

MODULHANDBUCH

**NACHHALTIGER TOURISMUS**

BACHELOR OF ARTS



---

Faculty  
**Society and Economics**

Kleve, 15.10.2013

## Inhaltsverzeichnis

STUDIENVERLAUFSPLAN.....	1
NT_1 GRUNDLAGEN DES TOURISMUSMANAGEMENTS.....	2
NT_2 DESTINATIONSMANAGEMENT.....	3
NT_3 ÖKOLOGIE UND NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS.....	4
NT_4 GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE UND DER RECHTSWISSENSCHAFTEN .....	5
NT_5 PROJEKT- UND KONFLIKTMANAGEMENT .....	7
NT_6 METHODIK WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS.....	10
NT_7 MATHEMATIK UND INTERNES RECHNUNGSWESEN .....	12
NT_8 GEOGRAPHIE UND UMWELT .....	14
NT_9 INTERNATIONALES TOURISMUS- UND QUALITÄTSMANAGEMENT .....	15
NT_10 MARKT- UND TRENDFORSCHUNG IM TOURISMUS .....	17
NT_11 BUCHFÜHRUNG UND EXTERNES RECHNUNGSWESEN .....	19
NT_12 GRUNDLAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE .....	20
NT_13 STRATEGISCHES MARKETING UND KÄUFERVERHALTEN .....	22
NT_14 INFORMATIONSTECHNOLOGIEN IM TOURISMUS .....	24
NT_15 RECHT IM TOURISMUS.....	25
NT_16 TOURISMUSFORMEN UND VERKEHR.....	27
NT_17 SOZIOKULTURELLE ASPEKTE IM TOURISMUS.....	29
NT_18 PROJEKT .....	31
NT_19 ANGEWANDTES MANAGEMENT .....	33
NT_20 PLANUNG UND KONTROLLE UNTERNEHMERISCHER ENTSCHEIDUNGEN .....	35
NT_21 UNTERNEHMERISCHE SOZIALVERANTWORTUNG UND INTERKULTURELLES MANAGEMENT .....	37
NT_22 FINANZIERUNG UND BESTEUERUNG.....	39
NT_23 UNTERNEHMENSPLANSPIEL.....	41
NT_24 ENTWICKLUNGSPOLITIK UND INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN.....	43
NT_25 SPEZIELLE ASPEKTE DES NACHHALTIGEN TOURISMUS .....	45
NT_26 DEMOGRAPHIE UND ETHIK .....	48
NT_27 WAHLPFLICHTFÄCHER.....	51
NT_28 PRAXIS- ODER AUSLANDSSTUDIENSEMESTER .....	71
NT_29 WORKSHOP: BACHELORARBEIT.....	71
NT_30 ABSCHLUSSREFLEKTION .....	73
NT_31 PROJEKT .....	74
NT_32 BACHELORARBEIT .....	75
NT_33 KOLLOQUIUM.....	76

## STUDIENVERLAUFSPLAN

SEMESTER 1	Ökologie und Nachhaltigkeit im Tourismus	Grundlagen des Tourismusmanagements	Destinationsmanagement	Grundlagen Betriebswirtschaftslehre und der Rechtswissenschaften	Projekt- und Konfliktmanagement	Methodik wissenschaftlichen Arbeitens
	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP
SEMESTER 2	Geographie und Umwelt	Internationales Tourismus- und Qualitätsmanagement	Buchführung und externes Rechnungswesen	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Markt- und Trendforschung im Tourismus	Mathematik und internes Rechnungswesen
	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP	5 CP
SEMESTER 3	Tourismusformen und Verkehr	Strategisches Marketing und Käuferverhalten	Soziokulturelle Aspekte im Tourismus	Recht im Tourismus	Informationstechnologien im Tourismus	Projekt
	5 CP	5 CP	5 CP	6 CP	5 CP	5 CP
SEMESTER 4	Angewandtes Management	Planung und Kontrolle unternehmerischer Entscheidungen	Finanzierung und Besteuerung	Unternehmerische Sozialverantwortung und interkulturelles Management	Wahlpflichtfächer	
	5 CP	6 CP	6 CP	5 CP	8 CP	
SEMESTER 5	Spezielle Aspekte des nachhaltigen Tourismus	Unternehmensplanspiel	Demographie und Ethik	Entwicklungspolitik und Internationale Beziehungen	Wahlpflichtfächer	
	6 CP	6 CP	5 CP	5 CP	8 CP	
SEMESTER 6	Praxis- oder Auslandsstudiensemester					
	30 CP					
SEMESTER 7	Workshop: Bachelorarbeit	Abschlussreflektion	Projekt	Bachelorarbeit		Kolloquium
	5 CP	5 CP	5 CP	12 CP		3 CP

Nachhaltiger Tourismus	Betriebswirtschaftslehre	Volkswirtschaftslehre	Sozialwissenschaften	Rechtswissenschaften	Methoden

---

**NT\_1 GRUNDLAGEN DES TOURISMUSMANAGEMENTS**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_1
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Studierende lernen die Grundlagen der Tourismuslehre und grundlegenden Strukturen und Prozesse im Tourismusmanagement kennen. Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls werden sie die aktuelle Marktsituation in Bezug auf Angebot und Nachfrage und die Situation verschiedener Leistungsanbieter im Tourismus erläutern und analysieren können.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Berg, W. (2012) <i>Tourismusmanagement</i>, 3. Auflage, Ludwigshafen: Kiehl.</p> <p>Bieger, T. (2010) <i>Tourismuslehre – Ein Grundriss</i>, 2. Auflage, Stuttgart: UTB.</p> <p>Freyer, W. (2011) <i>Tourismusmarketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft</i>, 7. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Freyer, W. (2010) <i>Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie</i>, 10. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Schulz, A. et al. (2010) <i>Grundlagen des Tourismus</i>, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Als Einstieg erfolgt neben einer Vermittlung der grundlegenden Begriffe und Definitionen, ein Überblick über die geschichtliche Entwicklung des Tourismus, um so Ziele des Tourismusmanagements besser erfassen zu können. Anschließend werden unter anderem folgende Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismus als System</li> <li>• Angebotsstrukturen im Tourismus</li> <li>• Akteure der Tourismuswirtschaft</li> <li>• Strukturen und Marktsituation von Reiseveranstaltern, Reisemittlern,</li> </ul>

	Beherbergungsanbietern <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Managementprozess im Kontext des Tourismusmanagements</li> <li>• Wirtschaftsfaktor Tourismus</li> <li>• Aktuelle Nachfrage im Tourismus</li> <li>• Nachfragestrukturen: Motivation und Urlaubertypologien</li> </ul>
--	--

---

## NT\_2 DESTINATIONSMANAGEMENT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_2
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Ziel der Veranstaltung ist es grundlegende Kenntnisse des Destinationsmanagements zu vermitteln. Die Studierenden sollen Bestimmungsfaktoren von und Entwicklungsstrategien für Destinationen, sowie dazugehörige potentielle Auswirkungen verstehen. Der Kurs befähigt dazu, geeignete Methoden zur Bewertung von Destinationen auszuwählen und anzuwenden. Die Studierenden sollen ganzheitliche Marketingkonzepte im Hinblick auf die Vermarktung von Destinationen beschreiben und anwenden können.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Bieger, T. / Beritelli, P. (2012) <i>Management von Destinationen</i> , 8. Auflage, München: Oldenbourg.  Freyer, W. (2011) <i>Tourismusmarketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft</i> , 7. Auflage, München: Oldenbourg.
<b>INHALTE</b>	Den Studierenden wird ein umfassender Überblick über das Management von Destinationen gewährt. Tiefergehend werden die Themen des strategischen Destinationsmanagements

	<p>sowie der Bewertung und Vermarktung von Destinationen behandelt. Im Detail umfassen diese insbesondere die folgenden Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition von Tourismusorganisationen im Tourismussystem</li> <li>• Aufgaben und Ziele zum Management einer Destination</li> <li>• Strategische Entwicklung einer Destination und Tourismusorganisation</li> <li>• Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor</li> <li>• Analyse und Bewertung von Destinationen</li> <li>• Produkt- und Angebotsentwicklung</li> <li>• Finanzierung, staatliche Förderungen</li> <li>• Besonderheiten des Marketings einer Destination</li> <li>• Marketingkonzept und Marketingstrategie einer Destination, insb. zur Positionierung und Markenentwicklung</li> <li>• Einsatz von Marketinginstrumenten</li> </ul>
--	--

---

### NT\_3 ÖKOLOGIE UND NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_3
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Ziel der Veranstaltung ist es neben grundlegenden ökologischen Prozessen v.a. Kenntnisse über die Interaktionen von Organismen mit ihrer belebten und unbelebten Umwelt zu vermitteln. Studierende identifizieren und diskutieren Einflüsse von Umweltfaktoren auf Tiere und Pflanzen, untersuchen die Anpassung von Individuen oder Populationen ihre Umwelt und erhalten einen Einblick, wie der Mensch in diese Prozesse eingreift.

