Butterworth-Heinemann.
- Rutes, W.A.; Penner, R.H.; Adams, L.: Hotel Design, Planning and Development, New York, London: W.W. Norton.
- Rutherford, D.: Hotel Management and Operations, New York: John Wiley & Sons.
- Schaezting, E.E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv.
- Walker, J.R.; Lundberg, D.E.: The restaurant: from concept to operation, Hoboken: Wiley.

Besonderheit

Modul: Reiseverkehrsmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement, Freizeitwirtschaft, Hotel- und Gastronomiemangement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Reiseverkehrsmanagement	deutsch	XXX	31.3.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 u. 6. Semester	keine	Wahlpflichtmodul Lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Selbststudium ▪ Gruppenarbeiten ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.	8
	davon Selbststudium	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden vertiefen ihr in den Grundlagenveranstaltungen erworbenes Wissen für die Wertschöpfungskette von Anbietern im Veranstaltungs- und Vertriebsbereich (stationär und online) im Tourismus. Durch das Kennenlernen verschiedener Pauschalreiseprodukte, ihre Planung, ihre Kalkulation, ihre Durchführung und ihren Vertrieb sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, dieses Wissen auf die Gestaltung von Veranstalterreisen anzuwenden. Weiterhin lernen Sie die Bedeutung von Reiseverkehrsträgern im Prozess der Reiseveranstaltung kennen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden erlangen ein weitgehendes Verständnis der gesellschaftlichen Verantwortung der Reiseverkehrsbranche gegenüber Reisenden und Bereisten.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden werden mit den Besonderheiten des Managements in der Reiseveranstaltung, im Reisevertrieb und bei Reiseverkehrsträgern vertraut gemacht. Die Studierenden können nun verschiedene Sichtweisen antizipieren und sich effektiv und den Konventionen der Branche entsprechend ausdrücken. Sie können eigene Kriterien und Meinungen entwickeln und mit dem Spezialwissen eigene Kompetenzen aufbauen und umsetzen.

Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die bereits erworbenen allgemeinen und branchenspezifischen betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten analytisch auf andere Branchenfelder am Beispiel der Reiseverkehrswirtschaft anzuwenden und praxisrelevant kritisch zu hinterfragen.
--	--

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Reiseverkehrsmanagement I	40	80
Reiseveranstaltung und Reisevertrieb Produktelemente und -konzepte, Planung von Pauschalreisen, Kalkulation, Vertrieb, Besonderheiten der Besteuerung; spezielle Pauschalreisearten.			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Reiseverkehrsmanagement II	40	80
Reiseverkehrsträgermanagement Management, Entwicklung und Struktur von Personenverkehrsbetrieben, Bahn, Bus, Flug und Schiff, Beförderungsbedingungen und Linienverkehre			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Fuchs, W.; Mundt, J.-W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Kirstges, T.; Schröder, C.: Destination Reiseleitung : Leitfaden für Reiseleiter - aus der Praxis für die Praxis, München, Wien: Oldenbourg. • Maurer, P.: Luftverkehrsmanagement: Basiswissen, München: Oldenbourg. • Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg. • Pompl, W.; Freyer, W. (Hrsg.): Reisebüromanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Pompl, W.; Lieb, M.G. (Hrsg.): Internationales Tourismus-Management. Herausforderungen – Strategien – Instrumente, München: Vahlen. • Sterzenbach, R.; Conrady, R.; Fichert, F.: Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Management von Spa-Anlagen, Freizeitbädern und Freizeitanlagen

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Alle Vertiefungsrichtungen der Studienrichtung

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Management von Spa-Anlagen, Freizeitbädern und Freizeitanlagen	Deutsch	?	24.03.2011 RV	Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	erfolgreich bestandenes 2. Studienjahr	Wahlpflichtmodul	__ 2 __ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	80 Std.		8
	davon Selbststudium	160 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mittlerweile haben sich in einer spezifischen Tourismusart – dem Gesundheitstourismus – starke Veränderungen im Bereich der Nachfrage- und Angebotsstruktur ergeben, welche neue Herausforderungen an das Management von gesundheitstouristischen Einrichtungen stellen. Diese gesundheitstouristischen Einrichtungen weichen von den herkömmlichen Strukturen insofern ab, als dass sie nunmehr in der Form von speziellen Gesundheitsresorts Leistungen unterschiedlicher touristischer und anderer Leistungsträger in sich vereinen und als Gesamtprodukt angeboten werden, so z. B. Leistungen aus Beherbergung (Hotellerie), Verpflegung (Gastronomie), medizinische (präventive, kurative und/oder rehabilitative) Leistungen (Destination und weitere Anbieter des Gesundheitswesens) sowie Freizeitbeschäftigung/Sport/Kultur (Anbieter der Freizeitwirtschaft). Dieses Wahlpflichtfach schließt eine Lücke, die bislang noch nicht durch die bisherigen Studieninhalte gedeckt wird.</p> <p>Organisation und Führung von Spa-Anlagen und Freizeitbädern entscheiden maßgeblich über den Erfolg einer solchen Anlage als Profit-Center. An das Management werden dabei besondere Herausforderungen gestellt, die von der professionellen Organisation der Anlage bis hin zur Entwicklung von Konzepten und Angeboten, der Steuerung des Personaleinsatzes und der Betriebsabläufe, der Entscheidung über künftige Investitionen sowie Gestaltung des Marketings reichen. Um diese Vielfalt an Aufgaben angemessen erfüllen zu können, benötigt der Manager einer Spa-Anlage oder eines Freizeitbades nicht nur grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse, sondern darüber hinaus vor allem spezielles Wissen über Kostenstrukturen, Rentabilität und Qualitätsmanagement von Spa-Anlagen und Freizeitbädern.</p> <p>Auf der Basis bereits bekannter allgemeiner betriebswirtschaftlicher Grundlagen in den Bereichen Dienstleistung und Produktion, Kosten- und Leistungsrechnung, Marketing,</p>

	<p>Bilanzierung und Personalwirtschaft sowie den Grundkenntnissen zum Aufbau der Tourismusbranche und der Funktionen sowie Zusammenarbeit einzelner Leistungsträger aus dem Tourismus- und Freizeitbereich gewinnen die Studierenden umfassende Kenntnisse über das Management von Spa-Anlagen und Freizeitbädern.</p> <p>Entsprechend liegen die Ziele der Veranstaltungen für die Teilnehmer darin,</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Überblick der funktionalen Komponenten des Managements von Spa-Anlagen und Freizeitbädern zu bekommen, • ökonomische Denk- und Handlungsmuster zu erkennen und mit Hilfe betriebswirtschaftlicher Instrumente und Methoden zu analysieren, • Kenntnisse über die Entscheidungstatbestände und -probleme unternehmerischer Handlungen zu erhalten sowie <p>anhand von ausgewählten Fallbeispielen Situationen zu trainieren, so dass sie in der betrieblichen Praxis die Verantwortung für entsprechende Projekte oder Funktionsbereiche übernehmen und zum Erfolg führen können.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	Keine
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, eigene Leistungsstärken und -schwächen in benachbarten Wissensgebieten zu erkennen. Sie können vorhandene betriebswirtschaftliche Kompetenzen auf Spa-Anlagen, Freizeitbäder und -anlagen übertragen. Sie hinterfragen ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, sich fachadäquat mit Betreibern von Spa-Anlagen, Freizeitbädern- und Anlagen und den Mitarbeitern aus anderen Berufsfeldern im Unternehmen (Masseur, Bademeister, Physiotherapeuten, Wellnesstrainern etc.) über Konzeption, Leistungserstellung und Besonderheiten von Entscheidungen zu führen. Sie können sich effektiv in eine Arbeitsgruppe einbringen und sind in der Lage, interdisziplinäre Arbeitsgruppen zielorientiert zu moderieren.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten. Sie sind sie in der Lage, ihre Kompetenzen bei den Problemstellungen der Branche anzuwenden und somit ganzheitlich sowie zielorientiert zu handeln.</p>

Lerneinheiten und Inhalte				
Lehr- und Lerneinheiten			Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Management von Spa-Anlagen, Freizeitbädern und Freizeitanlagen I		40	80
Begriffsabgrenzungen und Fachterminologie – Angebotsstrukturen und Betriebstypen – Nachfragestrukturen (Zielgruppen, Lebensstiltypisierungen, Konsumverhalten) – Grundsätze der Standortplanung - Infrastruktur: Ausstattung, Design - Kapazitätsplanung – Kostenplanung – Anwendung und Therapien im Spa				
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Management von Spa-Anlagen, Freizeitbädern und Freizeitanlagen II		40	80
Organisation – Personalmanagement – Marketing und Vertrieb – Qualitätsmanagement – Sicherheitsaspekte – Hygienevorschriften - rechtliche Grundlagen – Controlling – Spa-Praxis				

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Barth, R.: Der Wellness-Faktor: Modernes Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus. Mit dem Gütezeichen von Best Health Austria und Einführung in die Bewertungskriterien, Wien.
- Brittnner-Widmann, A. (2009): Zertifizierte Wellnesshotels und -orte in Deutschland: Eine Studie zur Verleihung von Gütesiegeln.- In: TourHP. Die Fachzeitschrift für die Tourismus- und Hotelleriepraxis, H. 3/2009, S. 36-42.
- Cohen, M.; Bodeker, G.: Understanding the global spa industry. Spa Management. Oxford.
- Crebbin-Bailey, J.: The Spa Book: The Official Guide to Spa Therapy (Hairdressing and Beauty Industry Authority).
- Geiger, A.: Unternehmen Wellness: Handbuch für Betriebe der Wellness und Medizinischen Wellness.
- Illing, K.-T.: Gesundheitstourismus und Spa-Management, München.
- Krczal, A.: Wellness und Produktentwicklung: Erfolgreiche Gesundheitsangebote im Tourismus, Berlin.
- Krimmel, L.: Die politische Dimension: Der Zweite Gesundheitsmarkt.- In: Streit, V.; Letter, M. (Hrsg.): Marketing für Arztpraxen: Individuelle Gesundheitsleistungen (IGel) organisieren, kalkulieren und verkaufen. Berlin, Heidelberg.
- Müller-Seitz, P.: Bäder-Management, München.
- Nahrstedt, W. (Hrsg.): Freizeit und Wellness: Gesundheitstourismus in Europa. Die neue Herausforderung für Kurorte, Tourismus und Gesundheitssysteme.- (= IFKA-Dokumentation, Band 21). Bielefeld, S. 53-77.
- Pechlaner, H; Bieger, T.; Weiermair, K.: Attraktions-Management. Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Wien: Linde.
- Pütz-Willems, M.; Richter, B.: Wellness + Wirtschaft - professionell und profitabel: Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten.
- Swarbrooke, J.: The Development and Management of Visitor Attractions. Amsterdam et al.: Elsevier.
- Wiesner, K.A.: Wellnessmanagement: Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Berlin.

Besonderheit

1.6 Modulbeschreibungen der Modulart: Profilmodule der Vertiefungsrichtungen

Modul: Grundlagen und Leistungsträger im Destinations- und Kurortemanagement I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen und Leistungsträger im Destinations- und Kurortemanagement I	deutsch	?	23.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Semester	Zulassung zum Studium	Lokales Profilmodul	_1_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Rollenspiele ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.		5
	davon Selbststudium	90 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Ziel dieses Moduls ist, den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für die beiden touristischen Leistungsträger „Destinationen“ sowie „Hotel- und Gastronomiebetriebe“ zu vermitteln, um das Wirkungsgefüge im Rahmen der Leistungserstellung des touristischen Produktes zu erkennen und zu verstehen. Hotels und Gastronomiebetriebe bilden einen Teil des touristischen Leistungsbündels von Destinationen. Das touristische Leistungsbündel setzt sich somit aus heterogenen, aber komplementären Leistungen zusammen. Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Typen und Organisationsstrukturen von Destinationen zu begreifen und als Wettbewerbseinheiten zu verstehen und sie als Unternehmen mit seinen entsprechenden Funktionen zu begreifen, ▪ Methoden zur Erfassung der Raumgrundlagen zur Inwertsetzung von Räumen für den Tourismus anzuwenden und dabei insbesondere die Besonderheiten gesundheitstouristischer Destinationen zu berücksichtigen, ▪ geographische, geomorphologische, klimatische Grundlagen als Voraussetzung zur Bildung von Angebotsstrukturen und Aktivitäten in Destinationen zu begreifen, ▪ relevante Kennzahlen zu erheben und zu berechnen und zu analysieren, ▪ Konzepte für die Zukunftsfähigkeit im Rahmen der nachhaltigen Entwicklung von Destinationen zu entwickeln und dabei ökologischen, ökonomischen und sozia-

	<ul style="list-style-type: none"> len Belangen der Stakeholder einer Destination Beachtung zu schenken sowie die Grundfunktionen der Leistungserstellung, die Umsatz- und Kostenstrukturen sowie aktuelle Entwicklungen von Hotel- und Gastronomiebetrieben als wichtige Leistungsträger in Destinationen zu verstehen, um das Zusammenspiel bei der Erstellung des touristischen Leistungsbündels für den Gast anwenden zu können.
Sozial-ethische Kompetenz:	Das Modul verhilft den Studierenden, sich die Sichtweise verschiedener Anspruchsgruppen bzw. Stakeholder einer Destination anzueignen, um die Vereinbarkeit von ökonomischen, ökologischen und sozialen sowie ethischen Belangen im gesamten Wirkungsgefüge einer Destination zu erkennen und kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, mittels der erlernten Methoden systematisch das Potenzial von Destinationen für deren touristische Inwertsetzung und Weiterentwicklung zu erheben und anzuwenden. Darüber hinaus verhelfen Gruppenarbeiten und Rollenspiele, die Argumentationsfähigkeit mittels der erlernten Fachterminologie sachlich und professionell anzuwenden, damit die Studierenden auch auf ihre Aufgaben als Moderatoren und Verantwortliche im Destinationsmanagement vorbereitet sind.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundlagen des Destinationsmanagements	36	54
Typisierung von Destinationen – Begriffsabgrenzungen – Geographische, geomorphologische sowie klimageographische Grundlagen für Destinationen – Raumgrundlagen des Tourismus (ursprüngliches und abgeleitetes Angebot) – Grundlagen und Besonderheiten von gesundheitstouristischen Destinationen (Heilbäder und Kurorte, Wellness-Destinationen) – Leistungserstellung in Destinationen – Organisationsstrukturen im Destinationsmanagement – Kennzahlen im Destinationsmanagement – Destinationen als Unternehmen bzw. Wettbewerbseinheiten – Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Destinationen			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen des Hotel- und Gastronomiemagements	24	36
Begriffsabgrenzungen und Bedeutung innerhalb der Tourismuswirtschaft – Betriebsarten und Betriebstypen sowie Betreiberkonzepte – Arten der Klassifizierung – Grundlagen Leistungen und Leistungserstellung in verschiedenen Betriebsarten – Umsatz- und Kostenstrukturen – Kalkulationsgrundlagen – aktuelle Branchenentwicklungen			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Berkold-Fakler, F.; Krumbholz, H.: Reisen in Deutschland: eine kleine Tourismusgeschichte, München, Wien: Oldenbourg. • Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg. • Boergen, C.; Gladow, C.; Noll, R. : Kommunales Tourismus-Management: Arbeitshandbuch, Wiesbaden: Kommunal- und Schul-Verlag. • Boniface, B.G.; Cooper, C.P.: Worldwide destinations: the geography of travel and tourism, Amsterdam, Boston u. a.: Butterworth-Heinemann. • Boniface, B.G.; Cooper, C.P.: Worldwide destinations casebook: the geography of travel and tourism, Amsterdam, Boston u. a.: Butterworth-Heinemann. • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Gardini, M.A. (Hrsg.): Mit der Marke zum Erfolg: Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Stuttgart: Matthaes. • Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Kozak, M.; Baloglu, S.: Managing and marketing tourist destinations: strategies to gain a competitive edge, New York u. a.: Routledge. • Luft, H.: Destination Management in Theorie und Praxis: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Gmeiner. • Müller, H.: Tourismus und Ökologie: Wechselwirkungen und Handlungsfelder, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit
keine

Modul: Grundlagen und Leistungsträger im Destinations- und Kurortemanagement II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen und Leistungsträger im Destinations- und Kurortemanagement II	deutsch	?	24.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	Zulassung zum Studium	lokales Profilmodul	_1_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Rollenspiele ▪ Präsentationen ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Ziel dieses Moduls ist, den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für die Leistungsträger Reiseveranstalter, Reisebüros und Verkehrsträger sowie destinations-ähnliche Betriebe und Freizeitbetriebe zu vermitteln, um das Wirkungsgefüge im Rahmen der Leistungserstellung des touristischen Produktes zu erkennen und zu verstehen. Auch Sie tragen – neben den im 1. Semester im Rahmen des Moduls Grundlagen und Leistungsträger im Destinations- und Kurortemanagement I behandelten Leistungsträgern „Destinations“ und „Hotel- und Gastronomiebetriebe“ zur Erstellung des touristischen Leistungsbündels bei. Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Aufgaben und Funktionsweise der Betrieben der Reiseveranstaltung und der Reisemittlung sowie sonstiger Betriebe des Reiseverkehrs, wie z.B. Flughäfen, sind die Studierenden zu verstehen und selbständig die Entwicklung und Struktur von Personenverkehrsbetrieben, Bahn, Bus, Flug und Schiff zu beurteilen, ▪ den Leistungseinkauf und die Produktion sowie die Kalkulation von Pauschalreisen und mit der Katalogproduktion und dem Vertrieb anzuwenden, ▪ die Grundfunktionen des Managements von destinationsähnlichen Erscheinungen/Freizeitbetrieben, z. B. in den Bereichen Investitionsplanung, Finanzierung und Preiskalkulation oder Organisation und Personal zu verstehen und ▪ die Leistungsträger in die Phasen der touristischen Leistungskette einzuordnen, um das Zusammenspiel mit den bereits erlernten Leistungsträgern „Destinations“ und „Hotel- und Gastronomiebetriebe“ (1. Semester) im Gesamtgefüge des touristischen Leistungsbündels zu begreifen.

Sozial-ethische Kompetenz:	Das Modul verhilft den Studierenden, sich die Sichtweise verschiedener Anspruchsgruppen bzw. Stakeholder anzuzeigen, um die Vereinbarkeit von ökonomischen, ökologischen und sozialen sowie ethischen Belangen im gesamten Wirkungsgefüge der Erstellung eines touristischen Leistungsbündels zu erkennen und kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, mittels der erlernten Methoden systematisch sowohl die Funktionen der einzelnen Leistungsträger als auch deren Zusammenspiel bei der Erstellung eines touristischen Leistungsbündels zu erkennen und anzuwenden. Darüber hinaus verhelfen Gruppenarbeiten und Rollenspiele, die Argumentationsfähigkeit mittels der erlernten Fachterminologie sachlich und professionell anzuwenden, damit die Studierenden auch auf ihre Aufgaben als Moderatoren und Verantwortliche im Destinationsmanagement vorbereitet sind.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundlagen des Reiseverkehrs- und Verkehrsträgermanagements	36	54
Entwicklung und Struktur der Betriebe der Reiseveranstaltung und der Reisemittlung sowie sonstiger Betriebe des Reiseverkehrs wie z.B. Flughäfen, Branchenstruktur – Entwicklung und Struktur von Personenverkehrsbetrieben, Bahn, Bus, Flug und Schiff, Beförderungsbedingungen und Linienverkehre – Leistungseinkauf und Produktion sowie Kalkulation von Pauschalreisen, Katalogproduktion und Vertrieb, Zielgebietsorganisation, steuerliche Besonderheiten – Besonderheiten von Geschäftsreisen und Reisetellen			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen des Managements von Freizeitbetrieben und destinationsähnlichen Erscheinungen	24	36
Entwicklung und Struktur der Freizeitanlagen- und Entertainmentwirtschaft – Betriebsübersicht über Freizeitparks und Großbetriebe des Winter- und Wassersports – Ressorts und Ressortentwicklung – Integrations- und Konvergenzerscheinungen und Übertragbarkeiten auf gewachsene Destinationen – Besonderheiten des Managements in destinationsähnlichen Unternehmen			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agricola, S.: Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager, München; Wien: Oldenbourg. ▪ Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München; Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Reisebüro-Management, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Kirstges, T.: Management von Tourismusunternehmen, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Reiseveranstaltung, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Opaschowski, H.W.; Pries, M.; Reinhardt, U.: Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft, Hamburg: Lit.