	Studierende können den Begriff Nachhaltigkeit definieren und auf den Tourismus übertragen. Sie können die Herausforderungen und die Handlungsfelder einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten touristischen Entwicklung erläutern und anhand praktischer Beispiele erkennen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Holden, A (2008) <i>Tourism and Environment</i>, 2<sup>nd</sup> ed., London: Routledge.</p> <p>Nentwig, W., Bacher, S., Brandl, R.(2011) <i>Ökologie kompakt</i>, 3. Auflage, Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.</p> <p>Sharpley, R. (2009) <i>Tourism Development: Beyond sustainability?</i>, London: Earthscan.</p> <p>Smith, T.M. und R.L. Smith (2009) <i>Ökologie</i>, 6. Auflage, München: Pearson Studium.</p> <p>von Hauff, M. und A. Kleine (2009) <i>Nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und Umsetzung</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Diverse andere Veröffentlichungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsthemen</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Zu Beginn der Veranstaltung werden grundlegende Begriffe der Ökologie erläutert. Darauf aufbauend werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anpassung und Evolution</li> <li>• Populationsökologie</li> <li>• Synökologie</li> <li>• Energie- und Stoffkreisläufe</li> </ul> <p>Im zweiten Teil der Veranstaltung wird Begriff der Nachhaltigkeit eingegangen und in diesem Kontext u.a. das drei Säulen Modell behandelt (ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit). Es wird über die Messbarkeit von Nachhaltigkeit und entsprechende Indikatoren diskutiert. Die Grundlagen werden dann im Kontext der Ökologie und des Tourismus behandelt. Vor allem werden folgende Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angewandte Ökologie und Nachhaltigkeit</li> <li>• Verschiedene nachhaltige Tourismusmodelle</li> <li>• Indikatoren für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit im Tourismus</li> <li>• Instrumente zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Tourismus</li> </ul>

---

## NT\_4 GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE UND DER RECHTSWISSENSCHAFTEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_4
<b>KURSE</b>	NT_4.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre NT_4.2 Zivilrechtliche Grundlagen
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Norbert Dautzenberg
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS

<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden verfügen am Ende des Moduls über die notwendigen Grundkenntnisse des betrieblichen Wirtschaftens allgemein – also über Kenntnisse, wie ein Betrieb erfolgreich wirtschaftet, an welche Fragen allgemein gedacht werden muss und welche Problemlösungsstrategien erfolgversprechend sind - und auch über die rechtlichen Rahmenbedingungen, das heißt, für die rechtlichen Möglichkeiten, die sie für ihren Umgang mit Kunden und Anbietern haben, aber auch für die rechtlichen Bedingungen, die sie dabei zu beachten haben.

---

#### NT\_4.1 GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Straub, T. (2011) <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, München: Pearson.</p> <p>Wöhe, G. / Döring, U. (2013) <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, 25. Auflage, München: Vahlen.</p> <p>Wöhe, G. / Kaiser, H. / Döring, U. (2013) <i>Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, 14. Auflage, München: Vahlen.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In der Veranstaltung wird ein Überblick über die Erscheinungsformen des wirtschaftlichen Handelns in Unternehmen gegeben. Dabei wird das Unternehmen zunächst von anderen organisationalen Marktteilnehmern (Non-Profit-Unternehmen, Betriebe, öffentliche Unternehmen) abgegrenzt und als System definiert, das über unterschiedliche Funktionsbereichen handelt. Im Einzelnen werden die folgenden Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffliche Grundlegung von „Unternehmen“ und betriebliche Ziele,</li> <li>• Bedeutung von Planung und Organisation im Unternehmen,</li> <li>• die Auswirkung und Probleme von Zielhierarchien, die Interdependenzen im Planungsprozess,</li> <li>• die wichtigsten betrieblichen Entscheidungsbereiche, z.B. Produktion, Marketing, Finanzierung, unter Herstellung von Bezügen sowohl zur allgemeinen Wirtschaft</li> </ul>

	<p>als auch zur speziellen Lage der Tourismuswirtschaft,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Abbildung des betrieblichen Geschehens im Rechnungswesen (Buchhaltung, Jahresabschluss) und die Verwertung dieser Daten bei Jahresabschlussanalyse; vergleichbare Gebiete wie Kostenrechnung und Besteuerung (Einführung in grundlegende Problematiken dieser Gebiete).</li> </ul>
--	--

---

#### NT\_4.2 ZIVILRECHTLICHE GRUNDLAGEN

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Sakowski, K. (2011) <i>Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler</i>, 2. Auflage, Heidelberg: Springer.</p> <p>Weimar, R. / Schimikowski, P. / Tietze, A. (2011) <i>Bürgerliches Recht. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler</i>, 5. Auflage, Stuttgart: UTB.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Veranstaltung gibt zunächst einen allgemeinen Überblick über die deutschen Rechtssysteme und Rechtsbereiche. Tiefergehend werden dann die zivilrechtlichen Grundlagen behandelt. Insbesondere umfasst dies die folgenden Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vertragsgestaltung</li> <li>Rechtsfolgen, Grundsätze und Grenzen von Verträgen</li> <li>Grundsätze des Schuldrechts</li> <li>Juristische Besonderheiten im Bereich des elektronischen Handels (e-commerce)</li> <li>Verbraucherschutz</li> <li>Grundzüge des Sachenrechts</li> <li>Haftungsrecht</li> </ul>

---

#### NT\_5 PROJEKT- UND KONFLIKTMANAGEMENT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_5
<b>KURSE</b>	NT_5.1 Projektmanagement NT_5.2 Konfliktmanagement
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS

<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	unbenotet
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Testat
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Nicht relevant
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Im Projektmanagement können die Studierenden grundlegende Kenntnisse des Managements projektbezogen erlernen und anwenden. Die Absolventen sind in der Lage Projekte in allen Phasen zu leiten. Sie können für einfache Projekte detaillierte Pläne aufstellen und diese umsetzen. Weiterhin erlangen die Studierende Kenntnisse im Projektcontrolling, um so Projekte quantifizieren zu können.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Modulbausteines „Konfliktmanagement“ haben die Studierenden die wichtigsten Grundlagen der Handhabung von Konflikten kennengelernt. Sie sind in der Lage die Ursachen für Konflikte zu analysieren und die Dynamik von Konflikten zu verstehen. Die Studierende haben Methoden an die Hand bekommen, um konstruktiv mit potenziellen Konfliktsituationen umgehen zu können und Eskalation entgegenzuwirken.</p>

---

#### NT\_5.1 PROJEKTMANAGEMENT (TESTAT)

<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Bohnic, T. (2010) <i>Grundlagen des Projektmanagements. Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter</i>, Offenbach: Gabal.</p> <p>Gray, C. / Larson, E. W. (2011) <i>Project Management: The Managerial Process (International Edition)</i>, New York: McGraw-Hill.</p> <p>Kuster, J. et al (2011) <i>Handbuch Projektmanagement</i>, 3. Auflage, Heidelberg: Springer.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Es werden wichtige Grundkenntnisse vermittelt, um Projekte leiten zu können. Dabei legt der Kurs Wert auf einen ganzheitlichen Ansatz, welcher neben der Projekteinführungsphase über die Planungsphase bis hin zur Implementierung und Kontrolle geht. Insbesondere werden folgende Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Konzepte von Projekten und Projektmanagement</li> <li>• Projektauswahl und –definition</li> <li>• Grundlegende Führungskompetenzen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planungsmethoden und -techniken</li> <li>• Zeitmanagement und Einführung in die Methode des kritischen Pfads</li> <li>• Projekt-Lebenszyklus</li> <li>• Phasen des Projektmanagements</li> <li>• Projektcontrolling</li> </ul>
--	---

---

**NT\_5.2 KONFLIKTMANAGEMENT (TESTAT)**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Berko, R. M. / Wolvin, A. D. / Wolvin, D. R. (2010) <i>Communicating; A social, career and cultural focus</i>, Harlow: Pearson.</p> <p>Folger, J. P. / Marshall, S. P. / Stutman, R. K. (2012) <i>Working through conflict; Strategies for relationships, groups and organizations</i>, 7<sup>th</sup> ed., Harlow: Pearson.</p> <p>Schulz von Thun, F. (2010) <i>Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen</i>, Reinbek: Rowohlt.</p> <p>Schulz von Thun, F. (2010) <i>Miteinander reden 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung</i>, Reinbek: Rowohlt.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Vorlesung beschäftigt sich mit dem menschlichen Verhalten in der großen Bandbreite von Konfliktsituationen. Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt dabei auf dem Konflikt als Kommunikationsphänomen und setzt sich vor allen Dingen mit interpersonellen Konflikten in dem späteren beruflichen Kontext der Studierenden auseinander. Neben dem theoretischen Vorlesungsteil, haben die Studenten die Möglichkeit im Rahmen von Übungen, Rollenspielen aber auch bei einer Gruppenhausarbeit mit Präsentation, viel über ihr eigenes Verhalten in Konfliktsituationen zu reflektieren und die Chance positive Veränderungen in ihrem persönlichen Konfliktverhalten herbeizuführen.</p> <p>Folgende Themenfeldern werden u.a. in der Vorlesung behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist ein Konflikt und welche unterschiedliche Formen von Konflikten gibt es</li> <li>• Auseinandersetzung mit Grundlagenkonzepten der Kommunikation</li> <li>• Die besondere Bedeutung von Körpersprache und Stimme in der Kommunikation</li> <li>• Individuelle Filter in der Wahrnehmung von "Realität"</li> <li>• Die Auswirkung von negative Emotionen und Stress in Konfliktsituationen</li> <li>• Eskalation und Deeskalation von Konflikten – Phasenmodelle der Konflikteskalation</li> <li>• Kennenlernen von unterschiedliche Basiskonzepten und Methoden in der Analyse und dem Umgang mit Konflikten</li> <li>• Umgang mit Unterschieden – Diversity Management</li> <li>• Team und Führung - den Rahmen für eine zielführende Zusammenarbeit setzten</li> <li>• (Um-)Lernen und Widerstand - Change Management</li> </ul>

---

**NT\_6 METHODIK WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_6
<b>KURSE</b>	NT_6.1 Wissenschaftliche Kompetenzen und Präsentationsgrundlagen NT_6.2 Empirische Methoden
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Gernot Müller
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	1,8 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	1. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung und Testat
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage für die Organisation, Planung, Informationsbeschaffung und Durchführung von akademischen Arbeiten relevante Konzepte und Methoden darzustellen und anzuwenden, sowie die erworbenen Fähigkeiten auf Fragestellungen außerhalb des akademischen Bereichs zu transferieren. Absolventen des Moduls sind in der Lage adressatengerecht zwischen verschiedenen Präsentationstechniken zu wählen. Ergebnisse können sowohl mündlich als auch schriftlich in angemessener Form dargestellt werden.

---

**NT\_6.1 WISSENSCHAFTLICHE KOMPETENZEN UND PRÄSENTATIONSGRUNDLAGEN (TESTAT)**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitendes Praktikum
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Baade, J. / Gertel, H. / Schlottmann, A. (2010) <i>Wissenschaftliches Arbeiten. Ein Leitfadens für Studierende der Geographie</i> , Bern: Haupt Verlag.  Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing</i>

	<p><i>Manual, mimeo.</i></p> <p>Leopold-Wildburger, U. / Schütze, J. (2010) <i>Verfassen und Vortragen: Wissenschaftliche Arbeiten und Vorträge leicht gemacht</i>, 2. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York: Springer.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Wissenschaftliche Kompetenzen und Präsentationsgrundlagen stellen eine wichtige Grundlage für Erfolg in Studium und Beruf dar. Den Studierenden werden alle relevanten Schritte, die für die erfolgreiche Erarbeitung, Durchführung und die Präsentation von akademischen Arbeiten und Projekten notwendig sind erläutert und aufgezeigt. Insbesondere werden die Studierenden mit folgenden Themen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Typen wissenschaftlicher Aufgabenstellungen</li> <li>• Planung und Organisation akademischer Arbeiten</li> <li>• Selbstmanagement</li> <li>• grundlegende Forschungsmethoden</li> <li>• Auswertung einschlägiger Literatur</li> <li>• Zitierregeln</li> <li>• Präsentationstechniken</li> <li>• visuelle Kommunikation</li> </ul> <p>Im Verlauf des Kurses haben die Studierenden immer wieder die Gelegenheit, ihr Wissen und die erworbenen Fähigkeiten auf Themen des nachhaltigen Tourismus anzuwenden.</p>

---

## NT\_6.2 EMPIRISCHE METHODEN

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitendes Praktikum
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Benninghaus, H. (2005) <i>Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse</i>, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.</p> <p>Diekmann, A. (2006) <i>Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen</i>, 17. Auflage, Reinbek: Rowohlt.</p> <p>Fahrmeir, L. et al. (2009) <i>Statistik: Der Weg zur Datenanalyse</i>, 7. Auflage, Heidelberg: Springer.</p> <p>Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E. (2011) <i>Methoden der empirischen Sozialforschung</i>, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Veranstaltung vermittelt einen Überblick über die grundlagentheoretische qualitative und quantitative Forschung. Es werden die wichtigsten Verfahren der Datenerhebung, der Gewinnung von Stichproben, der Datenaufbereitung und Dateninterpretation behandelt.</p> <p>Es werden unter anderem folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundlagen der empirischen Forschung</li> <li>• Statistische Grundlagen der empirischen Forschung</li> </ul> <p style="text-align: center;">– Einfache lineare Regression, Methode der kleinsten Quadrate, Punkt- und</p>

	<p>Intervallschätzung, t-Test</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Multiple lineare Regression, Schätzung, F-Tests</li> <li>– Behandlung nichtlinearer Zusammenhänge</li> <li>– Instrumentenvariablen-schätzung</li> <li>– Grundbegriffe der Zeitreihenanalyse</li> <li>– Informationskriterien, Behandlung von Trends</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die experimentelle empirische Forschung</li> <li>• Einführung in Instrumente der empirischen Datenerfassung und- analyse</li> <li>• Einführung in Statistikprogramme für die eigenständige, systematische Erfassung und Analyse empirischer Daten im Tourismus</li> </ul>
--	--

---

## NT\_7 MATHEMATIK UND INTERNES RECHNUNGSWESEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_7
<b>KURSE</b>	NT_7.1 Wirtschaftsmathematik NT_7.2 Internes Rechnungswesen
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Ralf Bauer
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige für das Tourismusmanagement relevante wirtschaftswissenschaftliche Methoden erläutern und anwenden.</p> <p>Absolventen des Moduls sind in der Lage einfache ökonomische Modelle aufzustellen und zu berechnen sowie Entscheidungsprozesse im Unternehmen anhand mathematischer Kalkulationen zu unterstützen.</p>

## NT\_7.1 WIRTSCHAFTSMATHEMATIK

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Sydsæter, K. und P. Hammond (2008) <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug</i>, 3. aktualisierte Auflage, München: Pearson Studium.</p> <p>Tietze, J. (2008) <i>Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik: Das praxisnahe Lehrbuch – bewährt durch seine brillante Darstellung</i>, 14. Auflage, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In der Veranstaltung werden grundlegende für Wirtschaftswissenschaftler relevante mathematische Konzepte vermittelt und auf realistische Beispiele angewandt. Die Veranstaltung umfasst insbesondere folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zinseszinsrechnung</li> <li>• Lineare Gleichungen und Lineare Gleichungssysteme</li> <li>• Grundlagen der Differential- und Integralrechnung</li> <li>• Elastizitäten</li> <li>• Einfache Optimierungsprobleme.</li> </ul>

## NT\_7.2 INTERNES RECHNUNGSWESEN

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Coenenberg, A. G. (2009) <i>Kostenrechnung und Kostenanalyse</i>, 7. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Haberstock, L. (2008) <i>Kostenrechnung I</i>, Berlin: Schmidt Verlag</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Veranstaltung behandelt die wesentlichen Aspekte der traditionellen Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) und präsentiert auch moderne(re) Verfahren der Kostenrechnung (Deckungsbeitrags- sowie Prozesskostenrechnung). Den Abschluss bildet die Diskussion ausgewählter Gemeinkostenprobleme und deren analytische Lösung durch entscheidungsorientierte Kosten.</p> <p>Die Veranstaltung behandelt insbesondere folgende Thematiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Unternehmensrechnung</li> <li>• Wesentliche Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Kostenartenrechnung</li> <li>• Kostenstellenrechnung</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostenträgerrechnung</li> <li>• Kostenrechnungssysteme</li> <li>• Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung</li> <li>• Prozesskostenrechnung</li> <li>• Gemeinkosten: Methoden und Herausforderungen</li> </ul> <p>Die theoretisch vermittelten Konzepte werden durch eine begleitende Übung praktisch unterstützt.</p>
--	---

---

## NT\_8 GEOGRAPHIE UND UMWELT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_8
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISS/E/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden erlangen zunächst wichtige grundlegende Kenntnisse über verschiedene Teildisziplinen der Geographie, um diese auf den Tourismus anwenden zu können. Sie erlangen so das Wissen, verschiedene geographische Räume beschreiben zu können und das natürliche Angebot der Destinationen und die Besonderheiten touristischer Standorte bestimmen und einschätzen zu können
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Gebhardt, H. / Glaser, R. / Radtke, U., Reuber, P. (Hrsg.) (2011) <i>Geographie – Physische Geographie und Humangeographie</i>, 2. Auflage, Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.</p> <p>Glawion, R. et al. (2006) <i>Physische Geographie</i>, 2. Auflage, Braunschweig: Westermann Verlag.</p> <p>Heineberg, Heinz (2006) <i>Einführung in die Anthropogeographie / Humangeographie</i>, Pader-</p>

	born: Schöningh.
<b>INHALTE</b>	<p>Es werden grundlegende Kenntnisse zur Geographie vermittelt. Unter anderem werden folgende Bereiche behandelt:</p> <p>Physische Geographie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimatologie, Klimawandel</li> <li>• Geomorphologie</li> <li>• Bio- und Hydrogeographie</li> </ul> <p>Anthropogeographie, u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geographie des ländlichen Raumes</li> <li>• Stadtgeographie</li> </ul> <p>Das grundlegende Wissen wird immer wieder auf ausgewählte Beispiele auf die touristische Thematik bezogen. Behandelt werden dabei u.a. Themen wie Klimawandel und Tourismus, Wasser und Tourismus, Geotourismus, Tourismus im ländlichen Raum.</p>

---

## NT\_9 INTERNATIONALES TOURISMUS- UND QUALITÄTSMANAGEMENT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_9
<b>KURSE</b>	NT_9.1 Internationales Tourismusmanagement NT_9.2 Integriertes Qualitätsmanagement
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Im Kurs Internationales Tourismusmanagement können Absolventen Trends und aktuelle Entwicklungen zur Globalisierung erarbeiten und mögliche Gründe für eine Internationalisie-

	<p>rung beschreiben. Die Studierenden kennen wichtige Methoden zur Erschließung von internationalen Märkten. Weiterhin sind sie in der Lage die erlangten Kenntnisse auf den Bereich der Tourismuswirtschaft zu übertragen und kennen die Internationalisierungsstrategien verschiedener Akteure im Tourismus.</p> <p>Die Studierenden erhalten im Kurs Integriertes Qualitätsmanagement grundlegende Kenntnisse über Dienstleistungsqualität und Qualitätsmanagement und wissen diese anzuwenden. Weiterhin erhalten sie einen Überblick über verschiedene Verfahren zur Erfassung und Messung von Dienstleistungsqualität und verschiedene Qualitätsmanagementmodelle. Die Absolventen können diese Kenntnisse auf den Dienstleistungs- und Tourismussektor übertragen und lernen dabei, auf die Besonderheiten des Qualitätsmanagements in der Tourismusbranche zu achten.</p>
--	---

---

### NT\_9.1 INTERNATIONALES TOURISMUSMANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Conrady, R.; Fichert, F. und Sterzenbach, R. (2012) <i>Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Freyer, W. (2010) <i>Tourismus</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Freyer, W. (2002) <i>Globalisierung im Tourismus</i>, Dresden: Forschungsinstitut für Tourismus.</p> <p>Kutschker, M. und S. Schmid (2011) <i>Internationales Management</i>, 7. Auflage, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Zunächst werden grundlegende Kenntnisse in Bezug auf die Globalisierung vermittelt und deren Einfluss auf u.a. auf Wirtschaft, Transport diskutiert. Studierende lernen zudem die Beweggründe großer Unternehmungen kennen, die sie dazu bringen internationale Märkte zu erobern. Zudem werden die entsprechenden Strategien vorgestellt</p> <p>Anhand praktischer Beispiele werden Strategien aufgezeigt, die Tourismusakteure wählen, um internationale Märkte zu erobern und das Angebot zu internationalisieren. Ein detaillierter Blick wird hier auf die Internationalisierung touristischer Anbieter, v.a. Reiseveranstalter, Verkehrsträger und Hotellerie, gelegt.</p>