Besonderheit
keine

Modul: Rahmenbedingungen und Handlungsfelder im Destinations- und Kurortemanagement I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Rahmenbedingungen und Handlungsfelder im Destinations- und Kurortemanagement I	deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Semester	1. Studienjahr bestanden	Lokales Profilmodul	_1_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel dieses Moduls ist es, den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für Destinationsmarketing und Binnenmarketing zu vermitteln und die Methoden, insbesondere die der Marktforschung einzusetzen. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Marktforschungsmethoden im Rahmen des Marketing-Managements von Destinationen zu kennen und anzuwenden, • die Instrumente des Marketing-Mix auf Destinationen anzuwenden, • die Methoden und Instrumente des Binnenmarketings auf die Leistungsträger innerhalb der Destination anzuwenden, um einen einheitlichen Konsens der Vermarktung von Destinationen nach außen und nach innen herbeizuführen.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Insbesondere bezüglich des Binnenmarketings lernen die Studierenden die unterschiedlichen Anspruchsgruppen und ihre Absichten und Handlungsweisen zu verstehen, um verschiedene Werthaltungen zu erkennen und Lösungsvorschläge für Konfliktfelder zu finden. Destinationsmanager werden in ihrer Aufgabe als Mediatoren bzw. Moderatoren geschult.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, mit den erlernten Methoden und den Kenntnissen Fachdiskussionen zu führen und einzusetzende Methoden vorzuschlagen. Sie können die Fachterminologie sachlich und professionell anwenden und sind sicher im Umgang mit den Quellen, gerade in der Destinationsmarktforschung.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, Destinationsmarketing- und Binnenmarketingmaßnahmen zu diskutieren und umzusetzen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Destinationsmarketing	40	70
Wiederholung der Grundlagen des Marketings, Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings und des Tourismusmarketings – Besonderheiten des Destinationsmarketings und der -marktforschung, insbesondere gängige Marktforschungsmethoden und Möglichkeiten der Beschaffung von Marketinginformationen, Primär- und Sekundärforschung, Befragungsinstrumente, Stichprobenkonstruktion mit Auswertung und Interpretation – normatives, strategisches und taktisches Marketing sowie operatives Marketing (Marketing-Mix)		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Binnenmarketing	15	25
Begriffsbestimmung Binnenmarketing/Internal Relations – kommunikationspolitisches Instrument mit besonderer Bedeutung im Unternehmen Destination kennen lernen. Erkennen der verschiedenen Anspruchspartner bzw. Unternehmensbeteiligten im Unternehmen Destination und deren Führungs- und Partizipationsbedürfnisse – Anspruchsgruppen im Binnenmarketing in der Destination, Maßnahmen des Binnenmarketings – Best Practise Beispiele.		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Freyer, W.: Tourismusmarketing, München, Wien: Oldenbourg. • Gern, A.: Kommunales Abgaberecht, Band 1: Bundesrecht, Band 2: Landesrecht Baden-Württemberg, Stuttgart: Kohlhammer-Verlag. • Linkenbach, R.: Innenmarketing im Tourismus, Meßkirch: Armin Gmeiner. • Mundt, J.W.: Tourismuspolitik, München, Wien: Oldenbourg. • Roth, P.; Schrand, A.: Touristikmarketing, München: Vahlen. • Stober, R.: Kommunalrecht in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart: Kohlhammer.

Besonderheit
keine

Modul: Rahmenbedingungen und Handlungsfelder im Destinations- und Kurortemanagement II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Rahmenbedingungen und Handlungsfelder im Destinations- und Kurortemanagement II	deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	3. Semester bestanden	Lokales Profilmodul	_1_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben einen vertieften Einblick in Tourismuspolitik und Tourismusadministration auf verschiedenen Ebenen. Auch Verbandstrukturen und Aufgaben und Leistungen von Tourismusverbänden sind erkannt. Die Grundlagen der kommunalen Verfassung und der kommunalen Wirtschaft sind verstanden und die Studierenden sind nunmehr auch in der Lage kommunalpolitische Zusammenhänge besser zu erkennen. Die Kenntnisse der Finanzierungsmöglichkeiten und der Rechtsgrundlagen sind vorhanden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden können die unterschiedlichen tourismuspolitischen Ansätze verstehen. Sie haben die Kommunalwirtschaft als die subsidiäre Wirtschaftsmöglichkeit verstanden und gegenüber der Privatwirtschaft abgewogen. Die sozioökonomische Komponente der unterschiedlichen Möglichkeiten der Finanzierung im Destinationsmanagement sind erkannt und die Konsensfähigkeit wird dadurch gestärkt.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind nunmehr selbst in der Lage mittels der erlernten Kenntnisse und der Methoden Tourismuspolitik und Kommunalverfassung zu verstehen und wirtschaftliches Handeln in ihrem Fachbereich zu unterstützen. In Kenntnis der Rechtsgrundlagen und Finanzierungsmöglichkeiten können sie selbständig Voraussetzungen wie z. B. kommunale Satzungen veranlassen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, die erlernten Methoden selbständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Tourismuspolitik	11	19
Strukturen der Tourismuspolitik und Administration, Welttourismusorganisation (UNWTO), EU , Bund, Länder, Landkreise, Kommunen – Unterschiede und Vergleichbarkeit mit anderen Staaten – Bedeutung der Verbände und der Verbandstrukturen in Deutschland – Aufgaben und Leistungen der wichtigsten Tourismusverbände auf europäischer, Bundes- und Länderebene – Bauleitplanung und kommunales Planungsrecht als Instrument der Tourismuspolitik – Fördermöglichkeiten und Subventionierungsmöglichkeiten für Tourismusvorhaben an Fallbeispielen			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Kommunalverfassung und -wirtschaft	22	38
Allgemeines Kommunalrecht im Hinblick auf die Erfordernisse des Destinationsmanagements und im Hinblick auf die Erfordernisse der Entwicklung touristischer Betriebe – Kommunalverfassung und insbesondere kommunalwirtschaftliche Grundlagen mit typischen Rechtsformen für kommunale Betriebe wie Eigenbetriebe, Zweckverband und sonstige Rechtsformen des öffentlichen Rechts – Grenzen der wirtschaftlichen Betätigung der Gemeinden an Fallbeispielen – Einblicke in kameralistische Verfahren			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Rechtsgrundlagen und Finanzierung	22	38
Kennenlernen von Wirtschaftsplänen ausgewählter Organisationen von Destinationen, Entwicklung und Bedeutung von Landes- und Kommunalzuschüssen und ihre Voraussetzung – Satzungen zur Erhebung von Kurtaxen und Fremdenverkehrsbeitrag und Zweitwohnungssteuer, Kalkulation dieser Abgaben und Beiträge und Erstellung entsprechender Kommunalersatzungen – Ko-Finanzierung durch Mitgliederbeiträge in Abhängigkeit der gewählten Rechtsformen – Kommerzialisierungsmöglichkeiten der Leistungen von Organisationen der Destinationen gezeigt an ausgewählten Beispielen – Verknüpfung von Merchandising und Marketingkommunikation			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bochert, R.: Tourismuspolitik – Ordnungspolitik der Tourismuskärkte, Berlin: uni-edition. • Gern, A.: Kommunales Abgaberecht, Band 1: Bundesrecht, Band 2: Landesrecht Baden-Württemberg, Stuttgart: Kohlhammer. • Mundt, J.W.: Tourismuspolitik, München, Wien: Oldenbourg. • Stober, R.: Kommunalrecht in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart: Kohlhammer. • Sozialgesetzbücher 5, 6 und 9.

Besonderheit
keine

Modul: Vertiefung und Implementierung im Destinations- und Kurortemanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Vertiefung und Implementierung im Destinations- und Kurortemanagement	deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Brittner-Widmann/Prof. Dr. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	erfolgreich bestandenes 2. Studienjahr	Lokales Profilmodul	_2_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 180 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	270 Std.	ECTS-Punkte: 9
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	90 Std.	
	davon Selbststudium	180Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden können die Wirkung ihres eigenen Handelns beurteilen und aus Erfahrungen selbständig lernen. Sie sind fähig und bereit sich kontinuierlich weiter zu entwickeln, um den wechselnden Anforderungen gerecht zu werden. Mit dem deutlich vertieften Einblick in das Destinations- und Kurortemanagement und der eigenen Auseinandersetzung mit der Materie und im Rückblick auf die Praxisbestandteile und deren Einordnung wird die erwünschte Sachkompetenz erreicht.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden bringen sich engagiert in ein Team ein und können dieses Team leiten bzw. die Gruppenleitung anerkennen. Sie sind sensibilisiert Probleme aus dem vielfältigen Unternehmen Destination aus den unterschiedlichen Perspektiven der verschiedenen Anspruchsgruppen zu sehen und zu bearbeiten. Sie sind diskussionsfähig und bestrebt kritische Kommentare über eigene Ansätze einzuholen und zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage komplexe Probleme des Destinations- und Kurortemanagements situationsgerecht zu erfassen und gezielte Managementmaßnahmen einzuleiten. Sie können Unternehmenskonzepte und Analysen für städtetouristische und freizeittouristische Destinationen bzw. Gesundheitsdestinationen erstellen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erwerben eine umfassende Handlungskompetenz für das Stadt- und Regionalmanagement und –marketing bzw. in gesundheitstouristischen Destinationen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1)	Destinations- und Kurortemanagement I	50	100
<p>1a) Stadt- und Regionalmanagement und Marketing <i>(nur für Studierende aus Betrieben, die nicht Kurort- und Rehabilitationsbetrieben zuzuordnen sind)</i></p> <p>Marketingprozesse für Destinationen unter besonderer Berücksichtigung des sogenannten Binnenmarketings – Stadt- und Regionalmarketing als ganzheitlicher Ansatz mit Vertiefung zu Leitbilddiskussion und Leitbilderstellung – Alternative Modelle im Destinationsmanagement und in der Finanzierung, z. B. Destination Management Companies – Funktionsweisen und Leistungserstellung von Incomingagenturen, Local Operators, Zielgebietsagenturen</p> <p>1b) Kurort- und Rehabilitationsbetriebsmanagement <i>(nur für Studierende mit Ausbildungsbetrieben in diesem Bereich)</i></p> <p>Medizinische und physikalische Grundlagen der von Kurorte- und Rehabilitationsunternehmen mit Überblick über das Arzneimittelrecht auch im Hinblick auf erfolgreiche Mitbewerberländer. Grundlagen der Rehabilitationsmedizin – Rechtsgrundlagen von Kur und Rehabilitation, insbesondere die Sozialgesetzgebung in den Büchern 5, 6 und 9 – Vertiefte Kenntnisse von Management und Marketing in Rehabilitationskliniken mit Beispielen von Kosten- und Leistungsrechnung – Vertiefung der Kenntnisse im Kurmittelmanagement, insbesondere auch im Hinblick auf die staatliche Anerkennung – Erfolgsfaktoren – Benchmarking im Management von sonstigen Anlagen des Kurtaxbereiches wie Kurhäuser, Terrain-Pfade u. ä.</p>			
(Lehr- und Lerneinheit 2)	Destinations- und Kurortemanagement II	40	80
<p>Wiederholung und Vertiefung zu Fragen von Organisation, Rechtsformen, Finanzierung und Personal – Entscheidungsgrundlagen für das Destinationsmanagement – Marketing in und von Destinationen unter besonderer Berücksichtigung des Binnenmarketings – Besonderheiten des Stadt- und Regionalmarketings – Tourismuspolitische Einordnung, Kooperationen und Verbände – Destinationswertschöpfungsrechnung – Beispiele für Kosten- und Leistungsrechnung in verschiedenen Betrieben des Destinations- und Kurortemanagements</p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg. • Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München, Wien: Oldenbourg. • Landgrebe, S., Schnell, P.: Städtetourismus, München, Wien: Oldenbourg. • Linkenbach, R.: Innenmarketing im Tourismus, Meßkirch: Armin Gmeiner. • Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner.

Besonderheit
Im 5. Semester wird der Kurs für etwa 35 Unterrichtseinheiten geteilt, um den besonderen und spezifischen Anforderung des Kurort- und Rehabilitationsbetriebsmanagements auf der einen Seite wie auch des Stadt- und Regionalmanagements und -marketings auf der anderen Seite gerecht zu werden.

Modul: Grundlagen und Leistungsträger der Freizeitwirtschaft I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen und Leistungsträger der Freizeitwirtschaft I	deutsch	xxx	21.03.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Semester	keine	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium ▪ Exkursion 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, das System Freizeit und Tourismus in seiner Ganzheit zu erfassen und zu analysieren. Die Studierenden kennen die historische Entwicklung des Freizeitverhaltens und sind mit Definitionen sowie mit den Tourismusarten und Tourismusformen und den Subsystemen des Systems Freizeit und Tourismus vertraut. Sie können die Struktur der Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Mitteleuropa erkennen. Auch mit den Betrieben der Reiseveranstaltung und der Reisemittlung sowie sonstiger Betriebe des Reiseverkehrs, wie z.B. Flughäfen, sind die Studierenden nunmehr vertraut und sie können selbständig Entwicklung und Struktur von Personenverkehrsbetrieben, Bahn, Bus, Flug und Schiff beurteilen. Mit dem Leistungseinkauf und der Produktion sowie der Kalkulation von Pauschalreisen und mit der Katalogproduktion und dem Vertrieb sind sie soweit vertraut, dass sie beispielsweise als Freizeitanlagenmanager Zuarbeit leisten können.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche, ökonomische und umweltbezogene Auswirkungen des Freizeitverhaltens kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, den Austausch des Systems Freizeit und Tourismus mit anderen Systemen zu erkennen und sie kennen die Rolle und das Zusammenwirken der Subsysteme.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind nach diesem umfassenden Modul, welches auch diskussionsartig abgehalten wird, in der Lage, ihre eigene Meinung verständlich auszudrücken und Zusammenhänge zu erkennen und auch in der Gruppe zu diskutieren.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Einführung in die Freizeitwissenschaft	36	54
Einführung in das Begriffsfeld Freizeit, Freizeitverhalten - Freizeitkonsum - Überblick über den Freizeitmarkt, Integrierte Geschäftsmodelle der Freizeitwirtschaft - Entwicklung klassischer Orte des Freizeitkonsums zu neuen Erlebniswelten - Freizeitwohnen mobil und stationär - Freizeitsportaktivitäten und deren Wechselwirkungen mit der Umwelt - Kunst und Kultur, Brauchtum und Volksfeste als Freizeitaktivität			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen des Reiseverkehrsmanagements	24	36
Entwicklung und Struktur der Betriebe der Reiseveranstaltung und der Reisemittlung sowie sonstiger Betriebe des Reiseverkehrs wie z.B. Flughäfen, Branchenstruktur – Entwicklung und Struktur von Personenverkehrsbetrieben, Bahn, Bus, Flug und Schiff, Beförderungsbedingungen und Linienverkehre – Leistungseinkauf und Produktion sowie Kalkulation von Pauschalreisen, Katalogproduktion und Vertrieb, Zielgebietsorganisation, steuerliche Besonderheiten – Besonderheiten von Geschäftsreisen und Reisestellen			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agricola, S.: Freizeit: Grundlagen für Planer und Manager, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Reisebüro-Management, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Kirstges, T.: Management von Tourismusunternehmen, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Reiseveranstaltung, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Opaschowski, H.W.; Pries, M.; Reinhardt, U.: Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft, Hamburg: Lit Verlag. ▪ Page, S.J.; Connell, J.: Tourism. A Modern Synthesis, Andover: Cengage. 	

Besonderheit

Modul: Grundlagen und Leistungsträger der Freizeitwirtschaft II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen und Leistungsträger der Freizeitwirtschaft II	deutsch	xxx	21.03.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	keine	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, das System Freizeit und Tourismus in seiner Ganzheit zu erfassen und zu analysieren. In besonderer Weise sind sie mit den Grundlagen der Hotellerie und Gastronomie und mit den Grundlagen des Destinationsmanagements vertraut gemacht worden. Sie haben die wesentlichen Raumgrundlagen, welche zu den unterschiedlichen Ausprägungen des Freizeit- und Tourismusangebotes sowie der räumlichen Nachfrageverteilung führt, kennengelernt.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche, ökonomische und umweltbezogene Auswirkungen des Freizeitverhaltens kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, den Austausch mit anderen Systemen zu erkennen und sie kennen die Rolle und das Zusammenwirken der Subsysteme.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind nach diesem umfassenden Modul, welches auch diskussionsartig abgehalten wird, in der Lage, ihre eigene Meinung verständlich auszudrücken und Zusammenhänge zu erkennen und auch in der Gruppe zu diskutieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Destinationsmanagement und Raumgrundlagen	24	36
Physisch-geographische und kulturgeographische Raumgrundlagen - Einführung zum Destinationsmanagement - Grundlagen für Entscheidungen im Destinationsmanagement - Finanzierung im Destinationsmanagement - Marketingkonzeption für eine Destination- Rechtsformwahl für die Organisation der Destination - Produktgestaltung in Destinationen - Kooperationen und Spitzenverbände		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Grundlagen des Hotel- und Gastronomiemanagements	36	54
Begriffsabgrenzungen und Bedeutung innerhalb der Tourismuswirtschaft – Betriebsarten und Betriebstypen sowie Betreiberkonzepte – Verschiedene Arten der Klassifizierung – Grundlagen der Leistungserstellung in verschiedenen Betriebsarten – Umsatz- und Kostenstrukturen, Kalkulationsgrundlagen – Aktuelle Branchenentwicklungen		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bieger, T.: Management von Destinationen, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Boergen, C.; Gladow, C.; Noll, R.: Kommunales Tourismus-Management, Wiesbaden: Kommunal- und Schulverlag. ▪ Eisenstein, B.: Grundlagen des Destinationsmanagements, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Luft, H.: Destination Management in Theorie und Praxis: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Gmeiner.

Besonderheit

Modul: Rahmenbedingungen und Handlungsfelder der Freizeitwirtschaft I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Rahmenbedingungen und Handlungsfelder der Freizeitwirtschaft I	deutsch	xxx	21.03.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Semester	Keine	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	5
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen und technische Aspekte des Anlagenmanagements und des Umweltmanagements zu verstehen und auf unterschiedliche Betriebsformen zu transferieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden wissen um die gesellschaftliche Verantwortung, Umweltmanagement in Freizeitanlagen zu betreiben und sind in der Lage, im Rahmen eines ganzheitlichen Anlagenmanagements besonders sicherheitstechnischen Aspekten einen gebührenden Stellenwert zuzuordnen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden werden mit den Besonderheiten des Managements in Freizeitanlagen vertraut gemacht. Die Studierenden können nun verschiedene Sichtweisen antizipieren und sich in den Funktionsfeldern Anlagenmanagement und Umweltmanagement effektiv und den Konventionen der Branche entsprechend ausdrücken. Sie können eigene Kriterien und Meinungen entwickeln und mit dem Spezialwissen eigene Kompetenzen aufbauen und umsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind nach diesem Modul in der Lage, Umweltmanagementsysteme in ihrem betrieblichen Umfeld zu implementieren, erste Managementfunktionen in Freizeitanlagen auszuüben und technische Aspekte aus Managementsicht zu bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundlagen und technische Aspekte des Anlagenmanagements	33	57
Investitionsplanung - Preiskalkulation - Muster Ergebnisvorschau - Balanced Scorecard für Freizeitanlagen - Human Ressource Management - Finanzmanagement - Operations Management - Sicherheitsvorschriften, -richtlinien, -normen, - Kontrollorgane und Abnahmen - Sicherheitsaufgaben des Herstellers/Konstrukteurs - Sicherheitsaufgaben des Betreibers - Technische Aspekte und Wirtschaftlichkeit - Grenzen der Technik im Freizeitbetrieb			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Umweltmanagement	22	38
Einführung in das Umweltmanagement - Aufbau von Umweltmanagementsystemen - Normenreihe 14001 und EMAS - Rechtliche Anforderungen im Umweltbereich / Gefährdungsanalysen - Umweltbilanzierungen – Ökoaudit			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bank, M.: Basiswissen Umwelttechnik, Würzburg: Vogel. ▪ Bundesumweltministerium; Umweltbundesamt: Handbuch Umweltcontrolling, München: Vahlen. ▪ DIN Deutsches Institut für Normung e.V.: Qualitätsmanagement – Statistik – Umweltmanagement, Anwendungshilfen und Normensammlungen, Teil D Normensammlung Umweltmanagement. Berlin, Wien, Zürich: Beuth. ▪ Heck; Bemmann, Praxishandbuch Stoffstrommanagement, Birkenfeld: Fachverlag Deutscher Wirtschaftsdienst. ▪ Pechlaner, H; Bieger, T.; Weiermair, K.: Attraktions-Management. Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Wien: Linde. ▪ Swarbrooke, J.: The Development and Management of Visitor Attractions. Amsterdam et al.: Elsevier. 	