---

### NT\_9.2 INTEGRIERTES QUALITÄTSMANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h

<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Bruhn, M. (2011) <i>Qualitätsmanagement für Dienstleistungen</i>, 8. Auflage, Heidelberg: Springer.</p> <p>Müller, Hansruedi (2004) <i>Qualitätsorientiertes Tourismusmanagement</i>, 2. Auflage, Bern: Haupt Verlag.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In diesem Kurs werden zunächst grundlegende Kenntnisse des Qualitätsmanagements behandelt, welche unter anderem sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsdefinition</li> <li>• Merkmale von Qualität</li> </ul> <p>Dienstleistungsunternehmen versuchen Kunden über eine klare Kundenorientierung und ein qualitativ hochwertiges Angebot zu gewinnen und zu binden. Aus diesem Grund wird im weiteren Verlauf das Qualitätsmanagement im speziellen für den Dienstleistungs- und Tourismussektor behandelt, unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung von Qualitätsmanagement für Dienstleistungsunternehmen</li> <li>• Bedeutung des Qualitätsmanagements für Anbieter in der Tourismuswirtschaft (Besonderheiten und Komponenten)</li> <li>• Messung der Dienstleistungsqualität</li> <li>• Reklamations- und Beschwerdemanagement</li> <li>• Zertifizierung bei Dienstleistungs- und Tourismusunternehmen</li> </ul> <p>Um die Besonderheiten im Dienstleistungs- und Tourismussektor besser darstellen zu können, werden auch Fallbeispiele bearbeitet.</p>

---

## NT\_10 MARKT- UND TRENDFORSCHUNG IM TOURISMUS

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_10
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine

<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sollen in der Lage sein, die wichtigsten Methoden der Markt- und Trendforschung zu kennen und voneinander abzugrenzen. Sie sollen zudem die wichtigsten Methoden der Markt- und Trendforschung auch selbst anwenden und auf den touristischen Bereich übertragen können. Für den Bereich Trendforschung sollen die Studierenden die aktuell wichtigsten Mega- und Mikrotrends im Tourismusbereich kennenlernen und die Implikationen für touristische Anbieter herausarbeiten können.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Aderhold, P. (2011) <i>Die Urlaubsreisen der Deutschen. Kurzfassung der Reiseanalyse 2011</i>, Kiel: FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.</p> <p>Amersdorffer, D. et al (2010) <i>Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte – Einsatzfelder</i>, Heidelberg: Springer.</p> <p>Baumbach, I. (2007) <i>Was erwartet der Gast von morgen?: Trends in Tourismus und Freizeitgestaltung und wie man sie rechtzeitig erkennt</i>, 1. Auflage, Redline Wirtschaftsverlag.</p> <p>Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P. (2009) <i>Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung</i>. 12. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Freyer, W. (2011) <i>Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft</i>, 7. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2009) <i>Urlaubsreisetrends 2020 – Die RA-Trendstudie Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen</i>, Kiel: FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.</p> <p>Krause, C. (2011) <i>Trendforschung im Reisemarkt 1995 – 2011</i>, ADAC Verlag.</p> <p>Krause, C. (2012) <i>Reisetrends 2012</i>, ADAC Verlag.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Der Fokus liegt auf der Anwendung adäquater Instrumente und Methoden der Trendforschung sowie der Ableitung innovativer Marketingstrategien. Organisationen und Inhalte globaler Trendforschung sind Gegenstand der Veranstaltung.</p> <p>Es werden unter anderem folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung und Veränderung von Reiseverhalten</li> <li>• Globale Trends und regionale Entwicklungen</li> <li>• Werte und Einstellungen</li> <li>• Zusammenhang von wirtschaftlicher Lage und Reiseverhalten</li> <li>• Urlaubskennziffern: Potenziale und Destinationen</li> <li>• Urlaubs- und Tourismusformen</li> <li>• Urlaubsmotivationen</li> <li>• Verändertes Konsumentenverhalten</li> <li>• Sicherheit, Krisen, Krieg und Terror</li> <li>• Demographische und sozioökonomische Rahmenbedingungen</li> <li>• Organisation des Urlaubs: Planungsprozesse, Reiseorganisation</li> <li>• Urlaubspräferenzen</li> <li>• Informationsprozesse</li> <li>• Marktsättigung und Stagnation</li> <li>• Marketingtrends, Branchentrends</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trendsetter im Tourismus</li> </ul> <p>Methoden und Techniken der Trendforschung werden diskutiert und an Fallbeispielen angewendet.</p>
--	---

---

## NT\_11 BUCHFÜHRUNG UND EXTERNES RECHNUNGSWESEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_11
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Philipp Schorn
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden lernen die grundlegenden Techniken der doppelten Buchführung kennen und werden in die Lage versetzt, grundlegende Buchungssätze selbständig durchführen zu können. Ferner sind die Studierenden nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung mit grundlegenden Aspekten der Rechnungslegung vertraut, kennen den Aufbau einer Bilanz und die Grundzüge der internationalen Rechnungslegung.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Baetge, J., H. J. Kirsch und S. Thiele (2011) <i>Bilanzen</i>, 11. Auflage, Düsseldorf: Idw.</p> <p>Coenenberg, A. G. (2009) <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i>, 21. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Deitermann und Schmolke (2007) <i>Industriebuchführung mit Kosten- und Leistungsrechnung</i>, 33. Auflage, Darmstadt: Winklers.</p> <p>Döring, U. und Buchholz, R. (2011) <i>Buchhaltung und Jahresabschluss</i>, 12. Auflage, ESV.</p> <p>Littkemann, J., Holtrug, M. und Schulte, K. (2009) <i>Buchführung. Grundlagen - Übungen -</i></p>

	<p><i>Klausurvorbereitung</i>, 4. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Schildbach, T. (2009) <i>Der handelsrechtliche Jahresabschluss</i>, 9. Auflage, Herne: Nwb.</p> <p>Zschenderlein, O. (2009) <i>Kompakt-Training Buchführung</i>, 5. Auflage, Ludwigshafen: Kiehl.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Veranstaltung behandelt die Grundlagen der Buchführung. Die Veranstaltung umfasst insbesondere folgende Bestandteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Buchführung: Grundlagen, Technik und Inhalte der Buchführung</li> <li>• Doppelter Buchführung</li> <li>• Aktiv-Passiv-Konten, Soll &amp; Haben, GuV-Konten</li> <li>• Verbuchung einfacher Geschäftsvorfälle</li> <li>• Veränderung auf Bestandskonten</li> <li>• Verbuchung von Warenverkehr</li> <li>• Erfassung betrieblicher Aufwendungen und Umsatzsteuer-/Vorsteuerverbuchung</li> <li>• Buchungssatz und Kontenrahmen</li> <li>• Abschluss von Erfolgs- und Bestandskonten</li> <li>• Buchung gängiger Geschäftsvorfälle</li> <li>• Vorschriften und Rechtsgrundlagen, Organisation der Buchführung, Buchungstechnik</li> </ul> <p>Zudem werden grundlegende Fragestellungen der Rechnungslegung untersucht. Dabei werden zunächst die Ziele der Rechnungslegung vermittelt. Im Vergleich zwischen HGB und IAS werden anschließend die Unterschiede in Ansatz, Bewertung und Ausweis diskutiert. Des Weiteren behandelt die Veranstaltung die grundlegenden Ansatz- und Bewertungsfragen bei der Erstellung des handelsrechtlichen Einzelabschlusses und erläutert dessen Zweck. Auf der Grundlage von Basiskenntnissen werden die Gewinn- und Vermögenskonzeptionen in Abhängigkeit vom jeweiligen Rechnungszweck beurteilt.</p> <p>Dabei werden insbesondere folgende Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des handelsrechtlichen Einzelabschlusses: Teilgebiete des Rechnungswesens, Rechnungslegungspflichten, Rechnungslegungszwecke</li> <li>• Vermögens- und Gewinnkonzeption des handelsrechtlichen Einzelabschlusses: Rechtsgrundlagen, Ansatzvorschriften der Aktiv- und Passivseite, Bewertungsvorschriften der Aktiv- und Passivseite, Informationsvorschriften</li> <li>• Internationalisierung der Rechnungslegung: International Financial Reporting Standards, Internationalisierung des handelsrechtlichen Einzelabschlusses</li> </ul>

---

## NT\_12 GRUNDLAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_12
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Oliver Serfling
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung

<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	2. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Am Ende dieses Kurses sind die Studierenden in der Lage, den grundlegenden Arbeitsmechanismus im ökonomischen System zu beschreiben. Weiterhin können sie theoretische Grundlagen von Angebot und Nachfrage sowie von Konsumenten, Produzenten und des öffentlichen Sektors erläutern. Absolventen des Kurses können verschiedenste Mittel und Maßnahmen, welche die Wirtschaft kurzfristig und langfristig beeinflussen, erläutern. Die Studierenden können einfache schematische und algebraische Modelle der Mikro- und Makroökonomie lösen und Anwendungen, Einschränkungen und Verbesserungen in diesen Methoden entdecken.</p>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Burda, M., C. Wyplosz und M. Kleber (2009) <i>Makroökonomie: Eine europäische Perspektive</i>, 3. Auflage, München: Vahlen.</p> <p>Mankiw, N.G., M.P. Taylor und A. Wagner (2008) <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>, 4. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Pyndick, R.S. and D.L. Rubinfeld (2009) <i>Mikroökonomie</i>, 7. Auflage, München: Pearson Studium.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Dieser Kurs versorgt die Studierenden mit Basiskonzepten, Werkzeugen und mit theoretischen Grundlagen der Mikroökonomie. Die Hauptthemen, die dieser Kurs beinhaltet, sind unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökonomische Prinzipien</li> <li>• Angebot und Nachfrage</li> <li>• Ökonomie des öffentlichen Sektors</li> <li>• Produktionskosten und Organisation der Märkte</li> <li>• Ökonomie der Faktormärkte</li> <li>• Präferenzen von Konsumenten und Budgetnachteile</li> </ul> <p>Darüber hinaus bekommen die Studierenden eine kurze Einführung in die Spieltheorie, in Informationsproblemen sowie in die Prinzipal-Agent-Theorie.</p> <p>Dieser Kurs versorgt die Studierenden mit Basiskonzepten, Werkzeugen und theoretischen Grundlagen der Makroökonomie. Die Hauptthemen, die dieser Kurs beinhaltet, sind unter anderem:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makroökonomische Daten</li> <li>• Langfristige wirtschaftliche Entwicklung</li> <li>• Währungswirtschaft</li> <li>• Offene Wirtschaft</li> <li>• Kurzfristige Schwankungen</li> <li>• Effekte der Wirtschaftspolitik</li> </ul>
--	--

---

## NT\_13 STRATEGISCHES MARKETING UND KÄUFERVERHALTEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_13
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden können die wesentlichen Planungsaspekte des Strategischen Marketings benennen und sind mit wichtigen Planungsinstrumenten vertraut. Ferner sind die Möglichkeiten der Zielgruppenanalyse und –auswahl bekannt. Die Studierenden können strategische Instrumente und Konzepte auf den touristischen Bereich anwenden und sind in der Lage, strategische Planungssituationen im Tourismuskontext erfolgreich zu bearbeiten. Zudem können die vorherrschenden Ansätze der Käuferverhaltensforschung unterschieden und angewendet werden.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Backhaus, K. / Schneider, H. (2009) <i>Strategisches Marketing</i>, 2. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Berekhoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P. (2009) <i>Marktforschung, Methodische Grundlagen und praktische Anwendung</i>, 12. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p>

	<p>Foscht, T. / Swoboda, B. (2011) <i>Käuferverhalten: Grundlagen, Perspektiven, Anwendungen</i>. 4. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Kotler, P. et. al. (2011) <i>Grundlagen des Marketing</i>, 5. Auflage, München: Pearson Studium.</p> <p>Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A. (2013) <i>Konsumentenverhalten</i>, 10. Auflage, München: Vahlen.</p> <p>Meffert, H., C. Burmann / Kirchgeorg, M. (2011) <i>Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung</i>, 11. Auflage, Wiesbaden: GWV Fachverlage.</p> <p>Solomon, .I R. et al (2013) <i>Consumer Behaviour – A European Perspective</i>, 5th ed., Financial Times Prent.Int.</p> <p>Trommsdorff, V. (2011) <i>Konsumentenverhalten</i>, 8. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer.</p>
<p><b>INHALTE</b></p>	<p>Dieser Kurs legt einen Fokus auf die vom Unternehmen festzulegenden Marketingstrategien, die als Grundlagen bei der weiteren Planung und Anwendung dienen. Die Studierenden lernen so die wichtigsten Meilensteine, um ein effizientes Marketingkonzept zielführend umsetzen zu können. Zunächst werden jedoch grundlegende Kenntnisse zur Marketingforschung und die volkswirtschaftlich basierende Konsumententheorie behandelt, um so eine Grundlage des Marketingmanagements sicherstellen zu können. Im weiteren Verlauf erfolgt dann die Fokussierung auf das strategische Marketing. Dies sind einige Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingplanung</li> <li>• Marktsegmentierung und -Positionierung</li> <li>• Markenführung und –strategien</li> </ul> <p>Im Anschluss daran erfolgt ein kurzer Abschnitt zur Überführung der Strategien in den klassischen Marketing-Mix. Weiterhin wird kurz die Implementierung der Strategie inklusive Nutzung neuer Medien behandelt.</p> <p>Die Veranstaltung gibt einen Überblick über die aktuellen verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen des Käuferverhaltens, vom Kaufprozess über individuelle bis hin zu kollektiven Einflussfaktoren. Die Verbindung zwischen den verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen und der empirischen Erforschung des Käuferverhaltens im Tourismusmarkt steht dabei im Vordergrund. Es werden insbesondere folgenden Themengebiete behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Käuferverhalten im Tourismusmarkt</li> <li>• Modell des Kaufprozesses</li> <li>• Individuelle Determinanten des Kaufverhaltens</li> <li>• Verhaltenszustände 1: Involvement, Emotionen, Kognitionen</li> <li>• Verhaltenszustände 2: Konsummotive, Einstellungen, Produktimage</li> <li>• Verhaltensprozesse 1: Selektive Informationsaufnahme, Wahrnehmung und Lernen</li> <li>• Verhaltensprozesse 2: Denken, Entscheiden, Verhalten</li> <li>• Kollektive Determinanten des Kaufverhaltens</li> <li>• Grundlagen der Erforschung des Konsumentenverhaltens</li> <li>• Datenerhebungsmethode</li> </ul> <p>Durch zahlreiche Fallbeispiele wird die Praxisrelevanz für den Tourismusmarkt aufgezeigt.</p>

---

**NT\_14 INFORMATIONSTECHNOLOGIEN IM TOURISMUS**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_14
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitendes Praktikum
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die im Tourismus vorherrschenden Informationstechnologien zu benennen und haben ein grundlegendes Verständnis ihrer Funktionsweise. Sie haben ferner ein Verständnis für die wesentlichen Grundbegriffe der Informationstechnologie und können diese auf den Bereich des Tourismus übertragen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Geser, G. et al. (2007) <i>Tourismus-Trends &amp; IKT-Szenarien: Trendradar und Zukunftsszenarien im e-Tourismus. Informations- und Kommunikationstechnologien in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft</i>, 1. Auflage, Stuttgart: ITD-Verlag.</p> <p>Jaworski, J., S. Luppold, I. Behn-Künzel, R. Bochert, und S. Hörsch-Tadic (2010) <i>Informationstechnologie im Tourismus</i>, 1. Auflage, Uni-Edition.</p> <p>Schulz, A. et al (2010) <i>Grundlagen des Tourismus</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Schulz, Axel, Weithöner, Uwe und Goeck, Robert (Hrsg.) (2011) <i>Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme</i>, München, Oldenbourg.</p> <p>Werthner, H. und S. Klein (1999) <i>Information Technology and Tourism - A Challenging Relationship</i>, 1. Auflage, Wien: Springer Vienna.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Überblick über die verschiedenen Aspekte von Informationstechnologien. Die Anwendung im Tourismus wird hierbei sowohl aus der Perspektive des Konsumenten, als auch aus Anbietersicht beleuchtet.</p> <p>Dabei werden insbesondere folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben und Ziele der Informationstechnologie</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Hardware und Software</li> <li>• Organisation und Controlling des Einsatzes von Informationstechnologie</li> <li>• IT-Risikomanagement</li> <li>• Anwendungsgebiete von Geografischen Informationssystemen im Tourismus</li> <li>• Tourismus Websites: Akzeptanz von Informationstechnologien im Tourismus, Tourismus Websites Evaluierung</li> <li>• Einführung in Intelligente Reservierungs- und Buchungssysteme: Entscheidungsunterstützungssysteme, Reiseberatungssysteme</li> <li>• Suchmaschinen: domainspezifische Suchmaschinen, Auffindbarkeit von touristischen Angeboten im Web</li> </ul> <p>Anhand von Praxisbeispielen wird der Einsatz von Informationstechnologie in touristischen Unternehmen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet.</p>
--	--

---

## NT\_15 RECHT IM TOURISMUS

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_15
<b>KURSE</b>	NT_15.1 Wirtschaftsrecht NT_15.2 Reiserecht
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Ziel des Moduls ist es Studierende an (steuer-)rechtliche Inhalte mit Bezug zur Tourismuswirtschaft heranzuführen. Studierende erlernen die Interpretation und Überprüfung relevanter Gesetzestexte und die Anwendung solcher.</p> <p>Der Kurs Wirtschaftsrecht soll die Studierenden in die Lage versetzen, Sachverhalte des Wirtschaftsrechts juristisch einzuordnen. Sie sollen die wesentlichen Rechtsprobleme in</p>

	<p>Bezug auf die Tätigkeiten in der Tourismuswirtschaft erkennen können, insbesondere hinsichtlich der Gründung und des Betriebs von Reiseveranstaltern und -büros, der Führung von Mitarbeitern, öffentlich-rechtlicher Anforderungen an Beherbergungseinrichtungen, sowie des Lauterkeitsrechts. Einfache typische Fallkonstellationen sollen sie selbständig außergerichtlich lösen und deren Bedeutung für die praktische Tätigkeit bewerten können. Sie sollen darüber hinausgehende juristische Sachverhalte identifizieren und die notwendige Veranlassung zur weiteren juristischen Klärung erkennen können.</p> <p>Der Kurs Reiserecht soll die Studierenden in die Lage versetzen, Sachverhalte des Reiserechts juristisch einzuordnen. Sie sollen die wesentlichen Rechtsprobleme in den Beziehungen von Reiseveranstaltern, Reisevermittlern und Kunden erkennen können. Einfache typische Fallkonstellationen sollen sie selbständig außergerichtlich lösen und deren Bedeutung für die praktische Tätigkeit bewerten können. Sie sollen darüber hinausgehende juristische Sachverhalte identifizieren und die notwendige Veranlassung zur weiteren juristischen Klärung erkennen können.</p>
--	--

---

**NT\_15.1 WIRTSCHAFTSRECHT**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Führig E. (2010) <i>Reiserecht</i>, 6. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller.</p> <p>Jaschinski C., A. Hey, C. Kaesler (2011) <i>Wirtschaftsrecht</i>, 6. Auflage, Rinteln: Merkur.</p> <p>Lange K. (2009) <i>Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht</i>, 5. Auflage, München: Vahlen.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse des Wirtschaftsrechts in Anlehnung an das BGB und HGB. Weiterhin werden wichtige wirtschaftsrechtliche Begrifflichkeiten behandelt und erläutert. Es werden unter anderem diese Inhalte gelehrt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Handelsgeschäfte im Tourismus</li> <li>• Gesellschaftsrecht, Formen und Gründung von Unternehmen</li> <li>• Einführung in das Insolvenzrecht</li> <li>• Arbeitsrechtliche Grundlagen</li> <li>• Öffentliches Recht der Beherbergung</li> <li>• Wettbewerbsrecht und Preisangaben im Tourismus</li> <li>• Abmahnsicherer Internetauftritt</li> <li>• Anforderungen an die Reisekataloggestaltung</li> </ul>

---

**NT\_15.2 REISERECHT**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP

<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Fühlig E. (2011) <i>Basiswissen Reiserecht: Grundriss des Reisevertrags- und Individualreiserechts</i> , 2. Auflage, München: Vahlen.  Fühlig E. (2010) <i>Reiserecht</i> , 6. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller.
<b>INHALTE</b>	In diesem Modul werden die erlangten Kenntnisse dazu genutzt relevante Inhalte des Reiserechts zu behandeln. Folgende Inhalte werden unter anderem gelehrt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Reiserechts im BGB</li> <li>• Reisevertrag der Pauschalreise</li> <li>• Reisevertragsabschlüsse im Internet</li> <li>• Allgemeine Geschäftsbedingungen im Reisevertrag</li> <li>• Reisepreis und Insolvenzschutz</li> <li>• Informationspflichten des Reiseveranstalters</li> <li>• Leistungs- und Preisänderungen</li> <li>• Reisemängel und Verbraucherrechte</li> <li>• Individualreiserecht</li> <li>• Beförderungsrecht bei Flug, Reisen mit Bahn, Schiff und Bus</li> <li>• Beherbergungsrecht in Hotel und Ferienwohnung</li> <li>• Besonderheiten bei Jugendreisen</li> </ul>

---

## NT\_16 TOURISMUSFORMEN UND VERKEHR

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_16
<b>KURSE</b>	NT_16.1 Pauschal- und. Individualtourismus  NT_16.2 Verkehr im Tourismus
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine

<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Absolventen des Kurses lernen die wichtigsten Verkehrsträger und ihre Bedeutung für den Tourismus kennen. Sie kennen die aktuelle Marktsituation, können Entwicklungstrends im touristischen Verkehr aufzeigen und mögliche Probleme in Bezug auf die Mobilität erläutern.</p> <p>Studierende lernen den Pauschalismus vom Individualismus abzugrenzen. Sie lernen die Besonderheiten des Produktes Pauschalreise und seine spezifischen Elemente kennen und erhalten einen Überblick über das Prinzip des Yield Managements. Des Weiteren erhalten sie Einblick in verschiedene Formen des Individualismus und deren Besonderheiten.</p>

---

#### NT\_16.1 PAUSCHAL- UND INDIVIDUALTOURISMUS

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Mundt, J.W. (2011) <i>Reiseveranstaltung. Lehr- und Handbuch</i>, 7. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Von Dörnberg, A., Freyer, W. , Sülberg, W. (2012) <i>Reiseveranstalter-Management: Funktionen, Strukturen, Management</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Individualismus: diverse Quellen, u.a. vom Dt. Tourismusverband und vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In diesem Kurs werden die Bereiche Individual- und Massentourismus voneinander abgegrenzt. Zunächst erfolgt die Definition des Produktes der Pauschalreisen inklusive der Diskussion des gesamten Konzeptes und der Elemente.</p> <p>Zudem werden verschiedene Formen von Individualreisen untersucht und in Bezug auf Angebot, Nachfrage und Charakteristika besprochen, u.a. werden behandelt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wandertourismus</li> <li>• Radtourismus</li> <li>• Backpacking</li> <li>• Camping/Caravaning</li> </ul>

---

#### NT\_16.2 VERKEHR IM TOURISMUS

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60

<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Groß, S. (2011) <i>Tourismus und Verkehr</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Schulz, A. (2008) <i>Verkehrsträger im Tourismus</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Conrady, R; Fichert, F. und Sterzenbach, R. (2012) <i>Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch</i>, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Im Kurs Verkehr wird der Fokus auf die Verkehrsträger im Tourismus gelegt. Neben einer allgemeinen Einführung in die Thematik Verkehr sowie Verkehr und Tourismus wird in Rahmen der Veranstaltung das Angebot die aktuelle Marktsituation der einzelnen touristischen Leistungsträger im Verkehr analysiert. Des Weiteren werden mögliche Trends der weiteren Entwicklung aufgezeigt. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die folgenden Verkehrsbe- reiche gelegt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luftverkehr</li> <li>• Bahnverkehr</li> <li>• Straßenverkehr, v.a. Busverkehr, Mietwagen</li> </ul>

---

## NT\_17 SOZIOKULTURELLE ASPEKTE IM TOURISMUS

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_17
<b>KURSE</b>	<p>NT_17.1 Inklusion im Tourismus</p> <p>NT_17.2 Soziologische Aspekte des Tourismus</p>
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung

<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Im Zuge des Moduls werden die Studierenden in die Lage versetzt tourismusspezifische soziokulturelle Aspekte zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Wichtigkeit entlang ausgewählter Dimensionen zu klassifizieren.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden das Thema der Inklusion in einen tourismusrelevanten Gesamtzusammenhang einordnen, existierende Konzepte zur sozialen Inklusion und Barrierefreiheit im Tourismus analysieren, und eigenständig Ideen für alternative Möglichkeiten entwickeln.</p> <p>Darüber hinaus werden die Studierenden mit weiteren soziologischen den Tourismusbereich betreffenden Themen vertraut gemacht und dazu befähigt eben solche skizzieren und bezüglich des gesellschaftlichen Wandels einzuordnen sowie Wirkungen und Probleme abzuschätzen.</p>

---

**NT\_17.1 INKLUSION IM TOURISMUS**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>BMWi (2008) <i>Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung</i>, Berlin: BMWi.</p> <p>Lichem-Güttner, C. (2010) <i>Barrierefreier Tourismus: auch für Menschen mit geistiger Behinderung?: Rahmenbedingungen, Empfehlungen und Maßnahmen für die Inklusion von Menschen mit geistiger Behinderung im Tourismus</i>, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.</p> <p>Lilienthal, A. (2007) <i>Der Reisemarkt für Senioren</i>, Bremen: Salzwasser.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In einem ersten Schritt werden die Konzepte von Integration und Inklusion voneinander abgegrenzt und die Bedeutung der Barrierefreiheit und Selbstbestimmung für den Tourismus erläutert. Das Thema der Inklusion im Tourismus betrifft letztendlich alle (potentiellen) Touristentypen und Personengruppen mit speziellem Fokus auf Menschen mit geistiger und/oder körperlicher Behinderung, ältere Menschen, Kinder- und Jugendliche, und Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen.</p> <p>Intensiv werden die besonderen Bedürfnisse der Zielgruppe mobilitäts- und aktivitätseingeschränkter Menschen besprochen und untersucht, sowie bestehende Tourismuskonzepte für die Inklusion ebendieser analysiert. Darauf aufbauend werden mögliche Erweiterungen bestehender Konzepte, sowie neue Ansätze vor allem auch in Bezug auf die bislang noch weniger betrachteten anderen Gruppen diskutiert.</p> <p>Die Analyse der Themen erfolgt sowohl hinsichtlich ethischer, sozio-kultureller, und politischer Aspekte als auch aus ökonomischer Sicht. Hierbei muss Inklusion nicht nur als Herausforderung begriffen werden. Sie bietet auch aus ökonomischer Perspektive Chancen bezüglich Vielfältigkeit, Innovation und Effizienz.</p>

---

**NT\_17.2 SOZIOLOGISCHE ASPEKTE DES TOURISMUS**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Freyer, W. (2011) <i>Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Giddens, A., C. Fleck und M. Egger de Campo (2009) <i>Soziologie</i>, Graz, Wien: Nausner &amp; Nausner.</p> <p>Kiefl, W., R. Bachleitner und J. Kagelmann (2005) <i>Lexikon zur Tourismussoziologie</i>, München: Profil.</p> <p>Opaschowski, H. (2008) <i>Einführung in die Freizeitwissenschaft</i>, Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die tourismusspezifische Soziologie untersucht verschiedenste Bereiche des Tourismus in ihrer gesellschaftlichen Dimension. In einem ersten Schritt werden touristische Phänomene anhand soziologischer Theorien erläutert. In einem zweiten Schritt werden soziologische Themen analysiert und auf tourismusspezifische Aspekte hin untersucht, insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertewandel</li> <li>• Spaßgesellschaft</li> <li>• Leistungsgesellschaft</li> <li>• Identität und Selbstverwirklichung</li> <li>• Nationalstolz</li> <li>• zwischenstaatlicher Wettbewerb</li> <li>• Völkerverständigung</li> <li>• Akkulturation</li> </ul> <p>Darüber hinaus wirkt sich der vollziehende Wandel des Freizeitverhaltens in den Gesellschaften der Industrienationen im Allgemeinen, auch auf Aspekte des Tourismus im engeren Sinne aus. Die daraus resultierenden Chancen und Risiken werden anhand soziologischer und empirischer Methoden näher beleuchtet.</p>

---

**NT\_18 PROJEKT**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_18
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Projekt