Besonderheit

Modul: Rahmenbedingungen und Handlungsfelder der Freizeitwirtschaft II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Rahmenbedingungen und Handlungsfelder der Freizeitwirtschaft II	deutsch	xxx	21.03.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	Keine	Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, Marketingkonzepte für Freizeitbetriebe zu erstellen und auf unterschiedliche Betriebsformen zu transferieren. Weiterhin erlangen die Studierenden die Fähigkeit, Dienstleistungsqualität im Betrieb systematisch zu analysieren und im Rahmen eines Qualitätsmanagementprozesses kontinuierlich zu verbessern. Im Rahmen des Public Relation Managements lernen sie die Bausteine einer erfolgreichen Unternehmenskommunikation kennen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden werden sich über die besondere Verantwortung von Führungskräften in der Freizeitbranche hinsichtlich Produktsicherheitsaspekten bewusst.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden werden mit den Besonderheiten des Managements in Freizeitanlagen vertraut gemacht. Die Studierenden können nun verschiedene Sichtweisen antizipieren und sich in den Funktionsfeldern Marketingmanagement, Qualitätsmanagement und Public Relations Management effektiv und den Konventionen der Branche entsprechend ausdrücken. Sie können eigene Kriterien und Meinungen entwickeln und mit dem Spezialwissen eigene Kompetenzen aufbauen und umsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind nach diesem Modul in der Lage, an Marketingkonzepten in ihrem betrieblichen Umfeld mit zu arbeiten, Qualitätsmanagementsysteme in Freizeitanlagen zu implementieren und Aufgaben im Bereich des Public Relations Managements zu übernehmen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Marketingkonzepte für Freizeitbetriebe	22	38
Marketingkonzeption - Strategische Marketingplanung - Implementierung von Marketingstrategien - Marketinginstrumente und -maßnahmen		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Qualitätsmanagement	11	19
Grundlagen der Dienstleistungsqualität - 5-Lücken-Modell der Servicequalität - Qualitätsmanagement-Ansätze - Qualitätsleitbilder - Serviceketten – Beschwerdemanagement		
(Lehr- und Lerneinheit 3): Public Relations Management	22	38
Grundlagen von Public Relations - Aufgabenbereiche und Ziele - Zielgruppen und Kommunikationskanäle - Instrumente der PR und deren Einsatz - Non-Profit-PR und Lobbying, Public Affairs - Konfliktfelder und Krisen-PR - PR im Wandel der Zeit		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deg, R.: Basiswissen Public Relations: Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden: VS-Verlag. ▪ DEHOGA Akademie u.a. (Hrsg.): ServiceQualität in Deutschland. Stufe I: Ausbildung zum Qualitätscoach, Selbstverlag. ▪ Faulstich, W.: Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit, Stuttgart: UTB. ▪ Pechlaner, H; Bieger, Th.; Weiermair, K.: Attraktions-Management. Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Wien: Linde. ▪ Röttger, U.: Theorien der Public Relations, Wiesbaden: VS Verlag. ▪ Swarbrooke, J.: The Development and Management of Visitor Attractions, Amsterdam et al.: Elsevier. ▪ Zollondz, H.D.: Grundlagen Qualitätsmanagement. Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, München, Wien. Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Integriertes Freizeitmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Integriertes Freizeitmanagement	deutsch	xxx	21.03.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	keine	Pflichtmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Selbststudium ▪ Übungen ▪ Gruppenarbeiten ▪ Fallstudien ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 180 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	270 Std.	ECTS-Punkte: 9
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	90 Std.	
	davon Selbststudium	180 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind mit verschiedenen Ansätzen des Freizeitmanagements und der Planung von unterschiedlich strukturierten Freizeitanlagen vertraut und können dieses Wissen mit Ansätzen der empirischen Freizeitforschung verknüpfen. Sie haben sich mit den maßgeblichen Einflussfaktoren auf den Erfolg von Freizeitunternehmungen auseinandergesetzt und sind in der Lage anhand von Fallstudien Freizeitmanagement-bezogene Probleme zu analysieren, in ihrer sachlich-inhaltlichen wie sozial-motivationalen Vernetzung zu verstehen, ergebnisorientiert aufzubereiten und Lösungsstrategien selbstständig zu entwickeln.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben ein Gefühl für die vielschichtigen und komplexen Probleme im Freizeitmanagement und der Freizeitanlagenplanung entwickelt und können konstruktiv mit diesen Situationen umgehen. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage die Gruppenleitung zu übernehmen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten und empirisch überprüften Argumentation zu begründen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden werden mit den Besonderheiten des Managements in Freizeitanlagen und der Freizeitanlagenplanung vertraut gemacht. Sie können eigene Kriterien und Meinungen entwickeln und mit dem Spezialwissen eigene Kompetenzen im Bereich des integrierten Freizeitmanagements aufbauen und umsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind nach diesem Modul in der Lage, die unterschiedlichen Arten von Freizeitanlagen detailliert zu analysieren, entsprechende Herausforderungen an das Management dieser Freizeitanlagen zu erkennen und an Freizeitplanungsprozessen verantwortungsvoll mitzuwirken.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Integriertes Freizeitmanagement I	50	99
Innerbetriebliche Organisation in Themenparks - Freizeitgastronomie - Planung und Imagineering von Themenparks - Geschichte der Thematisierung - Geschichtssinszenierung - Attraktionskonzeption - Planungsschritte bei neuen Projekten		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Integriertes Freizeitmanagement II	40	81
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Trends des Freizeitmanagements wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Clavé, A.S.: The Global Theme Park Industry, Cambridge: CABI. ▪ Bieger, T.; Laesser, C.: Attraktionspunkte. Multioptionale Erlebniswelten für wettbewerbsfähige Standorte, Bern: Haupt. ▪ Pechlaner, H; Bieger, T.; Weiermair, K.: Attraktions-Management. Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Wien: Linde. ▪ Steinecke, A.: Themenwelten im Tourismus. Marktstrukturen, Marketingmanagement, Trends, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Swarbrooke, J.: The Development and Management of Visitor Attractions, Amsterdam et al.: Elsevier.

Besonderheit

Modul: Leistungserstellung (Operations) Gastronomie

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Leistungserstellung (Operations) Gastronomie	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Semester	keine	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Diskussionen ▪ Fallstudien ▪ Fachpraktische Übungen ▪ Simulation ▪ Selbststudium ▪ Exkursion 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5 ECTS
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden über ein breites und integriertes Wissen auf dem Gebiet der gastronomischen Leistungserstellung (Operations), d. h. des gesamten Food- und Beverage-Bereichs. Sie sind in der Lage, aktuelle Forschungen und Entwicklungen der Nahrungsmittel- und Getränkebranche sowie der operativen Leistungserstellung zu erläutern und in ihre Gestaltungsempfehlungen einzubeziehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die verschiedenen Produkte des Food- und Beverage-Bereichs erläutern, vergleichen und klassifizieren. • Ferner verfügen sie über aktuelle ernährungswissenschaftliche Kenntnisse und können wissenschaftlich fundierte Urteile zur Ernährungslehre ableiten. • Die Studierenden sind in der Lage, Servicestandards und -prozesse zu beschreiben und kritisch zu analysieren. • Sie können verschiedene Arbeitstechniken sowohl im Service- als auch Küchenbereich anwenden und den operativen Leistungserstellungsprozess der Gastronomie und des Caterings von Großveranstaltungen kriterienbasiert bewerten.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die operativen Prozesse der gastronomischen Leistungserstellung hinsichtlich ihres Risikopotenzials für interne und externe Personengruppen kritisch zu reflektieren und sind sich der Bedeutung der Einhaltung von Sicherheitsvorschriften und Hygienestandards bewusst. Zusätzlich sind sie in der Lage, wissenschaftlich fundierte Ernährungsempfehlungen für die Gäste abzuleiten und zu gesellschaftliche Ernährungstrends fundiert Stellung zu beziehen.</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben sich selbst durch die kritische Auseinandersetzung mit den operativen Fragestellungen des Food- und Beverage-Bereichs so weiterentwickelt, dass sie sich selbständig weiteres Wissen aneignen und gastronomiespezifische Sachverhalte fachadäquat reflektieren können. Sie sind in der Lage, sich mit Fachvertretern und Laien über die Nahrungsmittel- und Getränkemarkt sowie Leistungserstellungsprozesse fundiert auszutauschen und Gäste zielgerichtet zu beraten. Ferner sind sie fähig und bereit, nachzufragen, wenn sie etwas nicht verstanden haben und im operativen Leistungserstellungsprozess teamfähig und belastbar. Sie können sicher gegenüber dem Kunden und in den Vorlesungen auftreten sowie präsentieren und sind bereit, sorgfältig und zuverlässig mitzuarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden können sich schnell in neue Arbeitssituationen der Leistungserstellung (Operations) in der Gastronomie einarbeiten und selbständig Problemlösungen für diesen Bereich erarbeiten und bewerten. Sie sind in der Lage ihr erlerntes Wissen der Nahrungsmittel- und Getränkemarkt sowie der gastronomischen Leistungserstellung, in verschiedenen Prozessen im Unternehmen anzuwenden und weiterzuentwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Food and Beverages: Nahrungsmittel- und Getränkemarkt	30	45
Nahrungsmittelkomponenten – Nährstoffe und Wirksubstanzen (insbesondere Kohlenhydrate, Proteine, Fette, Vitamine) – besondere Ernährungsformen (Vollwertkost, vegetarische Kost) – Getränkemarkt: alkoholfreie Getränke, Bier, deutscher Wein, Schaumwein, Sekt/Champagner, ausländischer Wein, Spirituosen und Südweine – Menükunde: Speisekarten und Menükarten Gestaltung – Vertiefung Weinkunde: Herstellungsverfahren, Weinbaugebiete, Rebsorten, gustatorische Wahrnehmung und Beschreibung, korrespondierende Speisen – Konsumtrends und aktuelle Entwicklungen des Food- & Beverage-Angebots			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Food and Beverages: Leistungserstellung	30	45
Küchengeräte und -technologien – Hygienestandards (HACCP) – Lebensmittelverarbeitung und -zubereitung (Schnitttechniken, Garmethoden) – Serviermethoden – Servierarten – Tragetechniken – Vorlegetechniken – Eindecken verschiedener Menüfolgen – Gästebetreuung – Besonderheiten beim Catering von Großveranstaltungen – aktuelle Entwicklungen der Küchentechnologien, Servicetechnologien und Servicestandards			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Brockhaus (Hrsg.): Der Brockhaus Wein: Rebsorten, Degustation, Weinbau, Kellertechnik, internationale Anbauggebiete, Mannheim, Leipzig: Brockhaus. • Brockhaus (Hrsg.): Der Brockhaus, Ernährung: gesund essen, bewusst leben, Mannheim, Leipzig: Brockhaus. • Dippel, H.: Das Weinlexikon. Frankfurt: Fischer. • Dumont, C.: Kulinarisches Lexikon. Kochkunst, Lebensmittel, Länderküche, Näherwerte, Ostfildern: Hallweg. • Gutmayer, W. et al.: Service – Die Meisterklasse, Linz, Trauner. • Gutmayer, W.; Stickler, H.; Lenger, H.: Service – Die Getränke, Linz: Trauner. • Gutmayer, W.; Stickler, H.; Lenger, H.: Service – Die Grundlagen, Linz: Trauner. • Jakob, L. (Hrsg.): Der Wein. Stuttgart: Ulmer. • Kofrányi, E.; Wirths, W.: Einführung in die Ernährungslehre, Neustadt. Umschau. • Müller, M.; Rachfahl, G. (Hrsg.): Das grosse Lexikon der Hotellerie und Gastronomie. Hamburg: Behr's. • Oetker, A.: Dr. Oetker Lebensmittel Lexikon, Bielefeld: Dr. Oetker. • Pollmer, U.; Warmuth, S.: Lexikon der populären Ernährungsirrtümer, München: Piper. • Rehner, G.; Daniel, H.: Biochemie der Ernährung, Heidelberg: Spektrum. • Robuchon, J. (Hrsg.): Le grand Larousse gastronomique, Paris: Larousse. • Schlieper, C.A.: Grundfragen der Ernährung, Hamburg: Handwerk und Technik.

Besonderheit

Modul: Leistungserstellung (Operations) Hotellerie

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Leistungserstellung (Operations) Hotellerie	Deutsch	?	28.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	Leistungserstellung (Operations) Gastronomie	(2) Pflichtmodul (3) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Übungen ▪ Diskussionen ▪ Referate ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.		5
	davon Selbststudium	90 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden über ein breites und integriertes Wissen auf dem Gebiet der Leistungserstellung (Operations) von Hotelunternehmen unter besonderer Berücksichtigung des Qualitätsmanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, die Hotelbranche in ihrer Ganzheit zu erfassen, einzuordnen, abzugrenzen und zu analysieren. Sie können Klassifizierungen und branchenspezifische Betreiberformen (insbesondere Pacht, Managementverträge, Franchise) aufzeigen und systematisch bewerten. • Sie sind in der Lage, die Geschäfts- und insbesondere Leistungserstellungsprozesse, Standards und Organisationsformen eines Hotelunternehmens zu erarbeiten, in Beziehung zu setzen und kritisch zu analysieren. • Sie können Methoden, Modelle, Systeme und zentrale Erfolgsfaktoren des Qualitätsmanagements der Hotellerie zusammenstellen und kritisch bewerten.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden können die Wirkung ihres eigenen Handelns auf die Leistungserstellung in der Hotellerie und insbesondere auf die Qualität erkennen und beurteilen. Sie können Vorurteile hinterfragen und eigene Kriterien und Meinungen entwickeln. Zusätzlich sind sie in der Lage, Trends und Entwicklungen der Hotelbranche zu erkennen und deren Auswirkungen auf die einzelne Hotelunternehmung zu beurteilen. Die Studierenden sind bereit, sich zu engagieren und Verantwortung für Präsentationen und eigene Ergebnisse zu übernehmen.</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden können zur Beantwortung grundlegender Fragestellungen der Leistungserstellung in der Hotellerie in kleinen Teams zusammenarbeiten und erlangen hierdurch die Fähigkeit, verschiedene Rollen in einer Gruppe zu übernehmen. Dabei ist ihnen bewusst, dass Einsatz und Kooperationskompetenz für eine effiziente und effektive Aufgabenbewältigung im Team essentiell sind. Sie entwickeln ihre Kommunikations- und Konfliktfähigkeit weiter und sind bereit, sich mit anderen konstruktiv auseinander zu setzen und eigene Standpunkte und Lösungskonzepte kritisch zu reflektieren. Die Studierenden erkennen Kritik als Chance zur Verbesserung der eigenen Kompetenzen und der Qualität. Sie sind in der Lage, Ergebnisse strukturiert unter Einbeziehung passender Methoden und Medien im Kurs zu präsentieren und zu diskutieren. Dabei sind sie offen für andere Meinungen und Anregungen und können ihre eigenen Urteile kritisch hinterfragen und sich dadurch kontinuierlich weiterentwickeln.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig, mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur, Studieninhalte der Leistungserstellung in der Hotellerie im Team zu erarbeiten. Sie sind in der Lage, erste wissenschaftliche Recherchen zu betreiben und lernen die verschiedenen hochschulinternen wie auch externen Informationsressourcen der Branche kennen und umfassend zu nutzen. Sie können mit anderen Kommilitonen effizient und effektiv zusammenarbeiten und sind in der Lage, die erarbeiteten Ergebnisse anschaulich und strukturiert zu präsentieren.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Leistungserstellung Hotellerie	36	54
Einordnung des Gastgewerbes – Betriebsarten und Betriebstypen – Klassifizierungen und Zertifizierungen der Hotellerie und Parahotellerie – Geschichte und aktuelle Marktentwicklungen – funktionelle Entkoppelung – Betreiberformen (Eigentümergebetriebe, Pacht- und Managementverträge) – horizontale und vertikale Formen der Zusammenarbeit – Aufbauorganisation von Hotelbetrieben– Geschäfts- und Leistungserstellungsprozesse der Hotellerie: Küche, Service, Front Office, Housekeeping, Technik/Instandhaltung (Maintenance), Administration – aktuelle Fragestellungen			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Qualitätsmanagement Hotellerie	24	36
Begriffsklärung – Qualität von Dienstleistungen – Erklärungsansätze der Qualität – Qualitätsmodelle – Qualitätsmanagementmodelle/-systeme und deren Zertifizierungen für die Hotellerie – Total Quality Management (TQM) in der Hotellerie – zentrale Erfolgsfaktoren des Qualitätsmanagements in der Hotellerie			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Barrows, C.; Powers, T.: Introduction to Management in the Hospitality Industry, New York: John Wiley & Sons. • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Gardini, M.A.: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb – Hotelimmobilie, München: Oldenbourg. • Geiger, W.; Kotte, W.: Handbuch Qualität, Grundlagen und Elemente des Qualitätsmanagements: Systeme - Perspektiven, Wiesbaden: Vieweg. • Häussler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Henschel, U.K.: Hotelmanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Malorny, C.: TQM umsetzen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Masing, W. (Hrsg.): Handbuch Qualitätsmanagement, München: Hanser. • Müller, M.; Rachfahl, G. (Hrsg.): Das große Lexikon der Hotellerie und Gastronomie, Hamburg: Behr's. • Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv. • Seitz, G.: Hotelmanagement, Berlin u.a.: Springer. • Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Qualitätsmanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Zollondz, H.-D.: Grundlagen Qualitätsmanagement, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Operatives Management in der Hotellerie und Gastronomie I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Operatives Management in der Hotellerie und Gastronomie I	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Semester	Leistungserstellung (Operations) Hotellerie	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Übungen ▪ Diskussion ▪ Fallstudien ▪ Gruppenarbeiten ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.		5
	davon Selbststudium	95 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden vertiefen ihre allgemeinen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung, des Marketings und der Finanzierung für die besonderen Belange der Hotellerie und Gastronomie. Sie erweitern ihre bisher in diesen ersten operativen Managementgebieten erworbenen Kompetenzen branchenspezifisch und sind in der Lage, allgemeines betriebswirtschaftliches Wissen auf die Bedürfnisse der Hotellerie und Gastronomie zu transferieren und situationsgerecht anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden besitzen ein auf die Besonderheiten der Hotellerie und Gastronomie spezialisiertes Fachwissen der Kosten- und Leistungsrechnung, d. h. sie verfügen über spezifische Kenntnisse der Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung im Gastgewerbe, sie können Betriebsergebnisse der Hotellerie und Gastronomie bestimmen, analysieren und kritisch beurteilen sowie die Kalkulation und Preisfindung von Beherbergungs- und gastronomischen Leistungen durchführen und beurteilen. • Im Bereich des Marketings adaptieren die Studierenden die marketingpolitischen Instrumente auf die Spezifika der Hotellerie und Gastronomie. Sie erwerben die Fähigkeit sowohl auf normativer, strategischer wie auch operativer Ebene Marketingmaßnahmen und -konzeptionen für das Gastgewerbe zu erstellen und kritisch zu vergleichen. • Die Studierenden verfügen über detailliertes Fachwissen der Finanzierung für das Gastgewerbe. Sie kennen die branchenspezifischen Problembereiche der Finanzierung und sind fähig, adäquate Finanzierungskonzepte für das Gastgewerbe zu entwickeln, zu bewerten, argumentativ zu begründen und zu verteidigen.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden entwickeln ein umfassendes Verständnis für die Wirkung kostenrechnerischer und finanzwirtschaftlicher Entscheidungen und sind sich derer unternehmensinternen und gesellschaftlichen Konsequenzen bewusst. Ebenso können sie die Bedeutung marketingpolitischer Entscheidungen unter Beachtung verschiedener Perspektiven</p>