<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGELOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	AT_5 Projekt- und Konfliktmanagement; AT_6 Methodik wissenschaftlichen Arbeitens
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit (Projektdokumentation)
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Das Projekt im 3. Semester des Studiengangs Nachhaltiger Tourismus zielt darauf ab, dass die Studierenden ein praktisches Problem aus dem Gebiet des Tourismus in Teams bearbeiten. Dabei sollen mehrere Detailziele erfüllt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Kenntnisse aus dem Studium sollen auf ein praktisches Problem transferiert werden</li> <li>• Kernkompetenzen des Projektmanagements sollen eingeübt werden wie z.B. : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zusammenarbeit im Team</li> <li>○ Projektorganisation</li> <li>○ Zeit- und Ressourcenplanung</li> </ul> </li> </ul> <p>Die möglichen Projektthemen werden Anfang des Semesters, in der Regel in der ersten Semesterwoche, allen Studierenden präsentiert. Bei den Themen handelt es sich um praxisrelevante Themen (im Gegensatz zur Projektarbeit im siebten Semester, bei der es um die Bearbeitung eines eher theoretischen Themas geht). Nach Möglichkeit handelt es sich um Projekte, die im Auftrag von touristischen Anbietern durchgeführt werden.</p>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Bohnic, T. (2010) <i>Grundlagen des Projektmanagements. Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter</i>. 4. Auflage, Offenbach: Gabal.</p> <p>Bea, F. X. / Scheuer, S. / Hesselmann, S.: <i>Projektmanagement</i>. 2. Auflage, Stuttgart: UVK Lucius.</p> <p>Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing Manual</i>, mimeo.</p> <p>Garten, M. (2004) <i>Best Business Presentations: Expertenwissen für Multimediapräsentationen und professionelle Vorträge</i>, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Die inhaltsbezogene Literatur variiert je nach Projektthema.</p>
<b>INHALTE</b>	Nachdem die zur Verfügung stehenden Themen in der ersten Woche des neuen Semesters präsentiert wurden, können die Studierenden sich innerhalb einer Woche einem Thema zuordnen. Damit alle Themen besetzt werden können, behalten sich die Seminarleiter vor, ein Thema nötigenfalls auch „zuordnen“ zu können (nach Rücksprache). Jedes Thema sollte

	<p>von einem Team von <u>maximal fünf</u> Studierenden bearbeitet werden.</p> <p>In der zweiten Semesterwoche (nach erfolgter Zuordnung) erfolgt durch jede auftraggebende Organisation ein ca. einstündiges Briefinggespräch, bei dem die Studierenden Fragen stellen können und wichtige Rahmenbedingungen geklärt werden. Jeder „Auftraggeber“ stellt für die Studierenden einen Ansprechpartner für inhaltliche Fragen zur Verfügung. Jedes Projekt wird zudem durch einen Professor der Hochschule Rhein-Waal betreut, der die akademisch-fachliche Betreuung übernimmt.</p> <p>Während des Semesters wird das Projekt durch die Studierenden durchgeführt und bei Bedarf Rücksprache mit den Betreuern genommen. Gegen Ende des Semesters werden die Ergebnisse des Projektes dem Auftraggeber persönlich präsentiert.</p> <p>Die Benotung erfolgt durch den betreuenden Professor auf Basis der Projektdokumentation. Um eine ggf. differenzierte Benotung zu ermöglichen, ist in der Dokumentation zu kennzeichnen, welches Teammitglied zu welchem Kapitel beigetragen hat. Im Anhang können ggf. Teile des Ergebnisses dargestellt werden. Bei der Anfertigung des Dokuments sind die Regeln des Academic Writing Manuals der Fakultät zu berücksichtigen</p>
--	---

---

## NT\_19 ANGEWANDTES MANAGEMENT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_19
<b>KURSE</b>	NT_19.1 Operatives Marketing-Management NT_19.2 Personalmanagement und Organisation
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>ECTS-PUNKTE</b>	6 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	6 SWS
<b>WORKLOAD</b>	180 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3,6 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	AT 4.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre; AT 13 Strategisches Marketing und Käuferverhalten
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung oder eine Kombination

<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind mit wesentlichen Aspekten des operativ-taktischen Managements vertraut. Primär in den Feldern des operativen Marketing-Managements und der Personal- und Organisationswirtschaft sind die Studierenden in der Lage, auch komplexere Problemstellungen zu verstehen und auf die Tourismuswirtschaft zu übertragen. Vor allem können die Teilnehmer konkrete Maßnahmen im Marketing für den Tourismus ableiten und hinsichtlich ihrer Eignung beurteilen. Im Rahmen der Personalwirtschaft und Organisation können die Studierenden typische personal- und organisationswirtschaftliche Problemstellungen eines touristischen Unternehmens benennen und praktische Lösungen entwickeln.
-----------------------------------	---

---

#### NT\_19.1 OPERATIVES MARKETING-MANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	4 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	120 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Freter, H. (2004) <i>Marketing. Die Einführung mit Übungen</i>, München: Pearson.</p> <p>Kotler, P. / Keller, K. L. / Bliemel, F. (2007) <i>Marketing-Management</i>, 12. Auflage, München: Pearson.</p> <p>Kotler, P. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) <i>Grundlagen des Marketing</i>. 5. Auflage, München: Pearson.</p> <p>Meffert, H. / Burmann, C. / Kirchgeorg, M. (2011) <i>Marketing</i>. 11. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Der Kurs behandelt die wichtigsten Maßnahmenbereiche des Marketing-Mix und stellt dabei sowohl traditionelle Instrumente als auch neuere Entwicklungen (z.B. Social Media Marketing) in den Vordergrund. Im Einzelnen werden thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingbegriff und Marketingentscheidungen</li> <li>• Produktpolitik</li> <li>• Preispolitik</li> <li>• Kommunikationspolitik</li> <li>• Distributionspolitik</li> <li>• Kundenmanagement – Querschnittsperspektive im Marketing</li> </ul>

---

#### NT\_19.2 PERSONALMANAGEMENT UND ORGANISATION

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h

<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Holtbrügge, D. (2010) <i>Personalmanagement</i>, 4. Auflage, Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>Jones, G.R. und Bouncken, R.B. (2008) <i>Organisation: Theorie, Design und Wandel</i>, 5. Auflage, München: Pearson.</p> <p>Kieser, A. und Walgenbach, P. (2010) <i>Organisation</i>, 6. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Olfert, K. (2010) <i>Personalwirtschaft</i>, 14. Auflage, Herne: NWB.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Der Kurs beschäftigt sich mit organisationalen und personalen Fragestellungen und der Vermittlung von Kernkompetenzen in beiden Bereichen.</p> <p>Es werden zunächst organisationstheoretische Grundlagen behandelt und unterschiedliche Theorieansätze detaillierter dargestellt, beispielsweise der klassische Bürokratieansatz. Ein etwas neuerer Ansatz bei der Organisationstheorie stellt das Human Resource Management dar. Dieser Ansatz wird tiefergehend behandelt. Es erfolgt hierzu die Vermittlung von Kenntnissen im Bereich des Personalmanagements. Unter anderem wird folgendes behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung des Personalbedarfs und –bestands</li> <li>• Personalbeschaffungswege</li> <li>• Aufgaben der Personalentwicklung inkl. Anreizmechanismen</li> <li>• Personelle Organisationsstrukturen</li> </ul>

---

## NT\_20 PLANUNG UND KONTROLLE UNTERNEHMERISCHER ENTSCHEIDUNGEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_20
<b>KURSE</b>	<p>NT_20.1 Spieltheorie</p> <p>NT_20.2 Controlling und Risikomanagement</p>
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Ralf Bauer
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	AT 7.2 Internes Rechnungswesen

<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung in der Lage, Herausforderungen im Controlling zu analysieren und eine Empfehlung für eine Entscheidung abzugeben.

---

NT\_20.1 SPIELTHEORIE

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitendes Praktikum
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Gibbons, R.(1992) <i>Primer in Game Theory</i> . Harlow: Pearson.
<b>INHALTE</b>	<p>Der Kurs beinhaltet eine systematische Einführung in die Spieltheorie. Neben der Vermittlung grundlegender spieltheoretischer Methoden geht es darum, Anwendungsbeispiele aus dem Bereich der Tourismuswirtschaft darzustellen und praktisch im Labor zu testen. Im Einzelnen werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Statische Spiele mit vollständiger Information</li> <li>• Dynamische Spiele mit vollständiger Information</li> <li>• Statische Spiele mit unvollständiger Information mit Anwendungen u.a. auf Duopolmärkte, Markteintrittsentscheidungen, Auktionen, Verhandlungen</li> </ul>

---

NT\_20.2 CONTROLLING UND RISIKOMANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Haberstock, L. (2008) <i>Kostenrechnung I</i>, Berlin: Schmidt Verlag.</p> <p>Horvath, P. (2011) <i>Controlling</i>, 12. Auflage, München: Vahlen.</p> <p>Scherm; E. / Pietsch, G. (2004) <i>Controlling</i>, München: Vahlen.</p>
<b>INHALTE</b>	Die Veranstaltung vermittelt eine Übersicht über die Weite des Controlling. Nach einer allgemeinen Einführung und einer Auffrischung der Kostenrechnung werden ausgewählte, für den Studiengang relevante Themenkomplexe erörtert: Verrechnungspreise und Yield Ma-

	<p>nagement als Konzepte zur Steuerung von Unternehmensentscheidungen. Zudem wird den Studierenden die Wichtigkeit des Controlling auf Managementebene gelehrt. Abschließend werden den Studierenden die für ein Unternehmen wesentlichen Risikoarten vorgestellt und insbesondere das Projektrisiko- und das Preisrisikomanagement detailliert erläutert.</p> <p>Die Veranstaltung behandelt insbesondere folgende Thematiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Controlling</li> <li>• Kostenrechnung</li> <li>• Verrechnungspreise</li> <li>• Yield Management</li> <li>• Strategisches Controlling</li> <li>• Risikomanagement (Übersicht und Diskussion ausgewählter Risiken)</li> </ul> <p>Die theoretisch vermittelten Konzepte werden durch eine begleitende Übung praktisch unterstützt.</p>
--	--