	kritisch reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden erkennen, dass sie auf dem Gebiet des operativen Managements I (der Kosten- und Leistungsrechnung, des Marketings und der Finanzierung) kontinuierlich lernen müssen, da sich wissenschaftliche Kenntnisse und Anforderungen der Märkte permanent verändern. Sie können verschiedene Sichtweisen bei der Beurteilung kostenrechnerischer, finanzwirtschaftlicher und marketingpolitischer Fragestellungen antizipieren und fundiert beurteilen. Sie können sich zu Fragestellungen der Kosten- und Leistungsrechnung, des Marketings und der Finanzwirtschaft sowohl mit Laien als auch mit Fachexperten fachlich fundiert und verständlich austauschen und insbesondere gegenüber Finanzinvestoren überzeugend auftreten.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind mit Abschluss dieses Moduls fähig und motiviert, ihre umfassenden hotel- und gastronomiespezifischen Kenntnisse des operativen Managements I (der Kosten- und Leistungsrechnung, des Marketings und der Finanzierung) bei spezifischen Fragestellungen von Hotel- und Gastronomiebetrieben anzuwenden. Sie sind in der Lage, hier eigene Gestaltungs- und Handlungsempfehlungen systematisch abzuleiten, kompetent zu vertreten und fundiert zu beurteilen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Kosten- und Leistungsrechnung in Hotellerie und Gastronomie	25	43
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung in Hotellerie und Gastronomie (Aufbau, Besonderheiten, Standardkontenrahmen SKR 70) – Aufgaben, Zusammenhänge und besondere Ausprägungen der Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung in Hotellerie und Gastronomie – Nähere Betrachtung der Kostenstellenrechnung im Gastgewerbe – Analyse der Betriebsergebnisrechnung (Betriebsergebnis I, II und III; The Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI)) – Break-even-Analysen – Kalkulation und Preisfindung von gastronomischen Leistungen unter besonderer Berücksichtigung der Kostenstruktur – Kalkulation und Preisfindung von Beherbergungsleistungen unter besonderer Berücksichtigung der Kostenstruktur			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Marketing in Hotellerie und Gastronomie	20	35
Bedeutung des Marketings für die Hotellerie und Gastronomie – Überblick zu den Phasen des Marketings im Gastgewerbe: Situationsanalyse, Formulierung von Zielen und Leitbildern, Strategie- und Maßnahmenplanung, Durchführung und Kontrolle – Zielgruppenanalyse und Zielgruppendifferenzierung in Hotellerie und Gastronomie – Strategische Gruppen in der Hotellerie – Ausprägungen und Konsequenzen verschiedener Marketingstrategien im Gastgewerbe – Nähere Betrachtung ausgewählter Marketinginstrumente der Produkt- und Leistungs politik, der Preis- und Konditionenpolitik, der Distributionspolitik sowie der Kommunikationspolitik für die Hotellerie und Gastronomie			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Finanzierung in Hotellerie und Gastronomie	10	17
Besonderheiten der Finanzierung in Hotellerie und Gastronomie – branchenspezifische Finanzierungsarten und -quellen – öffentliche Förderprogramme (z.B. EU-Förderprogramme, KfW-Startgeld, ERP-Kapital, Tourismusförderprogramme, Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum) – Mezzanines Kapital – Investor Relations – exemplarische Finanzierungskonzepte der Hotellerie und Gastronomie.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Gardini, M.: Marketing-Management in der Hotellerie, München, Wien: Oldenbourg. • Gewalt, S.: Hotel-Controlling, München, Wien: Oldenbourg. • Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Jagels, M.G.; Raston, C.E.: Hospitality management accounting, Hoboken: Wiley. • Putnoki, H.; Schwadorf, H.; Then Berg, F.: Investition und Finanzierung, München: Vahlen. • Reid, R.; Bojanic, D.: Hospitality Marketing Management, New York: John Wiley & Sons. • Rutherford, D.G.: Hotel management and operations, Hoboken: Wiley. • Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv. • Soller, J. (Hrsg.): Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie: Strategien und Konzepte für dauerhaften Erfolg, Berlin: Erich Schmidt.

Besonderheit

Modul: Operatives Management in der Hotellerie und Gastronomie II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Operatives Management in Hotellerie und Gastronomie II	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	Operatives Management in Hotellerie und Gastronomie I	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppendiskussion ▪ Gruppenarbeit ▪ Übungen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	5
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden vertiefen ihre allgemeinen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse des Rechnungswesens (insbesondere von Kennzahlen), des Wirtschaftsrechts und des Personalmanagements für die besonderen Belange der Hotellerie und Gastronomie. Sie erweitern ihre bisher in diesem operativen Managementgebiet II erworbenen Kompetenzen branchenspezifisch und sind in der Lage, allgemeines betriebswirtschaftliches Wissen auf die Bedürfnisse der Hotellerie und Gastronomie zu transferieren und situationsgerecht anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im Bereich des Controllings lernen die Studierenden allgemeine und fachspezifische Kennzahlen der Hotellerie und Gastronomie zu berechnen, definieren und interpretieren. Sie sind in der Lage verschiedene Sachverhalte der Hotel- und Gastronomieunternehmung in Kennzahlen systematisch und managementtauglich darzustellen und aufzubereiten. Sie kennen die Problembereiche des Controllings und sind fähig adäquate betriebliche Problemlösungen zu entwickeln. Dabei werden Methoden der Analyse, Informationsgewinnung und verschiedene Berechnungsmethoden angewandt und beurteilt. Anhand von Fallstudien und Branchenvergleichen erwerben die Studierenden ein Gefühl für verschiedene Ausprägungen der Kennzahlen in der Hotellerie und Gastronomie und können so einzelne Betriebe anhand dieser systematisch bewerten. • Die Studierenden verfügen über ein detailliertes Wissen zu den besonderen rechtlichen Fragen des Gastgewerbes. Sie sind mit den Sachverhalten des Gaststätten- und Gewerberechts vertraut. Sie kennen die Haftungs- und Vertragsregelungen der Branche und können diese fallspezifisch anwenden. Die Studierenden können verschiedene Sichtweisen antizipieren, beispielsweise zur Beurteilung der Unternehmenssituation, des Personalmanagements und können dies in die rechtlichen Rahmenbedingungen einordnen. • Die Studierenden besitzen branchenspezifisches Wissen des Personalmanagements, insbesondere über Methoden der Personalbedarfs- und Personaleinsatzplanung in Hotellerie und Gastronomie sowie der Personalbeschaffung und Entlohnung im Gastgewerbe.

Sozial-ethische Kompetenz:	Sie kennen die Problembereiche des Personalmanagements in der Hotellerie und Gastronomie und können diese unter sozialpolitischen Gesichtspunkten beurteilen und vielschichtig reflektieren. Die Studierenden sind in der Lage, die Position der internen und externen Akteure einer Hotel- und Gastronomieunternehmung rechtlich zu identifizieren und die jeweiligen Ansprüche systematisch zu prüfen, eigene zu vertreten und zu begründen. Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Rolle der Hotel- und Gastronomiebetriebe im gesellschaftlichen Gefüge und dem jeweiligen relevanten Markt zu bestimmen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden erkennen, dass sie sich auch auf dem Gebiet des operativen Managements II (des Controllings, des Wirtschaftsrechts und des Personalmanagements) permanent weiterentwickeln müssen, da sich wissenschaftliche Kenntnisse, Märkte und insbesondere gesetzliche Vorschriften stetig verändern. Sie können verschiedene Zusammenhänge und Sichtweisen bei der kennzahlenbasierten Analyse von Hotel- und Gastronomieunternehmen, wirtschaftsrechtlichen und sozialpolitischen Beurteilung aktueller Fragestellungen antizipieren und kritisch reflektieren. Die Studierenden sind konfliktfähig und in der Lage, eigenes Verhalten bzw. Entscheidungen des Betriebs kritisch zu hinterfragen. Sie können sich sowohl mit Laien als auch mit Fachexperten fachlich fundiert und verständlich austauschen. Sie sind in der Lage, die eigenen Grenzen zu erkennen und z.B. bei Bedarf in schwierigen Rechtsfällen Rechtsberatung in Anspruch zu nehmen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden eignen sich im Rahmen des Moduls verschiedene Arbeitstechniken zur effizienten und effektiven Problemlösung im Unternehmen an. Sie können Gesetzestexte selbstständig interpretieren und adaptieren. Ferner verfügen sie über ein umfassendes Instrumentarium, welches sie befähigt, sich und andere über Problembereiche und Situationen in einer Unternehmung aufzuklären sowie Entscheidungen fundamentiert zu untermauern.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Controlling in Hotellerie und Gastronomie	22	38
Kennzahlen Gesamtunternehmen – Bilanzanalyse anhand von Fallbeispielen der Hotellerie und Gastronomie – Kennzahlenanalyse Beherbergungsbereich – Kennzahlenanalyse Food- und Beverage-Bereich – ganzheitliche, umfassende Kennzahlenanalyse anhand von Fallbeispielen der Hotellerie und Gastronomie			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Wirtschaftsrecht in Hotellerie und Gastronomie	22	38
Gaststättengesetz – Rechtsverhältnis zwischen Gast und Gastwirt: Beherbergungsvertrag, Bewirtungsvertrag, besondere Schuldverhältnisse – Pachtvertrag und Miete – Brauerverträge – Jugendschutz – Haftung des Hoteliers – Haftung des Gastwirts – Preisangabenverordnung – Meldegesetz – Gebührenpflichten des Gastwirts (z.B. Gema, GEZ) – Berufsgenossenschaften (BGN) – Hygienerecht im Gastgewerbe – aktuelle rechtliche Fragestellungen in Hotellerie und Gastronomie			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Personalmanagement in Hotellerie und Gastronomie	11	19
ausgewählte hotel- und gastronomiespezifische Aspekte des Personalmanagements, z.B. Personalbedarfsplanung Küche, Service, Housekeeping – Personalbeschaffung für Hotellerie und Gastronomie (auch unter Berücksichtigung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG)) – Erstellung eines Dienstplans für Küche, Service, Housekeeping – Personalfluktu-ation in Hotellerie und Gastronomie – Entlohnung und Tarifvertragsrecht in Hotellerie und Gastronomie			

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Dettmer, H.: Organisations-/Personalmanagement und Arbeitsrecht: in Hotellerie und Gastronomie, Hamburg: Handwerk und Technik.
- Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Führich, E.: Reiserecht. Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, Heidelberg: C.F. Müller.
- Gewalt, S.: Hotel-Controlling, München, Wien: Oldenbourg.
- Goldsmith, A. u.a.: Human Resource Management for Hospitality Services, London: Thomson.
- Hänsler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Miller, J.E.; Walker, J.R.; Drummond, K.E.: Supervision in the hospitality industry: applied human resources, New York: John Wiley & Sons.
- Nickson, D.: Human resource management for the hospitality and tourism industries, Amsterdam et al: Butterworth-Heinemann.
- Schaetzing, E.E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv.
- Schaetzing, E.E.: Modernes Housekeeping-Management: Erfolgreiche Planung, Durchführung und Kontrolle, Stuttgart: Matthaes.
- Swillims, W.: Controlling im Gastgewerbe: Brennpunkte – Praxisbeispiele, Haan-Fruiten: Europa-Lehrmittel.
- Tesone, D.V. (Hrsg.): Handbook of hospitality human resources management, Amsterdam et al.: Butterworth-Heinemann.
- Von Freyberg, B. (Hrsg.): Hospitality Controlling: erfolgreiche Konzepte für die Hotellerie, Berlin: Erich Schmidt.

Besonderheit

Modul: Integratives Management in Hotellerie und Gastronomie

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Integratives Management in Hotellerie und Gastronomie	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. und 6. Semester	Operatives Management in Hotellerie und Gastronomie II	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium ▪ Exkursionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 180 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	270 Std.	ECTS-Punkte	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	90 Std.		9
	davon Selbststudium	180 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden über umfassende und detaillierte Kenntnisse zum Hotel- und Gastronomiemanagement und sind in der Lage, sowohl allgemeine betriebswirtschaftliche als auch spezifische Kenntnisse, Modelle und Theorien des Hotel- und Gastronomiemanagements integrativ zu verknüpfen. Sie können komplexe und vielschichtige Probleme der Hotel- und Gastronomiebranche situationsgerecht erfassen und gezielte Managementmaßnahmen einleiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Um fundierte Entscheidungen im Gastgewerbe zu treffen, können sie sich notwendige Informationen selbstständig beschaffen. Sie sind in der Lage, eine Umwelt-, Branchen- und Unternehmensanalyse sowohl auf Gesamtunternehmens- als auch Produktebene durchzuführen und zu den Ergebnissen Stellung zu beziehen. • Sie verfügen über die Kompetenz, selbst in komplexen und vielschichtigen Fragestellungen des Hotel- und Gastronomiemanagements das Wesentliche zu erkennen, Interdependenzen zu erfassen und auf ihrem Wissen aufbauende, eigenständige strukturierte Problemlösungen zu entwickeln. • Mit Abschluss dieses Moduls sind sie in der Lage, ihr Wissen integrativ zu verknüpfen und unter Beachtung verschiedener Theorien und Modelle wissenschaftlich fundierte, ganzheitlich reflektierte Unternehmens-, Markt-, Produktkonzepte sowie Strategien des Hotel- und Gastronomiemanagements zu entwickeln und zu bewerten.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind sensibilisiert, hotel- und gastronomiespezifische Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten und bei Bedarf gesellschaftliche, kulturelle, ethische und ökologische Aspekte zu integrieren. Sie können verschiedene Inhalte und Lösungsansätze wissenschaftlich fundiert reflektieren und über diese konstruktiv diskutieren. Sie verfügen über ein umfassendes Verständnis, welche Konsequenzen Entscheidungen des Hotel- und Gastronomiemanagements für Gesellschaft,</p>

	Umwelt, Mitarbeiter, Kollegen, Kunden und andere Stakeholder nach sich ziehen und sind sich ihrer persönlichen Verantwortung bewusst.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind fähig und motiviert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, um den wechselnden Anforderungen der Hotellerie und Gastronomie gerecht zu werden. Sie bringen sich engagiert in ein Team ein und können dieses Team leiten bzw. die Gruppenleitung anerkennen. Sie sind fähig und bereit, sich sowohl mit Fachexperten als auch Laien über aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse, Ideen, Lösungsansätze und Problemstellungen des Hotel- und Gastronomiemangements verständlich, konstruktiv und intersubjektiv nachvollziehbar auszutauschen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind mit Abschluss dieses Moduls fähig und motiviert, ihre umfassenden Kenntnisse des Hotel- und Gastronomiemangements in neuen, komplexen Problemstellungen der Branche gezielt und integrativ anzuwenden. Sie können eigene, verschiedene Wissensbereiche integrierende Lösungsansätze entwickeln, vertreten und umsetzen. Sie sind in der Lage, zu beurteilen, welche Informationen für konkrete konzeptionelle Gestaltungen benötigt werden und bereit sich diese Informationen zu beschaffen. Sie unterscheiden wesentliche Aspekte von unwesentlichen und gehen effizient und effektiv vor.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Integratives Hotel- und Gastronomiemangement I	50	100
Unternehmens- und Produktkonzepte der Hotellerie und Gastronomie – Umsatz- und Kostenstruktur der Hotellerie und Gastronomie im Hinblick auf aktuelle Marktentwicklungen – Implementierung der Dienstleistungskultur – Sicherung der Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit – Wartezeitmanagement– Markensysteme und -management – Beschwerdemanagement – Interkulturelles Management – Technologisierung (z.B. elektronische Vertriebskanäle, Property Management Systeme (PMS), E-Procurement) – normative und deskriptive entscheidungsorientierte Sicht – vertiefte Analyse aktueller Fragestellungen – Fallstudien aus der Hotellerie und Gastronomie			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Integratives Hotel- und Gastronomiemangement II	40	80
Hotelprojektierung (Feasibility Studies und Businessplan, Prognoseverfahren, Budgetplanung, Varianzanalysen und Mitarbeiterplanung) – Fallbeispiele zu einzelnen Bereichen der Hotelprojektierung – Sanierung in der Hotellerie und Gastronomie (Zielsetzung, Informationsbeschaffung und Konsolidierungskonzeption/ Fortführungsprognose: Unternehmensspezifika Besonderheiten der Branche, Unternehmens- und Umfeldanalyse, Maßnahmenplanung zur Konsolidierung) – vertiefte Analyse aktueller Fragestellungen – Fallstudien aus der Hotellerie und Gastronomie			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Barrows, C.W.; Powers, T.: Introduction to management in the hospitality industry, Hoboken: Wiley. • Birchfield, J.C.; Sparrowe, R.T.: Design and layout of foodservice facilities, New York: John Wiley & Sons. • Feinstein, A.H.; Stefanelli, J.M.: Purchasing: selection and procurement for the hospitality industry, Hoboken: Wiley. • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte, Wettbewerbskontext, Unternehmenspraxis, Frankfurt am Main: dfv. • Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Katsigris, C.; Thomas, C.: Design and equipment for restaurants and foodservice, Hoboken: Wiley. • Kohte, U.: Gastro Planung & Konzepte. Handbuch für Profis. Prozesse, Berechnungen und architektonische Realisierungen, Stuttgart: Matthaes. • Kotschevar, L.H.; Withrow, D.: Management by menu, Hoboken: Wiley. • Pizam, A. (Hrsg.): International encyclopedia of hospitality management, Amsterdam et al: Butterworth-Heinemann. • Rutherford, D.: Hotel Management and Operations, New York: John Wiley & Sons. • Schaetzing, E.E.: Management in der Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv. • Walker, J.R.; Lundberg, D.E.: The restaurant: from concept to operation, Hoboken: Wiley.

Besonderheit

Modul: Grundlagen und Leistungsträger des Reiseverkehrs

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus-, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Grundlagen und Leistungsträger des Reiseverkehrs	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. J.W. Mundt (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Semester	Zulassung zum Studium	Pflichtmodul Lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studenten sollen einen Überblick über den Tourismus, die geographische und klimatische Verortung von Tourismusgebieten und Destinationen und die dazugehörigen öffentlichen und privaten Anbieter bekommen. Im Besonderen erhalten die Studierenden den ersten Einblick in das Management von Hotel- und Gastronomieunternehmen. Die Hotelbranche soll als wichtiger Teilbereich der Tourismusbranche wahrgenommen werden. Sie sollen das Spektrum der Betriebstypen und deren ökonomischen Besonderheiten kennenlernen, die relevanten Klassifizierungen und Betreiberformen vor einem theoretischen Hintergrund darstellen und kritisch beurteilen können. Durch die Einnahme einer geschichtlichen Perspektive sollen branchenspezifische Entwicklungen besser eingeordnet werden. Die Studierenden sollen die Besonderheiten des Dienstleistungsbereichs erkennen und befähigt werden, theoriegeleitet Lösungsansätze für ausgewählte Managementprobleme in den Hotel- und Gastronomieunternehmen zu entwerfen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Keine
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sollen die Besonderheiten des Dienstleistungsbereichs erkennen und befähigt werden, theoriegeleitet Lösungsansätze für ausgewählte Managementprobleme in den Hotel- und Gastronomieunternehmen zu entwerfen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	keine

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Geographie und Destinationen	36	54
Definitionen, Gestalt der Erde, Gradnetz, Kartographie, Plattentektonik, Atmosphäre, Jahreszeiten, Zeitzonen, Klimazonen der Erde (planetarische Zirkulation), Klimaelemente, Vegetationszonen der Erde, kulturgeographische Gliederung der Erde, Eigenschaften des Meerwassers und Meereserscheinungen (Gezeiten, Wellen), ggf. Landschaftsformen (glazialer Formenschatz, vulkanischer Formenschatz, Karstformen etc.). Aktuelle Struktur und Zahlen des Deutschlandtourismus, Klimadaten, deutsche Reisegebiete; Klimadaten von Europa, bedeutende Reisegebiete bzw. Reiseländer in Europa mit entsprechenden Zahlen.		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Grundlagen des Hotel- und Gastronomiemanagements	24	36
Einordnung des Gastgewerbes – Begriffsabgrenzungen - Betriebstypen – Klassifizierungen – Geschichte und aktuelle Marktentwicklungen – Funktionelle Entkoppelung – Betreiberformen – horizontale und vertikale Formen der Zusammenarbeit – Dienstleistungstriade – ausgewählte Aspekte innerhalb der Dienstleistungstriade – Exkurs: Hotels und Erlebniswelten		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Baedeker Allianz Reiseführer Deutschland: Baedeker, Ostfildern, sowie unterschiedliche Reiseführer über europäische Reisegebiete • Bartl, H. (u.a): GeoLex, München, Wien: Oldenbourg. • Dettmer, H.: Hotellerie und Gastronomie: Arbeitsbuch für Studium und Praxis, Köln: Bachem. • Diercke-Weltatlas oder ähnliche Atlanten. • Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Henschel, K.: Hotelmanagement. München, Wien: Oldenbourg. • Henselek, H.F.: Hotelmanagement: Planung und Kontrolle, München, Wien: Oldenbourg. • Leser, H.: Diercke-Wörterbuch, Allgemeine Geographie, München: dtv. • Powers, T.; Barrows, C.: Introduction to Management in the Hospitality Industry, New York: John Wiley & Sons. • Schultz, J.: Die Ökozonen der Erde, Stuttgart: UTB. • Strahler, A.H.; Strahler, A.N.: Physische Geographie, Stuttgart: UTB. • Seitz, G.: Hotelmanagement, Berlin u.a.: Springer.

Besonderheit

Modul: Verkehrsträgermanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Verkehrsträgermanagement	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof.Fr. J.W. Mundt (DHBW Ravenburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	erstes Semester	Lokales Pflichtmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studenten sollen die betrieblichen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen der Erstellung von personenbezogenen Transportdienstleistungen, ihre technischen und wirtschaftlichen Spezifika und die jeweilige Struktur der Nachfrage im Luft-, Bahn- und Busverkehr und ihre jeweiligen Spezifika vertiefter als in der Einführungsveranstaltung im ersten Semester kennenlernen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Keine
Selbstkompetenz:	Keine
Übergreifende Handlungskompetenz:	Weitere Verbesserung der Klausurschreibkompetenz.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Reiseverkehrsmanagement (Bahn, Bus, Flug, Schiff)	60	90
<p>Bahn Technische und rechtliche Grundlagen des Schienenverkehrs; Fern- und Ausflugsverkehr; Zugarten; Struktur der Nachfrage; intermodaler Verkehr: Kooperationen mit anderen Verkehrsträgern (z.B. Fluggesellschaften).</p> <p>Bus Technische und rechtliche Grundlagen des Busverkehrs; Buslinienfern- und -nahverkehr, Gelegenheitsfernverkehr (Ferienzielreisen, Hafentransfers), Gelegenheitsnahverkehr (Ausflugsfahrten, Flughafentransfers).</p> <p>Flug Arten von Fluggesellschaften (Netz-, Regional-, Charter- und Billigfluggesellschaften), Arten von Fluggeräten, technische Einrichtungen und internationale Vereinbaren zur Ermöglichung des zivilen und kommerziellen Luftverkehrs, Flughäfen (u.a. Drehkreuze, Regionalflyghäfen), Kooperationen und Allianzen im Luftverkehr.</p> <p>Schiff Das Schiff als Transportmittel im Tourismus: Hochsee-, Fluß- und Binnenseeschifffahrt; Linienschifffahrt, Fähren, Ausflugschifffahrt, Kreuzfahrten. Reedereien und Kreuzfahrtveranstalter. Technische, wirtschaftliche und rechtliche Grundlagen; Struktur der Nachfrage.</p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Aberle, G.: Transportwirtschaft. Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Doganis, R.: Flying Off Course: Airline Economics and Marketing, London: Routledge. • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus. Destinationen-Gastronomie-Hotellerie-Reisemittler-Reiseveranstalter-Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Graham, A.: Managing Airports, Oxford: Butterworth Heinemann. • Gunkel, K.; Brocks, S.: Der Omnibusverkehr in der Europäischen Union. Praxishandbuch für den grenzüberschreitenden Personenverkehr mit Omnibussen in Europa, Berlin: Erich Schmidt. • Gunkel, K.; Brocks, S.: Der Omnibusverkehr in der Europäischen Union. Praxishandbuch für den grenzüberschreitenden Personenverkehr mit Omnibussen in Europa, Berlin: Erich Schmidt. • Krems, J.: Der Omnibusunternehmer, Würzburg: Vogel. • Maurer, P.: Luftverkehrsmanagement Basiswissen, München, Wien: Oldenbourg. • Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg. • Pompl, W.: Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung, Heidelberg: Springer. • Schulz, A.; Auer, J.: Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus, München: Oldenbourg. • Schulz, A.: Grundlagen Verkehr im Tourismus: Fluggesellschaften, Kreuzfahrten, Bahnen, Busse und Mietwagen, München: Oldenbourg. • Schulz, A.: Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr - Bahnverkehr - Straßenverkehr – Schiffsverkehr, München: Oldenbourg. • Schulz, A.; Baumann, S.; Wiedenmann, S.: Flughafen Management, München: Oldenbourg. • Sterzenbach, R.; Conrady, R., Fichert, F.: Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Management in der Touristik

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Management in der Touristik	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. J.W. Mundt (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Semester	Absolvieren des 1. und 2. Semesters	Pflichtmodul Lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	5
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sollen ein grundlegendes Verständnis für die einzelnen Funktionen und verschiedenen Geschäftsmodelle von Anbietern im Veranstaltungs- und Vertriebsbereich (stationär und online) im Tourismus entwickeln und darüber hinaus Schiffsbetriebe zum Beispiel im wachsenden Kreuzfahrtbereich an der sich überlappenden Schnittstelle von Reedereien mit Veranstaltern näher kennenlernen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Keine
Selbstkompetenz:	Die im ersten Studienjahr vermittelten Kompetenzen sollen für die weitere Entfaltung und Entwicklung einer übergreifend umfassend gebildeten und selbstkritischen Persönlichkeit weiter vertieft und individuell handlungsrelevant und sozial nachhaltig verankert werden.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die bereits erworbenen allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten analytisch auf andere Branchenfelder am Beispiel der Tourismuswirtschaft anzuwenden und praxisrelevant kritisch zu hinterfragen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Reiseveranstaltermanagement	33	57
Produktelemente und -konzepte, Planung von Pauschalreisen, Kalkulation, Vertrieb, Besonderheiten der Besteuerung; spezielle Pauschalreisearten.		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Reisebüromanagement	22	38
Arten von Reisebüros, Leistungspalette, Leistungserstellung und Kundengruppen (zum Beispiel Privat- und Firmenkunden), Geschäftsmodelle; Ketten, Kooperationen, Franchise. Besonderheiten der Besteuerung.		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträge, München, Wien: Oldenbourg. • Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Kirstges, T.; Schröder, C.: Destination Reiseleitung: Leitfaden für Reiseleiter - aus der Praxis für die Praxis, München, Wien: Oldenbourg. • Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg. • Pompl, W.; Freyer, W. (Hrsg.): Reisebüromanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Pompl, W.; Lieb, M.G. (Hrsg.): Internationales Tourismus-Management. Herausforderungen – Strategien – Instrumente, München: Vahlen • Wilbers, A.: Partner Reisebüro. Richtige Auswahl, moderne Vergütung, München: Alabasta • Zimmermann, A.: Geschäftsreisekosten. Auswahl und Einführung effizienter Abrechnungssysteme, München: Alabasta.

Besonderheit
keine

Modul: Rahmenbedingungen des Reiseverkehrsmanagements

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus-, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Rahmenbedingungen des Reiseverkehrsmanagements	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. J.W. Mundt (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4. Semester	das Studieren der ersten drei Semester	Pflichtmodul Lokales Profilmodul	__1__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte: 5
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel der Veranstaltungen des Moduls ist es, die vielfältigen Verflechtungen des Tourismus mit dem politischen System aufzuzeigen und Verständnis für die oft komplizierten und auf den ersten Blick oft nicht ohne weiteres nachvollziehbaren Prozesse der Entscheidungsfindung, der Rechtssetzung und -durchsetzung zu wecken.</p> <p>Studenten sollen nach der Vorlesung in der Lage sein ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • alle reiserechtlich relevanten gesetzlichen Regelungen zu überblicken • anhand wichtiger Urteile die Anwendung des Reisevertragsrechtes in Streitsachen zu verstehen • die reiserechtlichen Regelungen für die Arbeit bei Leistungsträgern, Reiseveranstaltern und Reisemittlern richtig anzuwenden • die Grenzen der eigenen Kompetenz für die Beurteilung von Detailfragen und Streitsachen im Reiserecht richtig einzuschätzen • die Grundzüge der politischen Systeme der Bundesrepublik Deutschland und der Europäischen Union zu verstehen und den Stellenwert zu analysieren, den die Nationalstaaten (inklusive föderaler Ebenen) und die EU jeweils für die Entwicklung des Tourismus haben • das Verhältnis von Staat und Tourismus auf den verschiedenen politischen Ebenen (Europa, Nation, Land, Region, Stadt- und Gemeindeebene) zu analysieren und in seinen Folgen zu bewerten • die verschiedenen Arten von Verbänden im Tourismus auseinanderzuhalten und die Möglichkeiten und Grenzen der Interessenvertretung innerhalb der Tourismuswirtschaft und im politischen Raum zu beurteilen • die vielfältigen Zusammenhänge und Interdependenzen zwischen Tourismus- und Umweltpolitik auf unterschiedlichen Ebenen herzustellen und kritisch zu betrachten • tourismusrelevante Entscheidungen in allen Politikbereichen zu identifizieren und

	ihre Auswirkungen auf verschiedene Aspekte des Tourismus bzw. der Tourismusentwicklung abzuschätzen
Sozial-ethische Kompetenz:	Erprobung und Verbesserung der Teamfähigkeit
Selbstkompetenz:	Erprobung und Verbesserung der Vortragskompetenz sowie der Argumentations- und Diskussionsfähigkeit
Übergreifende Handlungskompetenz:	Übung der Recherchefähigkeiten, die für die Anfertigung der im folgenden letzten Studienjahr anstehenden Abschlusarbeiten gebraucht werden.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Reiserecht	22	38
Grundlagen des Reisevertrags- und des Personenbeförderungsrechtes und seine Anwendungen			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Tourismuspolitik	22	38
Politische Grundbegriffe, Staat und politische Systeme, politische Akteure (Parteien, Verbände usw.), Staat und Tourismus, tourismusrelevante supranationale Organisationen und ihre Themen, Tourismus und Entwicklungshilfe			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Seminar Europäisches Recht im Tourismus	11	19
Einführung in die Grundlagen des europäischen Rechtssystems anhand von (Gemeinschafts-)Referaten zu aktuellen Themen, Diskussionen und Beispielen europäischer Rechtssetzung (Primär- und Sekundärrecht) in tourismusrelevanten Bereichen.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Elliott, J.: Tourism. Politics and Public Sector Management, London: Routledge. • Führich, E.: Reiserecht von A-Z. Verbraucherschutz bei Pauschal- und Individualreisen, München: Beck-Rechtsberater im dtv. • Führich, E.: Reiserecht. Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, München: C.H. Beck. • Mundt, J.W.: Tourismus, München: Oldenbourg. • Mundt, J.W.: Tourismuspolitik, München, Wien: Oldenbourg. • Nies, I.: Reisebüro : Rechts- und Versicherungsfragen, München: C.H. Beck. • Tonner, K.: Der Reisevertrag, Neuwied: Luchterhand. • Vertrag von Lissabon (EUV) • Vertrag über die Arbeitsweise der EU (AEUV) <p>Internetseiten der Europäischen Union (http://europa.eu/) Internetseiten des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) (http://curia.europa.eu/)</p>

Besonderheit

Modul: Vertiefung und Integration des Reiseverkehrsmanagements

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL - Tourismus-, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Vertiefung und Integration des Reiseverkehrsmanagements	Deutsch und Englisch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. J.W. Mundt (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Studium der Semester 1-4	Pflichtmodul Lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesung ▪ Lehrgespräch ▪ Gruppenarbeit ▪ Diskussion ▪ Übungen ▪ Fallstudien ▪ Präsentationen ▪ Selbststudium 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Arbeitsaufwand (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	270 Std.	ECTS-Punkte: 9
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	90 Std.	
	davon Selbststudium	180 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Vertiefung der fachspezifischen Kenntnisse und Ausbildung eines übergreifenden Verständnisses für die Entwicklung von Strategien und Geschäftsmodellen im Tourismus vor dem Hintergrund der bis dato erworbenen Kenntnisse aus der ABWL. Durch eigene Vorträge der Studenten zu vorgegebenen Themen soll die weitere Festigung des Verständnisses der in den Vorlesungen angesprochenen Themen erreicht werden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Keine
Selbstkompetenz:	Verbesserung der Präsentations- und Diskussionsfähigkeiten sowie der fachbezogenen Englischkompetenz
Übergreifende Handlungskompetenz:	Befähigung zu reflektiertem Handeln in unterschiedlichen unternehmerischen Kontexten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Reiseverkehrsmanagement I	27	54
Evolution des Luftverkehrs und der Geschäftsmodelle von Fluggesellschaften; Analyse verschiedener Unternehmenskonzepte, von Kooperationen im Luftverkehr und ihre Auswirkungen auf andere Bereiche der Reisebranche; Veränderungen des Flughafensektors; Ausblick auf zukünftige Entwicklungen. – Die Entwicklung von Reiseveranstaltern und Reisekonzernen; Geschäftsmodelle von Reiseveranstaltern: klassische Reiseveranstalter, Händler und unterschiedliche Modelle vertikaler Integration. Möglichkeiten und Formen des Vertriebs von Reiseangeboten.			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Reiseverkehrsmanagement II	18	36
Allgemeine Entwicklungen des Reisemarktes; Analyse demographischer, wirtschaftlicher und sozialer Entwicklungen im internationalen Kontext und ihre Einflüsse auf die Reisemarktentwicklung und ihre Folgen für Anbieter und ihre Geschäftsmodelle.			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Reisebüro I (Touristik)	14	28
Die Entwicklung von Kooperationsformen und Franchisesystemen im Reisebürosektor; Analyse unterschiedlicher Systeme, Identifikation von Entwicklungschancen vor dem Hintergrund einer sich verändernden Vertriebslandschaft; Unternehmenskonzepte des Touristikvertriebs; Entlohnungsmodelle.			
(Lehr- und Lerneinheit 4):	Reisebüro II (Geschäftsreisen)	13	26
Geschäftskonzepte und Entlohnungsmodelle im Geschäftsreisegeschäft (<i>business travel</i>); die Rolle des Travel Managers in Kundenunternehmen; zwischen Konkurrenz und Kooperation: das Verhältnis zwischen Leistungsträgern und Geschäftsreisebüros			
(Lehr- und Lerneinheit 5):	Seminar Reiseverkehrsmanagement (in englischer Sprache)	18	36
Die in den Vorlesungen angesprochenen Problembereiche werden in diesem Seminar anhand vorgegebener Themen von den Studenten in Form englischsprachiger Referate weiter bearbeitet, präsentiert und diskutiert.			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Doganis, R.: Flying Off Course: Airline Economics and Marketing, London: Routledge. • Doganis, R.: The Airline Business in the 21st Century, London: Routledge. • Freyer, W.: Geschäftsreise-Tourismus. Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management, Dresden: FIT-Verlag. • Graham, A.: Managing Airports. An International Perspective, London: Butterworth Heinemann. • Holloway, S.: Straight and Level. Practical Airline Economics, Aldershot: Ashgate. • Joppien, M.G.: Strategisches Airline-Management. Evolutionstheorie und Luftverkehrsstrategien, Bern etc.: Haupt. • Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg. • Mundt, J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. • Otto-Rieke, G.: Modernes Geschäftsreisemanagement, München: Alabasta. • Pompl, W.: Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung, Heidelberg: Springer. • Pompl, W.; Freyer, W. (Hrsg.): Reisebüromanagement, München, Wien: Oldenbourg. • Pompl, W.; Lieb, M.G. (Hrsg.): Internationales Tourismus-Management. Herausforderungen, Strategien, Instrumente, München: Vahlen. • Shaw, S.: Airline Marketing and Management, Aldershot: Ashgate. • Sterzenbach, R.; Conrady, R.; Fichert, F.: Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg. • Swarbrook, J.; Horner, S.: Business Travel and Tourism, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Besonderheit

1.7 Modulbeschreibungen der Modulart: Praxismodule



Modul: Praxismodul I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul I	deutsch	XXX	05.04.2011 RV	Prof. Dr. A. Brittner-Widmann/ Prof. Dr. H. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. und 2. Semester	keine	Pflichtmodul	_2_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel der betrieblichen Ausbildungsphasen im Rahmen des Studiums der BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie: Destinations- und Kurortemanagement ist das Kennenlernen und das zeitweise Arbeiten in allen Abteilungen/ Arbeitsfeldern des Ausbildungsunternehmens. Die vorliegende Beschreibung der Praxismodule mit ihren Lerninhalten dient dabei als Orientierung für die Ausgestaltung des betrieblichen Ausbildungsplans. Die Lerninhalte sind aufgrund der Heterogenität der an der Vertiefungsrichtung beteiligten Ausbildungsbetriebe notwendigerweise allgemein gehalten und können entsprechend zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind im Sinne des exemplarischen Lernens betriebliche Schwerpunktsetzungen und Abweichungen möglich.</p> <p>Die Studierenden lernen ihren Ausbildungsbetrieb mit Aufgaben und Funktionen kennen. Sie sind in der Lage es in den Tourismusmarkt bzw. Gesundheits-, Wellnessmarkt einzuordnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale ihres Ausbildungsbetriebes und seine Stellungen der Branche beschreiben. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse des Leistungserstellungsprozesses im Counterbereich. • Die Studierenden kennen die für ihren Betrieb relevanten Informations-, Reservierungs- und Buchungssysteme. • Sie sind in der Lage umfassende Auskünfte über das Angebot ihrer Destination bzw. ihres Betriebes zu geben. Sie können sicher und freundlich gegenüber dem Kunden auftreten. Sie sind offen für Anregungen und unterstützen ihre Kollegen und Vorgesetzten. • Sie sind auch mit einigen Backoffice-Arbeiten vertraut und haben Durchführungsmo-

	<p>dalitäten von Tagungen und Messen kennengelernt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie sind in der Lage nachzufragen, wenn sie etwas nicht verstanden haben und die eigenen Stärken und Schwächen nach vorgegebenen Kriterien zu reflektieren. •
Sozial-ethische Kompetenz:	Durch den Kontakt zu den Kunden bzw. Gästen im Ausbildungsunternehmen haben die Studierenden eine starke Sensibilität zur Notwendigkeit einer hohen Dienstleistungsorientierung erfahren und können sich auf das unterschiedliche Verhalten von Gästen einstellen. Sie erhalten einen guten Einblick in die Motivations- und Bedürfnisstrukturen von Gästen und können somit Befindlichkeiten unterschiedlicher Gästegruppen und -typen besser einordnen und entsprechend professionell und serviceorientiert reagieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des 1. Praxismoduls die Kompetenzen erworben, fachadäquat mit Mitarbeitern, touristischen Leistungsträgern vor Ort und mit Gästen zu kommunizieren, um Informationen professionell weitergeben zu können. Darüber hinaus haben Sie gelernt, sich in ein Team einzuordnen und durch die Übernahme von Aufgaben am Geschäftsprozess teilzunehmen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Sie können das erlernte Wissen der ersten beiden Theorie-Semester an der Studienakademie in die Arbeit im Ausbildungsbetrieb einbringen und in ihrem Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, Problemlösungen zu erarbeiten und zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Praxismodul I: Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess: Counter oder Termin-Kurmitteldisposition oder Servicecenter	600
<p>Kennenlernen der Aufbauorganisation, der Abteilung und Stellen sowie teilweise auch der Anforderungsprofile – Kennenlernen und Darstellung der Stellung des Unternehmens im Tourismus bzw. im Gesundheits- und Wellnessmarkt und Einbindung des Unternehmens in Bundes-, Landes- und Regionalorganisationen – Kennenlernen von Informations-, Reservierungs- und Buchungssystemen sowie sonstigen Kommunikations- und Verkaufssystemen – Kennenlernen des örtlichen und regionalen Gastgeberangebotes sowie Kennenlernen der Rahmenbedingungen, wie z. B. Anreisemöglichkeiten, Gästebetreuung etc. – Gegebenenfalls Kennenlernen der Wareneingangskontrolle und der Lagerhaltung und Bestandsführung oder anderer Backofficearbeiten – ebenfalls Kennenlernen der Durchführungsmodalitäten von Veranstaltungen, Tagungen und Messen</p>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten. Seminar- und Diplomarbeiten, München: Oldenbourg. • Esselborn-Krumbiegel, H.: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, Paderborn: Schöningh • Franck, N.; Stary, J.: Die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn: Schöningh. • Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner. <p>Weitere landes-, regional- und ortskundliche Literatur, die beim Arbeitgeber vorgehalten wird. Auch Imageprospekte und Verkaufshandbücher.</p> <p>In Kur-, Rehabilitations- und Wellnesseinrichtungen entsprechende Literatur zu Wirkungs- und Anwendungsweisen von Heilmitteln und Heilverfahren auf Niveau medizinischer Hilfsberufe; wird bei Arbeitgeber vorgehalten.</p>

Besonderheit
keine

Modul: Praxismodul II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul II	deutsch	?	05.04.2011 RV	Prof. Dr. A. Brittner-Widmann/ Prof. Dr. H. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. und 4. Semester	Praxismodul I	Pflichtmodul	_2_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit ▪ Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten ▪ ca. 15-20 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>In diesem Modul arbeiten die Studierenden verstärkt im Backoffice-Bereich und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in verschiedenen Bereichen und Prozessen des Unternehmens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie werden in die Lage versetzt, vom Unternehmen angebotene Dienstleistungen, ggf. auch Waren kalkulieren zu können. Sie sind ferner in der Lage, in der Incoming-Abteilung und im Verkauf einzelne Prozesse selbstständig durchzuführen. Sie sind in der Lage, Gruppenreisen, Veranstalter-Gruppenreisen sowie aufwändige Individualreisen selbstständig zu organisieren. Sie können im Veranstaltungs-, Tagungs- und ggf. Messeservice selbstständig Aufgaben durchführen. • Sie beherrschen Techniken des Zahlungsverkehrs, spezifische Rechtsgrundlagen und betriebsnotwendige EDV und sind mit dem Rechnungswesen vertraut. Sie können die spezifischen Kalkulationsgrundsätze und haben auch Einblick in den Personalbereich erhalten. In der Akquisition und Organisation von Gruppenreisen, Veranstaltungen und Tagungen bzw. Messen sind sie eingebunden. • Die Studierenden bringen sich mit eigenen Ideen und Beiträgen ein. Sie verhalten sich partnerschaftlich und sind in der Lage Kritik aufzunehmen. Sie denken aktiv und übernehmen Verantwortung. • Sie können sich in die Gäste hineinversetzen und deren Bedürfnisse erkennen und eine positive Beziehung aufbauen.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Durch den Kontakt zu den Kunden bzw. Gästen im Ausbildungsunternehmen können sich die Studierenden noch mehr auf das unterschiedliche Verhalten von Gästen einstellen. Sie erhalten einen guten Einblick in die Motivations- und Bedürfnisstrukturen von Gästen und können somit Befindlichkeiten unterschiedlicher Gästegruppen und -typen besser einordnen und entsprechend professionell und serviceorientiert reagieren. Darüber hinaus lernen Sie die Werte und Pflege zur Erhaltung von gemeinnützigen Gütern in Destinationen kennen, die durch ihre Inanspruchnahme wiederum den Gästen, Einwohnern</p>

	und anderen Leistungsträgern zu Gute kommen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des 2. Praxismoduls die Kompetenzen erworben, fachadäquat mit Mitarbeitern, touristischen Leistungsträgern vor Ort und mit Gästen zu kommunizieren, um Informationen professionell weitergeben zu können und darüber hinaus Verhandlungsgespräche und andere Gespräche mit Leistungsträgern führen zu können. Zudem haben Sie gelernt, Aufgaben eigenständig oder im Team durchzuführen und Mitverantwortung zu übernehmen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Sie können das erlernte Wissen der ersten beiden Theorie-Semester an der Studienakademie in die Arbeit im Ausbildungsbetrieb einbringen und in ihrem Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, selbstständig Problemlösungen zu erarbeiten und zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Praxismodul II: Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess: Organisation und Organisationsmittel – Backoffice	600
<p>Kennenlernen von Rechnungswesen, Kontenrahmen und Kontenplan – Vorkontieren und ggf. Kontieren sowie gewonnene Daten verarbeiten – Einblick in die Abrechnung mit Leistungsträgern, Kostenträgern, Sozialversicherungsträgern – Kennenlernen von Rechnungserstellung und branchenüblichen Zahlungsbedingungen sowie von Grundsätzen der Kassenführung und Abrechnung – Kennenlernen der spezifischen Kalkulationsgrundsätze für Dienstleistungen und ggf. auch Waren – Einüben der Kalkulation von Angeboten der verschiedensten Art, insbesondere auch Kalkulation von Zusatzleistungen im REHA- und Bäderbereich – Einblick in den Personalbereich des Ausbildungsbetriebes, Personalplanung, Personalentwicklung und Kennenlernen der Arbeitsabläufe bei Einstellung und Ausstellung von Mitarbeitern – Umgang mit Gehaltsabrechnungen, Ausbildungsordnungen, Ausbildungsverträgen – Akquisition und Organisation von Gruppenreisen, Veranstaltungen, Tagungen und ggf. Messen – Zusammenarbeit mit Initiatoren, Organisatoren, Vermittlern und Kooperationspartnern – Organisation, Kalkulation und Vermarktung von Einzelveranstaltungen</p>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten. Seminar- und Diplomarbeiten, München: Oldenbourg. • Esselborn-Krumbiegel, H.: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, Paderborn: Schöningh • Franck, N.; Stary, J.: Die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn: Schöningh. • Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner. <p>Weitere landes-, regional- und ortskundliche Literatur, die beim Arbeitgeber vorgehalten wird. Auch Imageprospekte und Verkaufshandbücher.</p> <p>In Kur-, Rehabilitations- und Wellnesseinrichtungen entsprechende Literatur zu Wirkungs- und Anwendungsweisen von Heilmitteln und Heilverfahren auf Niveau medizinischer Hilfsberufe; wird bei Arbeitgeber vorgehalten.</p>
Besonderheit
keine

Modul: Praxismodul III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
Betriebswirtschaft	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Destinations- und Kurortemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul III	deutsch	?	05.04.2011 RV	Prof. Dr. A. Brittner-Widmann/ Prof. Dr. H. Lang (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Praxismodul II	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	_2_ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mündliche Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>In diesem Modul vertiefen die Studierenden ihre Kompetenzen in verschiedenen Leistungserstellungsprozessen oder in einem Unterstützungsprozess. Alternativ können sie auch in Projekten oder als Assistenten der Geschäftsleitung aktiv mitarbeiten. Sie erwerben eine umfassende Methoden-, Sozial- und Persönlichkeitskompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über umfangreiches betriebswirtschaftliches Fachwissen mit spezifischen Ausprägungen für das Destinationsmanagement, den Gesundheitstourismus und das Stadt- und Regionalmarketing. Sie sind fähig dieses Fachwissen in komplexen Aufgaben gezielt einzusetzen und selbstständig fundierte Entscheidungen zu treffen. • Sie können sich in verschiedenen Aufgaben und Projekte schnell einarbeiten und bekannte Methoden selbstständig auf neue Situationen übertragen. • Die Studierenden sind sich ihrer Verantwortung für den Erfolg der Organisation bewusst und erkennen von sich aus Handlungsbedarf. Sie können die Folgen ihres Handelns abschätzen. • Die Studierenden gehen offen und aktiv auf Kunden und Gäste wie auch auf Kollegen und Vorgesetzte ein und beherrschen unterschiedliche Kommunikationsstile und Konfliktlösungsstrategien.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Da der Faktor Mensch bei der Erstellung und dem Verkauf von Dienstleistungen eine übergeordnete Rolle spielt, haben sie Kompetenzen erworben, bei der Bewertung von Informationen auch gesellschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen. Sie haben gelernt, sich selbst in Gruppen zu integrieren und sich in Gäste, Kollegen und Leistungsträger einzufühlen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben mit Abschluss des 3. Praxismoduls die Kompetenzen erworben, fachadäquat mit Mitarbeitern, touristischen Leistungsträgern vor Ort und mit Gästen zu kommunizieren, um Informationen professionell weitergeben zu können. Darüber hinaus</p>

	haben Sie gelernt, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und Aufgaben federführend zu koordinieren und anzuweisen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Sie können das erlernte Wissen der Theorie-Semester an der Studienakademie in die Arbeit im Ausbildungsbetrieb einbringen und in ihrem Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, selbstständig Problemlösungen zu erarbeiten und zu entwickeln und eigenständig sowie im Team umzusetzen. Sie übernehmen Verantwortung für Projekte.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Praxismodul III: Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess: Kalkulation von Dienstleistungen – Incoming – Verkauf	240
In der Assistenz der Geschäftsleitung oder in Stabstellen oder in einem Projekt oder verantwortliche Vertretung und Vertiefung der Kenntnisse in Unterstützungsprozessen wie Organisation, Rechnungswesen, Controlling, Marketing und Personal – Teilnahme an Beratungen und Gremiensitzungen, auch in Kooperationen und Verbänden – Kennenlernen der Kooperationspartner bzw. Erfahrungsgruppenmitglieder		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Kirchhoff, S. et al.: Der Fragebogen: Datenbasis - Konstruktion und Auswertung, Opladen: Leske + Budrich. • Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Meßkirch: Armin Gmeiner. • Schnell, R.; Hill, P.B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg.
Weitere landes-, regional- und ortskundliche Literatur, die beim Arbeitgeber vorgehalten wird. Auch Imageprospekte und Verkaufshandbücher.
In Kur-, Rehabilitations- und Wellnesseinrichtungen entsprechende Literatur zu Wirkungs- und Anwendungsweisen von Heilmitteln und Heilverfahren auf Niveau medizinischer Hilfsberufe; wird bei Arbeitgeber vorgehalten.

Besonderheit
keine

Modul: Praxismodul I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul I	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden lernen ihren Ausbildungsbetrieb mit Aufgaben und Funktionen kennen. Sie sind in der Lage ihn in den Freizeitmarkt einzuordnen. Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale ihres Ausbildungsbetriebes und seine Stellungen der Branche beschreiben. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse des Leistungserstellungsprozesses im Counterbereich. Ebenso lernen sie die für ihren Betrieb relevanten Vertriebskanäle bzw. Informations-, Reservierungs- und Buchungssysteme kennen. Sie sind auch mit einigen Backoffice-Arbeiten vertraut und lernen die unterschiedlichen Anforderungen an die Mitarbeiter im Saisonverlauf kennen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Durch den Kontakt zu den Kunden bzw. Gästen im Ausbildungsunternehmen haben die Studierenden eine starke Sensibilität zur Notwendigkeit einer hohen Dienstleistungsorientierung erfahren und können sich auf das unterschiedliche Verhalten von Gästen einstellen. Sie erhalten einen guten Einblick in die Motivations- und Bedürfnisstrukturen von Gästen und können somit Befindlichkeiten unterschiedlicher Gästegruppen und -typen besser einordnen und entsprechend professionell und serviceorientiert reagieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sich gegenüber den Gästen mündlich und schriftlich verständlich auszudrücken. Durch den häufigen Kontakt mit Gästen können die Studierenden selbstsicher und freundlich auf einzelne Personen und Gruppen zugehen. Sie sind in der Lage, sicher, überzeugend und zuvorkommend aufzutreten sowie das Unternehmen überzeugend zu repräsentieren. Sie fragen nach, wenn sie etwas nicht verstanden haben, reflektieren ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere gästeorientiert in den Leistungserstellungsprozessen des Betriebs zu handeln. Sie können die Zusammenhänge in und zwischen den Abteilungen kritisch reflektieren. Durch die Erstellung der Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche, sind die Studierenden nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, die dort gewonnenen Informati-

onen mit Problemstellungen der betrieblichen Praxis zu verknüpfen und betriebliche Fragestellungen wissenschaftlich fundiert zu beantworten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess I	600
<p>I. Der Ausbildungsbetrieb: Kennenlernen, Einordnen, Grundsätzliches, Umfeld Das allgemeine touristisch/freizeitwirtschaftliche Umfeld des Ausbildungsbetriebs – das wettbewerbliche Umfeld und die Positionierung des Ausbildungsbetriebs – das Geschäftsmodell des Ausbildungsbetriebs – die Grundstruktur des spezifischen gastgewerblichen Geschäftsprozesses – Leistungspartner – Die Betriebsorganisation und die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Abteilungen bzw. Stellen im Leistungsprozess – die Beschreibung und Einordnung der eigenen Tätigkeit in das Betriebsgefüge</p> <p>II. Verkauf Leistungs- und Gäste-/Kundenstruktur – der Verkaufsprozess Kenntnis des Angebots des Ausbildungsbetriebs, Kenntnisse über die Gäste-/Kundenstruktur und bestehende oder mögliche Angebotsdifferenzierungen – Kenntnisse über den Saisonverlauf, saisonale Leistungs-differenzierungen und den damit verbundenen Steuerungsproblemen – Anfragenbearbeitung, Gästeberatung – Verkauf von Dienst- und Sachleistungen – Kennenlernen und Nutzung der vorhandenen Vertriebskanäle – Einweisung in die Rechtsfolgen der Verkaufstätigkeit – Gästempfang und -betreuung</p> <p>III. Animation / Sport / Wellness / Kultur (falls vorhanden) Bedeutung des Animations-/Sport-/Wellness-/Kultur-Programms für das betriebliche Leistungs-paket – Mitwirkung bei der Entwicklung von Programminhalten – Materialbeschaffung, -lagerung, -pflege – Mitwirkung in der Programmumsetzung – Erläuterung des jeweiligen spezifischen Grund- und Zusatznutzens der Aktivitäten für die Gäste</p> <p>IV. Beherbergung und Gastronomie (falls vorhanden) Bedeutung der gastgewerblichen Leistungserstellung für das Leistungsangebot des Ausbildungsbetriebs – Kennenlernen des gastronomischen Angebots – Mitwirkung beim Einkauf – Warenannahme – Lagerhaltung – Grundkenntnisse über die gastronomische Leistungserstellung und der Beherbergungsleistung – Mitarbeit im gastronomischen Service und im Beherbergungsservice – Rahmenbedingungen des gastgewerblichen Services</p> <p>V. Büroorganisation Organisationsmittel: Arten, Materialeinkauf, -lagerung, -bestandsführung – interne Kommunikation: Aktenvermerke, Telefon- und Gesprächsnotizen – Geschäftskorrespondenz – Posteingang, Postausgang, interne Post – Registratur und Ablage – Erläuterung der jeweiligen Unterschriftenregelungen und ihre rechtliche Bedeutung</p> <p>VI. Buchhaltung Aufbau der Buchhaltung des Ausbildungsbetriebes – branchenspezifischer Kontenrahmen und Kontenplan – Umsetzung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung in die betriebliche Praxis: Buchungsunterlagen – Kontieren von Belege – Abrechnung von Dienstleistungen – Aufbewahrungspflichten – Datenerfassung in den jeweiligen Funktionsbereichen und ihre Verarbeitung – Erstellen betrieblicher Statistiken und Übersichten</p> <p>VII. EDV Informationskonzept des Ausbildungsbetriebs – Beurteilung des EDV-Einsatzes für den Betriebsprozess – Kennenlernen und Arbeiten mit der ein-gesetzten Software – Kennenlernen und Arbeiten mit Buchungs- und Re-servierungssystemen - Kennenlernen und Arbeiten mit Kassensystemen – Einsatz der EDV für die Buchhal-tung, EDV-gesteuerter Rechnungsabschluss, Nutzen externer Dienstleister – Einsatz der EDV in sicherheitsrelevanten Bereichen– Einsatz der EDV in der inter-nen Kommunikation</p>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frank, N.; Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn et al.: Schöningh. ▪ Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Steinecke, A.: Themenwelten im Tourismus. Marktstrukturen, Marketing-Management, Trend,. München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Praxismodul II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul II	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. u. 4. Semester	Praxismodul I	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit ▪ Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten ▪ 15-20 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:
			20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	In diesem Modul arbeiten die Studierenden verstärkt im Backoffice-Bereich und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in verschiedenen Bereichen und Prozessen des Unternehmens: Sie werden in die Lage versetzt, vom Unternehmen angebotene Dienstleistungen, ggf. auch Waren kalkulieren zu können. Sie sind ferner in der Lage, in der einzelne Prozesse der Leistungserstellung selbständig durchzuführen. Sie sind in der Lage, Gäste zu betreuen und sowie Betriebsabläufe selbständig zu organisieren. Sie können im Veranstaltungs-, Tagungs- und ggf. Messeservice selbständig Aufgaben durchführen. Sie beherrschen Techniken des Zahlungsverkehrs, spezifische Rechtsgrundlagen und betriebsnotwendige EDV und sind mit dem Rechnungswesen vertraut. Sie können die spezifischen Kalkulationsgrundsätze und haben auch Einblick in den Personalbereich erhalten. In der Akquisition und Organisation von Gruppenreisen, Veranstaltungen und Tagungen bzw. Messen sind sie eingebunden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge verschiedener Prozesse im Unternehmen und können die verschiedenen Perspektiven kritisch reflektieren und fundiert abwägen. Sie sind in der Lage, sich in die Sachverhalte und Bedürfnisse ihrer Geschäftspartner und der Gäste hineinzuversetzen und diese zu beurteilen. Sie sind sich der Konsequenzen eigener Entscheidungen und der Verantwortung für ihre Geschäftspartner und der Gäste bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des 2. Praxismoduls die Kompetenzen erworben, fachadäquat mit Mitarbeitern, Leistungsträgern vor- und nachgelagerter Wertschöpfungsstufen und mit Gästen zu kommunizieren, um Informationen professionell weitergeben zu können und darüber hinaus Verhandlungsgespräche und andere Gespräche mit Leistungsträgern führen zu können. Zudem haben Sie gelernt, Aufgaben eigenständig oder im Team durchzuführen und Mitverantwortung zu übernehmen.

Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere gästeorientiert in verschiedenen Prozessen des Managements von Freizeitanlagen, mitzuarbeiten. Sie erkennen die Zusammenhänge und die Bedeutung der einzelnen Prozesse für die gesamte Wertschöpfung im Unternehmen und den unternehmerischen Erfolg.</p> <p>Durch die Erstellung einer zweiten Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche, sind die Studenten nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, Problemstellungen der betrieblichen Praxis strukturiert, objektiv überprüfbar, reflektiert mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur und empirischen Erhebungen fundiert zu beantworten.</p>
--	---

Lerneinheiten und Inhalte	
Lehr- und Lerneinheiten	Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess II
600	
<p>I. Marktforschung Verkaufs-/Buchungsstatistiken, Kunden-/Gästestatistiken erstellen und auswerten – Unterstützung bei Marktforschungsaktivitäten</p> <p>II. Grundlagen Marketing-Mix Mitwirkung bei der Gestaltung des Leistungsprogramms – Gestaltung und Einsatz von Werbemitteln – Mitwirkung bei der Auswahl von Werbeträgern – Durchführung von Werbeerfolgskontrollen – Teilnahme an Fachmessen, Vor- und Nachbereitung von Messebesuchen – Möglichkeiten und Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Ausbildungsbetrieb – Kennenlernen der branchenspezifischen Kalkulationsverfahren, Durchführung von Preiskalkulationen – Analyse von Distributionswegen und -systemen, Mitwirkung bei der Leistungsdistribution, Kennenlernen von Distributionspartnern/-kooperationen, Einsatz des Internets als Distributionskanal – Organisation des Marketings und des Vertriebs, Aufbau der Marketing-/Verkaufsabteilung</p> <p>III. Qualitätsmanagement Bedeutung der Qualität für den Leistungserstellungsprozess – Einordnung des Qualitätsmanagements in das Unternehmen – Einblicknahme in das Qualitätshandbuch – Arten und Bedeutung der Zertifizierung für die Leistungserstellung und Leistungsvermarktung – Mitwirkung bei Qualitätsverbesserungsmaßnahmen – Mitwirkung beim Entwurf bzw. bei der Überarbeitung des Qualitätshandbuches – Maßnahmen der Produkt-, Prozess- und Systemqualität – Zusammenhang zwischen Leistungsqualität und Kundenzufriedenheit – Beschwerdemanagement – Durchführung von Erhebungen der Kundenzufriedenheit – Möglichkeiten von Kundenbindungsprogrammen – Möglichkeiten und Bedeutung der Kommunikation im Prozess der Kundenzufriedenheit</p> <p>IV. Infrastruktur/Technologie Einblicke in das Gebäude-Management und die Gebäude- und Anlagentechnik – Wartungs- und Instandhaltungspläne, Mitwirkung bei der betrieblichen Umsetzung – Sicherheitsaspekte, Arbeitsschutzvorschriften und Arbeitsschutzmaßnahmen – Möglichkeiten des Risikomanagements, Versicherungen – Ermittlung der anlage- und betriebsbedingten Kosten, Maßnahmen zur Kostensenkung – Einblicke in die Bedeutung des Umweltschutzes für den Ausbildungsbetrieb – Kennenlernen der spezifischen ökologische Rahmenbedingungen – Verständnis des betrieblichen Umweltkonzepts, Kenntnis der betriebspezifischen Verfahren zum Emissionsschutz, zur Messung und Bewertung der Energieeffizienz von Technologien und zur Entsorgung – Bedeutung der Öko-Zertifizierung – Maßnahmen zum Know how-Schutz, Lizenzierung Investition - Betriebliche Anlässe und Prozess der Investitionsplanung – Kennenlernen der verwendeten Investitionskalküle – Bestimmung von Investitionszyklen – betriebliche Einflussgrößen von Investitionsentscheidungen</p> <p>V. Auftragsabwicklung und Zahlungsverkehr Durchführung der Auftragsabwicklung – Mitwirkung bei der Rechnungserstellung – Kennenlernen branchenüblicher Zahlungsbedingungen – Überwachung des Zahlungsverkehrs, eventuell Mahnungen bearbeiten – Kennenlernen von typischen betrieblichen Quellen der Finanzierung</p> <p>VI. Personal Aufgaben des Personalbereiches im Ausbildungsbetrieb, Personalplanung, Personalbeschaffung und Personalverwaltung – Arbeitsablauf bei der Einstellung und beim Ausscheiden von Mitarbeitern – Mitarbeit in der Lohnbuchhaltung – Kennenlernen und Mitwirkung bei der Gestaltung von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter – Kennenlernen der Bestimmungen der im Ausbildungsbereich angewendeten tariflichen Bestimmungen – Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern im Ausbildungsbetrieb – Ausbildungsordnung, Mutterschutz- und Kündigungsschutz</p>	

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frank, N.; Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn et al.: Schöningh. ▪ Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklun., München, Wien: Oldenbourg.

- Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Oldenbourg.
- Mundt J.W.: Tourismus. München, Wien: Oldenbourg.
- Steinecke, A.: Themenwelten im Tourismus. Marktstrukturen, Marketing-Management, Trends, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Praxismodul III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Freizeitwirtschaft

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul III	deutsch	XXX	8.4.2011 RV	Prof. Dr. T. Widmann (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Praxismodul II	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektabreit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mündliche Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30 Minuten

Arbeitsaufwand und ECTS-Punkte			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
			8

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>In diesem Modul vertiefen die Studierenden ihre Kompetenzen in verschiedenen Leistungserstellungsprozessen oder in einem Unterstützungsprozess. Alternativ können sie auch in Projekten oder als Assistenz der Geschäftsleitung aktiv mitarbeiten. Sie erwerben eine umfassende Sachkompetenz.</p> <p>Die Studierenden verfügen über umfangreiches betriebswirtschaftliches Fachwissen mit spezifischen Ausprägungen für das Management von Freizeitanlagen. Sie sind fähig dieses Fachwissen in komplexen Aufgaben gezielt einzusetzen und selbständig fundierte Entscheidungen zu treffen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind sich ihrer Verantwortung für den Erfolg der Organisation bewusst und erkennen von sich aus Handlungsbedarf. Sie können die Folgen ihres Handelns abschätzen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden gehen offen und aktiv auf Kunden und Gäste wie auch auf Kollegen und Vorgesetzte ein und beherrschen unterschiedliche Kommunikationsstile und Konfliktlösungsstrategien.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden können das erlernte Wissen der Theorie-Semester an der Studienakademie in die Arbeit im Ausbildungsbetrieb einbringen und in ihrem Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, selbstständig Problemlösungen zu erarbeiten und zu entwickeln und eigenständig sowie im Team umzusetzen. Sie sind auf die komplexe Arbeitswelt vorbereitet, in welcher sie sich durch ein hohes Prozessverständnis, betriebswirtschaftliche Kompetenzen und Gästeorientierung auszeichnen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess III	240
Unterstützungsfunktionen / Projektsteuerung / Assistenz Mitarbeit in einem unterstützenden Prozess, z.B.: Marketing, Controlling, Personal 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 oder Assistenz der Geschäftsleitung		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frank, N.; Sary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn et al.: Schöningh. ▪ Freericks, R.; Hartmann, R.; Stecker, B.: Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Mundt J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. ▪ Steinecke, A.: Themenwelten im Tourismus. Marktstrukturen, Marketing-Management, Trends, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Praxismodul I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul I	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. H. Schwadorf Prof. Dr. W. Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:
			20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden lernen ihren Ausbildungsbetrieb, seine Stellung in der Branche und die Leistungserstellungsprozesse der Abteilungen Küche und Service kennen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale ihres Ausbildungsbetriebs und seine Stellung in der Branche beschreiben. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse und Zusammenhänge der Leistungserstellungsprozesse in der Küche und im Service. • Die Studierenden beherrschen die Routinevorgänge in der Küche sowie den Einkauf und die Lagerhaltung, hygienerechtliche Vorschriften, die Bedienung von Küchengeräten und -technologien. Vertieftes Wissen erlangen sie darüber hinaus in der Warenkunde und der Leistungserstellung der Küche, beispielsweise für die Erstellung von Rezepturen und Preiskalkulationen von Speisen und Getränken, der Gestaltung von Menüs sowie von Speise- und Getränkekarten. • Die Studierenden sind in der Lage, Routinevorgänge der Leistungserstellung im Service selbständig durchzuführen. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse der Servicearten, -methoden und -regeln sowie der Zusammenhänge im Serviceprozess vom Mise en Place bis hin zur Abrechnung und Verabschiedung der Gäste. Neben dem klassischen Service im Restaurant beherrschen die Studierenden den Service bei Bankett- und Tagungsveranstaltungen sowie den Roomservice. Sie sind in der Lage, Prozesse dieser Bereiche kritisch zu analysieren und Lösungsansätze zu formulieren. • Sowohl im Leistungserstellungsprozess der Küche als auch des Service können die Studierenden die spezifischen Arbeitsmethoden und Hilfsmittel gezielt einsetzen.

Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden lernen sich in einer betrieblichen Hierarchie einzuordnen und kennen die sozialen und ethischen Belange ihres Ausbildungsbetriebs. Sie können die Auswirkungen ihrer eigenen Handlungen und des Unternehmens insgesamt auf die Gäste und Gesellschaft kritisch reflektieren.</p> <p>Die Studierenden sind offen für neue Anregungen. Sie erwerben eine ausgeprägte Dienstleistungsbereitschaft sowie Empathie für die Wünsche und Belange anderer. Sie unterstützen ihre Kollegen und Vorgesetzte. Sie sind in der Lage, Teamfähigkeit, Engagement und kritische Reflexion auch außerhalb ihrer betrieblichen Tätigkeit als gesellschaftliches Engagement anzuwenden.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, sich gegenüber den Gästen mündlich und schriftlich verständlich auszudrücken. Durch den häufigen Kontakt mit Gästen, können die Studierenden selbstsicher und freundlich auf einzelne Personen und Gruppen zugehen. Sie sind in der Lage, sicher, überzeugend und zuvorkommend aufzutreten sowie das Unternehmen überzeugend zu repräsentieren. Sie fragen nach, wenn sie etwas nicht verstanden haben, reflektieren ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere gästeorientiert in den Leistungserstellungsprozessen der Küche und des Service zu handeln. Sie können die Zusammenhänge in und zwischen diesen Abteilungen kritisch reflektieren. Durch die Erstellung der Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche sind die Studierenden nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, die dort gewonnenen Informationen mit Problemstellungen der betrieblichen Praxis zu verknüpfen und betriebliche Fragestellungen wissenschaftlich fundiert zu beantworten. Neben der Literaturrecherche sind die Studierenden in der Lage, empirische Informationen zu erheben und diese wissenschaftlich zu diskutieren.</p>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess I	600
<p>I. Einführung in den Ausbildungsbetrieb</p> <p>Umfeld allgemeines gastgewerbliches Umfeld des Unternehmens (Lage, infrastrukturelle Anbindung, Entwicklung der allgemeinen und regionalen Nachfrage etc.) • wettbewerbles Umfeld (Konkurrenz) und Positionierung des Betriebs</p> <p>Geschäftsmodell des Unternehmens Vision • Betriebszweck • Rechtsform • Eigentumsverhältnisse • Mitglied in Kooperation • Produktangebot • Gästestruktur • etc.</p> <p>Betriebsstruktur und -organisation Grundstruktur der spezifischen gastgewerblichen Leistungserstellungsprozesse • Leistungspartner • Unternehmensorganisation und Zusammenarbeit zwischen einzelnen Abteilungen bzw. Stellen • Beschreibung und Einordnung der eigenen Tätigkeit in das Betriebsgefüge</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kennzahlen Anzahl der Betten/Zimmer • Anzahl Mitarbeiter • Anzahl Sitzplätze • Auslastung • Umsatzvolumen • etc.</p> <p>II. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Küche</p> <p>Organisation der Küche Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Küche • Stellen • Anforderungsprofile</p> <p>Einkauf/Lager Bedarfsermittlung, Materialdisposition, Bestellungen • Phasen des Einkaufsvorgangs (Analyse von Beschaffungsmärkten, Angebotseinholung, Auswahlentscheidung, Warenannahme, Durchführung von Qualitätskontrollen) • Lagerhaltung (Lagerung von Rohmaterialien und verarbeiteter Ware, Lageroptimierung, Ermittlung der Lagerkosten, Lagerinventur)</p> <p>Hygiene/rechtliche Vorschriften Hygienevorschriften (HACCP) • Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften</p> <p>Küchentechnologien/Arbeitsgeräte Einsatzgebiete • Bedienung • Instandhaltung</p> <p>Leistungserstellung/Warenkunde Lebensmittel- und Getränkekunde • Vor- und Zubereitung einfacher Speisen und Getränke unter Berücksichtigung ernährungsphysiologischer Erkenntnisse • Wareneinsatz und Preiskalkulation • Zusammenstellung von Menüs • Gestaltung von</p>		

Speise- und Getränkekarten • Besonderheiten des Caterings

III. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Service

Organisation des Restaurant-, Bankett- und Roomservice

Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilungen • Stellen • Anforderungsprofile

Leistungserstellung

Servicearten, -methoden und -regeln • Speise- und Getränkeservice • Menükunde • Office und Inventar • Serviceprozess: Arbeitsvorbereitung (mise en place), Service, Umgang mit Kunden, Verhalten bei Beschwerden, Bonieren, Abrechnung • Kassensysteme

Bankettveranstaltungen/Tagungen

Vorbereitung • Durchführung • Nachbereitung • verkaufsfördernde Maßnahmen

Personaleinsatzplanung Service

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Dumont, C.: Kulinarisches Lexikon. Kochkunst, Lebensmittel, Länderküche, Nährwerte, Ostfildern: Hallweg.
- Gutmayer, W.; et al.: Service – Meisterklasse
- Gutmayer, W.; Stickler, H.; Lenger, H.: Service – Grundlagen, Linz: Trauner.
- Hänsler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Mitsche, E.: Küche – Management & Organisation, Linz: Trauner.

Besonderheit

Modul: Praxismodul II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul II	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. u. 4. Semester	Praxismodul I	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit ▪ Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten ▪ 15-20 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden umfassende Kenntnisse in den Abteilungen Housekeeping, Instandhaltung/Technik/EDV, Buchhaltung, Front Office sowie Sales und Marketing. Sie vertiefen dabei ihre Kompetenzen über verschiedene Bereiche der Unternehmenstätigkeit und gewinnen ein integriertes Verständnis der Prozessabläufe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erfassen die wesentlichen Abläufe und Zusammenhänge der Leistungserstellungsprozesse im Housekeeping, der Instandhaltung/Technik/EDV sowie im Front Office, Sales und Marketing. Sie können die Prozesse der Leistungserstellung in den verschiedenen Bereichen einer gastgewerblichen Unternehmung nachvollziehen und in unterschiedlichen Aufgabenbereichen selbständig mitarbeiten. Sie sind in der Lage, rechtzeitig auftretende Chancen und Probleme zu erkennen und eigene Lösungsansätze zu entwickeln. • Sie beherrschen die Techniken des Zahlungsverkehrs, spezifische Rechtsgrundlagen, technologische Einrichtungen verschiedener Abteilungen sowie die EDV. Sie verfügen über detaillierte Kenntnisse der Leistungserstellung des Housekeeping, des Front Office sowie des Sales und Marketing. • Die Studierenden sind in der Lage, das Unternehmen in seinen einzelnen leistungserstellenden Bereichen und Teilprozessen ganzheitlich zu erfassen und alle Geschäftsprozesse integrativ und problemorientiert zu beurteilen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben über ihren Arbeitsplatz hinaus Interesse und Verständnis für die spezifischen Belange anderer Stellen und Abteilungen. Sie erkennen die Zusammenhänge verschiedener Prozesse im Unternehmen und können die verschiedenen

	Perspektiven kritisch reflektieren und fundiert abwägen. Sie sind in der Lage, sich in die Sachverhalte und Bedürfnisse ihrer Geschäftspartner und der Gäste hineinzuversetzen und diese zu beurteilen. Sie sind sich der Konsequenzen eigener Entscheidungen und der Verantwortung für ihre Geschäftspartner und der Gäste bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu reflektieren. Sie denken aktiv mit und übernehmen Verantwortung für unterschiedliche Stakeholder.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden lernen sich in einem Team einzugliedern und die Vorgesetzten in ihrer Führungsrolle zu akzeptieren. Sie sind in der Lage, ihre eigene Position im Betriebsablauf zu finden und die entsprechende Rolle auszufüllen. Sie bringen sich mit eigenen Ideen und engagierten Beiträgen aktiv in ein Arbeitsteam ein. Sie verhalten sich partnerschaftlich und werden in der Gruppe anerkannt. Sie können sich in die Gäste hineinversetzen, deren Bedürfnisse erkennen und eine positive Beziehung aufbauen. Die Studierenden sind in der Lage, Kritik aufzunehmen, zu reflektieren und als Chance für die eigene Entwicklung zu erkennen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere gästeorientiert in den Prozessen des Housekeepings, der Technik/EDV, des Front Office, der Buchhaltung sowie im Sales und Marketing aktiv mitzuarbeiten. Sie erkennen die Zusammenhänge und die Bedeutung der einzelnen Prozesse für die gesamte Wertschöpfung im Unternehmen und den unternehmerischen Erfolg. Durch die Erstellung einer zweiten Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche sind die Studenten nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, Problemstellungen der betrieblichen Praxis strukturiert, objektiv überprüfbar, reflektiert mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur fundiert zu beantworten. Neben einer umfassenden Literaturrecherche sind die Studierenden in der Lage, empirische Informationen aus der betrieblichen Praxis zu extrahieren und diese wissenschaftlich zu diskutieren. Sie können Quellen kritisch analysieren, entsprechend ihrer Wissenschaftlichkeit beurteilen und verschiedene Theorien und Lösungsansätze integrativ verknüpfen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess II	600
<p>I. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Housekeeping</p> <p>Organisation des Housekeeping Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Housekeeping • Stellen • Anforderungsprofile</p> <p>Leistungserstellung Housekeeping Umgang mit Kunden • Material- und Wäscheverwaltung • Technologien • Zimmerreinigung • Reinigungskontrolle</p> <p>Personaleinsatzplanung Housekeeping</p> <p>II. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Instandhaltung/Technik/EDV</p> <p>Organisation Instandhaltung/Technik/EDV Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Instandhaltung/Technik/EDV • Stellen • Anforderungsprofile</p> <p>Leistungserstellung Instandhaltung/Technik/EDV Aufgabenfelder (Furniture, Fittings and Equipment, Sicherheitstechnik, EDV-Systeme insbesondere Internet) • Technologien • Prozesse (Inbetriebnahme, Wartung und Instandhaltung, Entsorgung)</p> <p>III. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Buchhaltung</p> <p>Organisation der Buchhaltung Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Buchhaltung</p> <p>Leistungserstellung Buchhaltung Kontieren von Belegen • Erstellen betrieblicher Statistiken • Datenerfassung und Datenverarbeitung • Rechnungsabschluss</p> <p>Grundlagen der Buchhaltung Branchenspezifischer Kontenrahmen und Kontenplan • Umsetzung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung in der betrieblichen Praxis: Buchungsunterlagen, Aufbewahrungspflichten</p>		

IV. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Front Office

Organisation des Front Office

Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Front Office • Stellen • Anforderungsprofile

Leistungserstellung Front Office

Preisgestaltung • Reservierung • Check-in • Gästebetreuung/Gästeberatung • Check-out • Rechnungsstellung und Abrechnung • Audit

Grundlagen Front Office

rechtliche Vorschriften • polizeiliche Vorschriften • EDV-Einsatz (Kundendatenbanken, Buchungs- und Reservierungssysteme etc.) • Korrespondenzen • Provisionen • interne Kommunikation

V. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung Sales und Marketing

Organisation des Sales und Marketing

Einordnung in das Unternehmen • Aufbau der Abteilung Sales und Marketing • Stellen • Anforderungsprofile

Grundlagen Sales und Marketing

Werbemittel • Werbeträger • Distributionswege und -systeme • Preismanagement

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Kirchhoff, S. et. al: Der Fragebogen: Datenbasis - Konstruktion und Auswertung, Opladen: Leske + Budrich.
- Pfleger, A.: Housekeeping, Management im Hotel, Linz: Trauner.
- Schnell, R.; Hill, P.B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München, Wien: Oldenbourg.
- Vallen, G.K.; Vallen, J.J.: Check-in, check-out: managing hotel operations, Harlow: Prentice Hall.

Besonderheit

Modul: Praxismodul III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Hotel- und Gastronomiemanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul III	Deutsch	?	30.03.2011 RV	Prof. Dr. Heike Schwadorf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Praxismodul II	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mündliche Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
			8

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel dieses Moduls ist es, dass die Studierenden sowohl ihre detaillierten hotel- und gastronomiespezifischen und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen als auch ihre umfassenden Kenntnisse der betrieblichen Geschäftsprozesse in komplexen Fragestellungen der betrieblichen Praxis integrativ anwenden können. Sie sind in der Lage, ihr umfassendes Wissen integrativ zu verknüpfen und darauf aufbauend eigene Lösungsansätze zu entwickeln. Hierzu vertiefen sie ihre Kompetenzen in einem Leistungserstellungs- oder Unterstützungsprozess bzw. in einem Projekt oder als Assistenz der Geschäftsleitung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben umfassende Kenntnisse des Hotel- und Gastronomiemanagements und können ihre bisherigen Kenntnisse integrativ, strukturiert und kriterienbasiert verknüpfen. • Sie erkennen die Zusammenhänge verschiedener Abteilungen und Prozesse des Gesamtunternehmens und können für neue Fragestellungen selbständig integrative, wissenschaftlich fundierte Lösungsansätze entwickeln. • Sie sind in der Lage, verschiedene betriebswirtschaftliche Methoden, Instrumente, Modelle und wissenschaftliche Kenntnisse auf die betriebliche Praxis zu transferieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben Interesse und Verständnis für die spezifischen Belange der Eigentümer, Kunden und anderer Stakeholder. Sie sind in der Lage, die Sachverhalte und Bedürfnisse der einzelnen Stakeholder kritisch zu reflektieren, die Ansprüche verschiedener Interessengruppen fundiert abzuwägen und eventuell hier in ethischer Verantwortung zu vermitteln. Sie sind sich der Konsequenzen unternehmerischer Entscheidungen für Gäste, Mitarbeiter, Geschäftspartner und die Gesellschaft insgesamt bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine</p>

	<p>theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu reflektieren. Sie sind sich ihrer Verantwortung für den Gast, für Kollegen, andere Stakeholder und den Erfolg des Unternehmens insgesamt bewusst. Sie engagieren sich für das Unternehmen und können Folgen ihres eigenen Handelns abschätzen und beurteilen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, eigene Leistungsstärken und -schwächen in verschiedenen Detailgebieten und Prozessen des Hotel- und Gastronomiemanagements zu erkennen. Sie können vorhandene betriebswirtschaftliche Kompetenzen auf die Hotellerie und Gastronomie übertragen. Sie hinterfragen fundiert ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter. Sie denken aktiv mit und übernehmen Verantwortung.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, qualifizierte Fachgespräche mit Hoteliers und Gastronomen über Konzeption, Leistungserstellung und Besonderheiten von Entscheidungen in der Hotellerie und Gastronomie zu führen. Sie können auch in schwierigen Situationen sicher, zuvorkommend und überzeugend gegenüber den Gästen auftreten und selbst Konfliktsituationen sicher und souverän meistern.</p> <p>Sie können sich effektiv und effizient in eine Arbeitsgruppe einbringen und sind in der Lage, interdisziplinäre Arbeitsgruppen zielorientiert zu moderieren. Sie engagieren sich für das Team und können andere zu einem hohen Arbeitseinsatz und guten Lösungen motivieren. Die Studierenden sind in der Lage, Kritik als Chance zu erkennen, zu reflektieren und sich permanent weiterzuentwickeln.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden sind fähig und bereit, ihre Sach-, Sozial- und Selbstkompetenzen in komplexen und vielschichtigen Problemen der betrieblichen Praxis gezielt einzusetzen und selbstständig fundierte Entscheidungen zu treffen. Sie können sich in verschiedene Projekte und Arbeitsaufgaben schnell einarbeiten, fundiert planen und wissenschaftliche Erkenntnisse, bekannte Vorgehensweisen und Methoden selbstständig auf neue Situationen übertragen. Sie sind auf die komplexe Arbeitswelt vorbereitet, in welcher sie sich durch ein außergewöhnlich hohes Prozessverständnis, betriebswirtschaftliche Kompetenzen und Gästeorientierung auszeichnen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Unterstützungsprozess, Vertiefung in einem Geschäftsprozess oder Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld	240
Vertiefung in einem Leistungserstellungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld (Küche oder Service oder Housekeeping oder Maintenance oder Front Office oder Sales) und/oder Vertiefung in einem Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld (z.B. Einkauf, Controlling, Personal, Organisation, Sales and Marketing) und/oder Mitarbeit in einem Projekt und/oder Assistenz der Geschäftsleitung		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Gardini, M.A. (Hrsg.): Handbuch Hospitality Management: Managementkonzepte, Wettbewerbskontext, Unternehmenspraxis, Frankfurt am Main: dfv. • Hänssler, K.H. (Hrsg.): Management in der Hotellerie und Gastronomie, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Jagels, M.G.; Raston, C.E.: Hospitality management accounting, Hoboken: Wiley. • Rutherford, D.G.: Hotel management and operations, Hoboken: Wiley. • Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv..

Besonderheit

Modul: Praxismodul I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul I	Deutsch	?	09.05.2011 RV	Prof. Dr. Mundt/(Prof. Dr. Brehm) (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. u. 2. Semester	Keine	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden lernen ihren Ausbildungsbetrieb, seine Stellung in der Branche und die Leistungserstellungsprozesse sowie Administration kennen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale ihres Ausbildungsbetriebs und seine Stellung in der Branche beschreiben. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse und Zusammenhänge der Leistungserstellungsprozesse im operativen wie administrativen Bereich. • Die Studierenden beherrschen die ersten Routinevorgänge im Geschäftsablauf. Vertieftes Wissen erlangen sie darüber hinaus in der Fachterminologie auch in Fremdsprachen. • Die Studierenden sind in der Lage, Routinevorgänge der Leistungserstellung selbständig durchzuführen. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse des Geschäftsablaufes sowie der Zusammenhänge. Sie sind in der Lage, Prozesse dieser Bereiche kritisch zu analysieren und Lösungsansätze zu formulieren. • Bei der Leistungserstellungsprozess können die Studierenden die spezifischen Arbeitsmethoden und Hilfsmittel gezielt einsetzen.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden lernen sich in einer betrieblichen Hierarchie einzuordnen und kennen die sozialen und ethischen Belange ihres Ausbildungsbetriebs. Sie können die Auswirkungen ihrer eigenen Handlungen und des Unternehmens insgesamt auf die Gäste und Gesellschaft kritisch reflektieren.</p> <p>Die Studierenden sind offen für neue Anregungen. Sie erwerben eine ausgeprägte Dienstleistungsbereitschaft sowie Empathie für die Wünsche und Belange anderer. Sie unterstützen ihre Kollegen und Vorgesetzte. Sie sind in der Lage, Teamfähigkeit, Engagement und kritische Reflexion auch außerhalb ihrer betrieblichen Tätigkeit als gesellschaftliches Engagement anzuwenden.</p>

Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sich gegenüber den Kunden mündlich und schriftlich verständlich auszudrücken. Durch den häufigen Kontakt mit Kunden können die Studierenden selbstsicher und freundlich auf einzelne Personen und Gruppen zugehen. Sie sind in der Lage, sicher, überzeugend und zuvorkommend aufzutreten sowie das Unternehmen überzeugend zu repräsentieren. Sie fragen nach, wenn sie etwas nicht verstanden haben, reflektieren ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere gästeorientiert in den Leistungserstellungsprozessen zu handeln. Sie können die Zusammenhänge in und zwischen diesen Abteilungen kritisch reflektieren. Durch die Erstellung der Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche sind die Studierenden nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, die dort gewonnenen Informationen mit Problemstellungen der betrieblichen Praxis zu verknüpfen und betriebliche Fragestellungen wissenschaftlich fundiert zu beantworten. Neben der Literaturrecherche sind die Studierenden in der Lage, empirische Informationen zu erheben und diese wissenschaftlich zu diskutieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess I	600
<p>Allgemeine Geschäftstätigkeit Geschäftskonzept, gesetzliche Grundlagen der Unternehmenstätigkeit. die für Auszubildende/Arbeitnehmer geltenden (tariflichen) Bestimmungen; Ausbildungsverordnung, Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag; Abrechnung der Ausbildungsvergütung; die Zweige der Sozialversicherung; die betriebsspezifischen Unfallgefahren und die sich daraus ergebenden Unfallverhütungsvorschriften.</p> <p>Unternehmensorganisation Einordnung und Aufbau der verschiedenen Abteilungen/Aufgabenfelder im Unternehmen und Anforderungsprofile für die einzelnen Tätigkeiten.</p> <p>Stellung des Unternehmens im Markt Die Stellung des Ausbildungsbetriebes im Reiseverkehr; Aufgaben des Ausbildungsbetriebes und die sich daraus ergebende Zusammenarbeit mit Unternehmen und Einrichtungen der Reisevermittlung, der Reiseveranstaltung und von Verkehrsträgern.</p> <p>Leistungserstellung Einweisung in unternehmenstypische Geschäfts- und Leistungserstellungsprozesse.</p> <p>Abwicklung des Einkaufs von Vorleistungen und Waren unter Berücksichtigung fremdsprachlicher Fachausdrücke; Erläuterung von zugrundeliegenden Preisen, Konditionen, Verträgen und Vertragsbestandteilen; Bearbeiten von Reklamationen.</p> <p>Kennenlernen der und Arbeit mit den ggfs. im Unternehmen verwendeten Reservierungssystemen.</p> <p>Verkauf von Dienst- und ggfs. Sachleistungen, Erläuterung der Rechtswirkung aus den Verkäufen, Bearbeiten von Reklamationen und ggf. von Versicherungsfällen</p> <p>Administration Büro- und Organisationsmittel; Aktenvermerke und Telefonnotizen; Geschäftsbriefe; Unterschriftenregelungen und ihre rechtliche Bedeutung; Posteingang, Postausgang; Registratur- und Ablage; Daten in den jeweiligen Funktionsbereichen und ihre Verarbeitung und Verwendung; betriebliche Statistiken und Übersichten.</p>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Fuchs, W.; Mundt, J.-W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg. • Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg. • Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München, Wien: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Praxismodul II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul II	Deutsch	?	09.05.2011 RV	Prof. Dr. Mundt/(Prof. Dr. Brehm) (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. u. 4. Semester	Praxismodul I	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarbeit ▪ Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 20-30 Seiten ▪ 15-20 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	600 Std.	ECTS-Punkte:
			20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden umfassende Kenntnisse in den Bereichen der Unternehmenstätigkeit, Beherrschung von Techniken der Buchhaltung und des Zahlungsverkehrs, selbständige Recherche von Marktinformationen, Anwendung von Marketingtechniken, Umsetzung von Arbeitsrecht bei Personalangelegenheiten, Beherrschung der betriebsnotwendigen EDV</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erfassen die wesentlichen Abläufe und Zusammenhänge der Leistungserstellungsprozesse im Vertrieb und der Buchhaltung. Sie können die Prozesse der Leistungserstellung in den verschiedenen Bereichen eines Reiseverkehrsunternehmens nachvollziehen und in unterschiedlichen Aufgabenbereichen selbständig mitarbeiten. Sie sind in der Lage, rechtzeitig auftretende Chancen und Probleme zu erkennen und eigene Lösungsansätze zu entwickeln. • Sie beherrschen die Techniken des Zahlungsverkehrs, spezifische Rechtsgrundlagen, technologische Einrichtungen verschiedener Abteilungen sowie die EDV. • Die Studierenden sind in der Lage, das Unternehmen in seinen einzelnen leistungserstellenden Bereichen und Teilprozessen ganzheitlich zu erfassen und alle Geschäftsprozesse integrativ und problemorientiert zu beurteilen.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben über ihren Arbeitsplatz hinaus Interesse und Verständnis für die spezifischen Belange anderer Stellen und Abteilungen. Sie erkennen die Zusammenhänge verschiedener Prozesse im Unternehmen und können die verschiedenen Perspektiven kritisch reflektieren und fundiert abwägen. Sie sind in der Lage, sich in die Sachverhalte und Bedürfnisse ihrer Geschäftspartner und der Kunden hineinzuversetzen und diese zu beurteilen. Sie sind sich der Konsequenzen eigener Entscheidungen und der Verantwortung für ihre Geschäftspartner und der Kunden bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu reflektieren. Sie den-</p>

	ken aktiv mit und übernehmen Verantwortung für unterschiedliche Stakeholder.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden lernen sich in einem Team einzugliedern und die Vorgesetzten in ihrer Führungsrolle zu akzeptieren. Sie sind in der Lage, ihre eigene Position im Betriebsablauf zu finden und die entsprechende Rolle auszufüllen. Sie bringen sich mit eigenen Ideen und engagierten Beiträgen aktiv in ein Arbeitsteam ein. Sie verhalten sich partnerschaftlich und werden in der Gruppe anerkannt. Sie können sich in die Kunden hineinversetzen, deren Bedürfnisse erkennen und eine positive Beziehung aufbauen. Die Studierenden sind in der Lage, Kritik aufzunehmen, zu reflektieren und als Chance für die eigene Entwicklung zu erkennen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht, gruppen-, beziehungs- und insbesondere kundenorientiert in den Prozessen der genannten Bereiche aktiv mitzuarbeiten. Sie erkennen die Zusammenhänge und die Bedeutung der einzelnen Prozesse für die gesamte Wertschöpfung im Unternehmen und den unternehmerischen Erfolg. Durch die Erstellung einer zweiten Projektarbeit und der dadurch erforderlichen Informationsrecherche sind die Studenten nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, wissenschaftliche Informationsressourcen zu finden und nutzen. Sie lernen, Problemstellungen der betrieblichen Praxis strukturiert, objektiv überprüfbar, reflektiert mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur fundiert zu beantworten. Neben einer umfassenden Literaturrecherche sind die Studierenden in der Lage, empirische Informationen aus der betrieblichen Praxis zu extrahieren und diese wissenschaftlich zu diskutieren. Sie können Quellen kritisch analysieren, entsprechend ihrer Wissenschaftlichkeit beurteilen und verschiedene Theorien und Lösungsansätze integrativ verknüpfen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess II	600
<p>Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess: Rechnungswesen, Marketing Zahlungsverkehr</p> <p>Ausstellen von Rechnungen; branchenübliche Zahlungsbedingungen; Grundzüge einer ordnungsgemäßen Kassenführung; Zahlungsvorgänge im Zusammenhang mit Geldinstituten, Auftraggebern und Auftragnehmern unter Berücksichtigung von Bedingungen des Zahlungsverkehrs; Bearbeitung von Mahnungen und ggf. der Einleitung des gerichtlichen Mahnverfahrens.</p> <p>Buchhaltung</p> <p>Zweck und Aufbau der Buchhaltung des Ausbildungsbetriebes, des Kostenrahmens und des Kontenplanes und dabei verwendeten EDV-Programme; Buchungsunterlagen, Kontieren vorgegebener Belege und ihre Verarbeitung; Abrechnung von Dienstleistungen; Controlling</p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung</p> <p>Zweck und Aufbau der betrieblichen Kostenrechnung, Beispiele für kostenbewußtes Handeln – Vorbereitung von Kalkulationsunterlagen, Aufstellen von Kalkulationen.</p> <p>Marktinformation</p> <p>Beschaffung von Marktinformationen auf der Nachfrage- und der Angebotsseite und ihre Beurteilung</p> <p>Werbung- und Verkaufsförderung</p> <p>Branchenübliche Werbemöglichkeiten und Maßnahmen zur Verkaufsförderung; Teilnahme an Fachmessen; Vorbereitung und Nachbereitung von Messebesuchen. Möglichkeiten der Erfolgskontrolle von Werbemaßnahmen.</p> <p>Kundenberatung/Kundenbetreuung</p> <p>Art und Umfang der Kundenberatung und der Kundenbetreuung; Folgen einer unzulänglichen Kundenberatung und Kundenbetreuung; Aufbau, Gliederung und Arbeit mit der (Stamm-)Kundendatei.</p> <p>Gestaltung des absatzpolitischen Instrumentariums</p> <p>Mitwirkung bei der Produkt- und Sortimentsgestaltung - Mitwirkung bei der Preispolitik - Mitwirkung bei der Werbekonzeption, bei der Public-Relations-Konzeption. Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungsprozess: Personal, Organisation</p> <p>Personalverwaltung</p>		

Aufgaben des Personalbereiches im Ausbildungsbetrieb, insbesondere Personalplanung, Personalbeschaffung und Personalverwaltung; Arbeitsablauf bei der Einstellung und beim Ausscheiden von Arbeitnehmern; Lohnbuchhaltung; Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Betriebsmitarbeiter.

Arbeits- und Sozialrecht

Bestimmungen der im Ausbildungsbereich angewendeten Tarifverträge (soweit zutreffend) anhand praktischer Beispiele; Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern im Ausbildungsbetrieb nach Betriebsverfassungsgesetz; Ausbildungsordnung, Bestimmungen des Jugendarbeitsschutz-, Mutterschutz- und Kündigungsschutzgesetzes.

Organisation

Organisation der Informationssysteme im Betrieb; Vertiefung der Kenntnisse über die Anwendung der EDV im gesamten Betrieb.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Fuchs, W.; Mundt, J.-W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München, Wien: Oldenbourg.
- Kirstges, T.: Grundlagen des Reisemittler und Reiseveranstaltermanagements: Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen, München, Wien: Oldenbourg.
- Mundt, J.W. (Hrsg.): Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch, München: Oldenbourg.

Besonderheit

Modul: Praxismodul III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie	Reiseverkehrsmanagement

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul III	Deutsch	?	09.05.2011 RV	Prof. Dr. Mundt/(Prof. Dr. Brehm) (DHBW Ravensburg)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5. u. 6. Semester	Praxismodul II	(1) Pflichtmodul (2) lokales Profilmodul	__2__ Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitarbeit in einem Geschäftsprozess: Leistungserstellung ▪ angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz ▪ Seminare ▪ Arbeitsgruppen ▪ Projektarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mündliche Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30 Minuten

Workload und ECTS			
Workload der Praxis (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte:
			8

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Ziel dieses Moduls ist es, dass die Studierenden sowohl ihre detaillierten reiseverkehrspezifischen und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen als auch ihre umfassenden Kenntnisse der betrieblichen Geschäftsprozesse in komplexen Fragestellungen der betrieblichen Praxis integrativ anwenden können. Sie sind in der Lage, ihr umfassendes Wissen integrativ zu verknüpfen und darauf aufbauend eigene Lösungsansätze zu entwickeln. Hierzu vertiefen sie ihre Kompetenzen in einem Leistungserstellungs- oder Unterstützungsprozess bzw. in einem Projekt oder als Assistenz der Geschäftsleitung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben umfassende Kenntnisse des Reiseverkehrsmanagements und können ihre bisherigen Kenntnisse integrativ, strukturiert und kriterienbasiert verknüpfen. • Sie erkennen die Zusammenhänge verschiedener Abteilungen und Prozesse des Gesamtunternehmens und können für neue Fragestellungen selbständig integrative, wissenschaftlich fundierte Lösungsansätze entwickeln. • Sie sind in der Lage, verschiedene betriebswirtschaftliche Methoden, Instrumente, Modelle und wissenschaftliche Kenntnisse auf die betriebliche Praxis zu transferieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben Interesse und Verständnis für die spezifischen Belange der Eigentümer, Kunden und anderer Stakeholder. Sie sind in der Lage, die Sachverhalte und Bedürfnisse der einzelnen Stakeholder kritisch zu reflektieren, die Ansprüche verschiedener Interessengruppen fundiert abzuwägen und eventuell hier in ethischer Verantwortung zu vermitteln. Sie sind sich der Konsequenzen unternehmerischer Entscheidungen für Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner und die Gesellschaft insgesamt bewusst. Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Rückgriff auf eine theoretisch fundierte sowie ganzheitliche Argumentation zu begründen und kritisch zu</p>

	reflektieren. Sie sind sich ihrer Verantwortung für den Kunden, für Kollegen, andere Stakeholder und den Erfolg des Unternehmens insgesamt bewusst. Sie engagieren sich für das Unternehmen und können Folgen ihres eigenen Handelns abschätzen und beurteilen.
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, eigene Leistungsstärken und -schwächen in verschiedenen Detailgebieten und Prozessen des Reiseverkehrsmanagements zu erkennen. Sie können vorhandene betriebswirtschaftliche Kompetenzen auf die Branche übertragen. Sie hinterfragen fundiert ihre eigenen Kenntnisse und entwickeln sich kontinuierlich weiter. Sie denken aktiv mit und übernehmen Verantwortung.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, qualifizierte Fachgespräche mit Reisevermittlern und –veranstaltern über Konzeption, Leistungserstellung und Besonderheiten von Entscheidungen im Reiseverkehrsmanagement zu führen. Sie können auch in schwierigen Situationen sicher, zuvorkommenden und überzeugend gegenüber den Kunden auftreten und selbst Konfliktsituationen sicher und souverän meistern.</p> <p>Sie können sich effektiv und effizient in eine Arbeitsgruppe einbringen und sind in der Lage, interdisziplinäre Arbeitsgruppen zielorientiert zu moderieren. Sie engagieren sich für das Team und können andere zu einem hohen Arbeitseinsatz und guten Lösungen motivieren. Die Studierenden sind in der Lage, Kritik als Chance zu erkennen, zu reflektieren und sich permanent weiterzuentwickeln.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind fähig und bereit, ihre Sach-, Sozial- und Selbstkompetenzen in komplexen und vielschichtigen Problemen der betrieblichen Praxis gezielt einzusetzen und selbstständig fundierte Entscheidungen zu treffen. Sie können sich in verschiedene Projekte und Arbeitsaufgaben schnell einarbeiten, fundiert planen und wissenschaftliche Erkenntnisse, bekannte Vorgehensweisen und Methoden selbstständig auf neue Situationen übertragen. Sie sind auf die komplexe Arbeitswelt vorbereitet, in welcher sie sich durch ein außergewöhnlich hohes Prozessverständnis, betriebswirtschaftliche Kompetenzen und Kundenorientierung auszeichnen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten		Workload in Std.
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Mitarbeit in einem Unterstützungsprozess, Vertiefung in einem Geschäftsprozess oder Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld	240
<ul style="list-style-type: none"> • Erste Personalführung <p>Erläuterung des Führungsstils und des Führungsgespräches; Darstellung von Problemen und Lösungsmöglichkeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunktmäßige Ausbildung <p>nach Wahl in einer oder zwei Abteilungen des Ausbildungsbetriebes und Mitwirkung bei konzepti-onellen Tätigkeiten, Teilnahme an Geschäftsbesprechungen</p> <p>und/oder</p> <p>Vertiefung in einem Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld (z.B. Einkauf, Controlling, Personal, Organisation, Kundenbetreuung und Marketing)</p> <p>und/oder</p> <p>Mitarbeit in einem Projekt</p> <p>und/oder</p> <p>Assistenz der Geschäftsleitung</p>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Mundt, J.W.: Tourismus, München, Wien: Oldenbourg. • Mundt, J.W.: Tourismuspolitik, München, Wien: Oldenbourg. • Fuchs, W.; Mundt, J.W.; Zollondz, H.-D.: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträge, München, Wien: Oldenbourg. • Schaetzing, E.E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Frankfurt am Main: dfv..

Besonderheit