---

## NT\_21 UNTERNEHMERISCHE SOZIALVERANTWORTUNG UND INTERKULTURELLES MANAGEMENT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_21
<b>KURSE</b>	NT_21.1 Interkulturelles Management NT_21.2 Unternehmerische Sozialverantwortung
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Das Modul sensibilisiert die Studierenden für kulturelle Vielfalt und ein unternehmerisch verantwortungsbewusstes Handeln.</p> <p>Absolventen des Kurses Unternehmerische Sozialverantwortung können Theorien und das</p>

	<p>Konzept hierzu erläutern und in einen internationalen Kontext bringen. Die Studierenden können die Bedeutung von unternehmerischer Sozialverantwortung in der heutigen Zeit bestimmen und sind in der Lage ihr Wissen zur Strategieentwicklung und Umsetzung anzuwenden. Weiterhin können sie die verschiedenen Konzepte kritisch bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss mit den wesentlichen Aspekten interkulturellen Handelns vertraut. Dies geschieht sowohl in theoretischer als auch in praktischer Hinsicht. Die vermittelten Konzepte ermöglichen eine Analyse kultureller Unterschiede in verschiedenen Ländern, wobei ein direkter Anwendungsbezug, v.a. im Management, durch entsprechende Fallbeispiele gewährleistet wird.</p>
--	---

---

#### NT\_21.1 INTERKULTURELLES MANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Hofstede, G., Hofstede, G. J. (2011) <i>Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management</i>, 5. Auflage, München: dtv.</p> <p>Luthans, F. and Doh, J.P. (2012) <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i>, 8th ed., New York: McGraw Hill.</p> <p>Mead, R. and Andrews, T. G. (2009) <i>International Management: Culture and Beyond</i>, 4<sup>th</sup> ed., New York: Wiley-Blackwell.</p> <p>Rothlauf, Jürgen (2012) <i>Interkulturelles Management</i>, 4. Auflage, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Vorlesung gibt einen allgemeinen Überblick über die Problemfelder und Methoden des interkulturellen Managements. Hierbei werden grundlegende theoretische und praktische Aspekte interkulturellen Managements in internationalen Wirtschaftsbeziehungen behandelt.</p> <p>Zum Erwerb interkultureller Handlungsfähigkeit und Kompetenzen ist es erforderlich, die Bedeutung kultureller Einflüsse auf die menschliche Entwicklung und Verhalten bewusst zu machen. Daher werden grundlegende Aspekte nicht nur theoretisch, sondern auch an Fallbeispielen einer praktischen Anwendung unterzogen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist Kultur?</li> <li>• Grundprobleme des interkulturellen Managements</li> <li>• Theoretische Kulturmodelle</li> <li>• Interkulturelle Kompetenz</li> <li>• Selbst- und Fremdbilder</li> <li>• Unternehmens- und Organisationskulturen</li> <li>• Interkulturelle Kommunikation und Personalführung</li> </ul>

---

#### NT\_21.2 UNTERNEHMERISCHE SOZIALVERANTWORTUNG

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
-------------------	-----

<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Blowfield, M. and A. Murray (2008) <i>Corporate Responsibility: A Critical Introduction</i>, Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Hardtke, A. und A. Kleinfeld (2010) <i>Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung</i>, Wiesbaden: Springer.</p> <p>Stoll, B. (2009) <i>Sozial und ökonomisch handeln: Corporate Social Responsibility kleinerer und mittlerer Unternehmen</i>, Frankfurt/Main: Campus Verlag.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Der Kurs gibt einen Überblick über die klassischen und aktuellen Theorien und Modelle zur unternehmerischen Sozialverantwortung. Weiterhin werden in dem Kurs verschiedene Aspekte und die Kritik an dem Modell diskutiert.</p> <p>Unter anderem werden die folgenden Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Aspekte der unternehmerischen Sozialverantwortung</li> <li>• Vor- und Nachteile des Modells für Unternehmen</li> <li>• Anwendung der Methoden anhand vereinfachter praktischer Beispiele</li> <li>• Die Rolle von Nachhaltigkeit</li> <li>• Das institutionelle Umfeld von unternehmerischer Sozialverantwortung</li> </ul>

---

## NT\_22 FINANZIERUNG UND BESTEUERUNG

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_22
<b>KURSE</b>	<p>NT_22.1 Unternehmensfinanzierung</p> <p>NT_22.2 Besteuerung in der Tourismuswirtschaft</p>
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Ralf Bauer
<b>ECTS-PUNKTE</b>	6 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	180 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3,6 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung

<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_7 Mathematik und Internes Rechnungswesen
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung in der Lage, Investitionsprojekte und deren Finanzierung zu analysieren und zu bewerten.

---

#### NT\_22.1 UNTERNEHMENSFINANZIERUNG

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	4 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	120 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Berk, J., deMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, Pearson, 2011.</p> <p>Brealey, R., Myers, S., Allen, F.: <i>Principles of Corporate Finance</i>, 2<sup>nd</sup> ed., McGraw-Hill, 2010.</p> <p>Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, 2009.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Unternehmensfinanzierung beschäftigt sich mit den Investitions- und Finanzierungsentscheidungen von Unternehmen. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden den Studierenden die wichtigsten Formen der Unternehmensfinanzierung und Kennzahlen präsentiert. Methoden der Investitionsrechnung sowie die Bewertung von Finanzierungsströmen (Zinsen und Risiko) werden theoretisch sowie im praktischen Übungsteil behandelt. Die Studierenden werden in die Grundlage der Portfoliotheorie mit den Aspekten Rendite, Risiko und Risikodiversifikation eingeführt. Abschließend werden Termingeschäfte (Futures/ forwards und Optionen) erläutert.</p> <p>Die Veranstaltung behandelt insbesondere folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Finanzmathematik (Wiederholung und Erweiterung)</li> <li>• Grundbegriffe der Finanzierung</li> <li>• Systematik der Unternehmensfinanzierung</li> <li>• Investitionsrechnung</li> <li>• Bewertung von Finanzierungsströmen</li> <li>• Grundlagen der Portfoliotheorie (Rendite, Risiko und Diversifikation)</li> <li>• Termingeschäfte</li> </ul>

---

#### NT\_22.2 BESTEUERUNG IN DER TOURISMUSWIRTSCHAFT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60

<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Haberstock, L., Breithecker, V. und Klapdor, R. (2010) <i>Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre</i>, 15. Auflage, Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Scheffler, W. (2009) <i>Besteuerung von Unternehmen</i>, Band 1, 11. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller Verlag.</p> <p>Wolf, C. (2010) <i>Umsatzsteuer in der Touristik</i>, Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse im Bereich der Steuerlehre (Grundbegriff, Systematik, Rechtsquellen). Besonderer Wert wird darauf gelegt, dass die Studierenden die grundlegenden Denkweisen im Steuerrecht kennen lernen und später ermes sen können, wann sie Beratungsbedarf haben, sowie erhaltenen steuerlichen Rat auch umsetzen können. Unter anderem werden dazu folgende Inhalte gelehrt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkommens- und Körperschaftssteuer <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Steuersubjekte</li> <li>○ Ermittlung der Bemessungsgrundlage</li> <li>○ Steuertarif</li> </ul> </li> <li>• Umsatzsteuer <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Steuerbare Umsätze (§ 1 UStG)</li> <li>○ Unternehmer und Unternehmen (§ 2 UStG)</li> <li>○ Lieferung und sonstige Leistungen (§ 3 UStG)</li> <li>○ Besteuerungsort im Tourismus (§§ 3a, 3b und 3e UStG)</li> <li>○ Steuerbefreiungen im Tourismus (§ 4 UStG)</li> <li>○ Bemessungsgrundlage (§ 10 UStG)</li> <li>○ Steuersätze für touristische Dienstleistungen (§ 12 UStG)</li> <li>○ Beförderungseinzelbesteuerung (§ 16 UStG)</li> <li>○ Reverse Charge (§ 13b UStG)</li> <li>○ Nullsatz (§ 26 UStG) und Margenbesteuerung (§ 25 UStG)</li> </ul> </li> </ul>

---

## NT\_23 UNTERNEHMENSPLANSPIEL

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_23
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Ralf Klapdor
<b>LEHRFORM</b>	Projekt
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	6 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	180 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3,6 %

<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	AT_4.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre; AT_7.2 Internes Rechnungswesen
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit / Präsentation
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Bei dieser computergestützten Wirtschaftssimulation wenden die Studierenden die gelernten Konzepte und Modelle aus dem gesamten Studium an. Gesamtwirtschaftliche Abläufe, Marketing und Entscheidungen des Finanzmanagement kommen hier zur Anwendung. Studierende bekommen die Möglichkeit in Entscheidungssituationen gelerntes Wissen praktisch anzuwenden.</p> <p>Durch die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul verbessern die Studierenden ihre grundlegenden Fähigkeiten (Modul AT_6) in den Bereichen Rhetorik, Präsentationstechniken und Teamarbeit. In Kleingruppen bearbeiten die Studierenden ihre Aufgabenstellungen, fällen gemeinsam Entscheidungen und erläutern bzw. verteidigen diese vor dem gesamten Kurs in einer abschließenden Präsentation.</p> <p>Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktoren, die die Effektivität von Handlungsabläufen innerhalb eines Unternehmens beeinflussen zu identifizieren</li> <li>• Gelernte Verhaltensmuster und -strategien in der Unternehmensführung anzuwenden. Insbesondere in Kompetenzbereichen wie Strategie, Marketing und Finanzierung</li> <li>• Kritisch den Nutzen und die Relevanz von theoretischen Modellen des strategischen Managements und der Unternehmensführung aus dem gesamten Studium beurteilen zu können</li> </ul> <p>Darüber hinaus erlangen die Studierenden die Fähigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallstudien auf Basis vorgegebener Themen aus den Bereichen Finanzmanagement, Ressourcenmanagement und Marktorientiertes Management selbstständig bearbeiten und die Ergebnisse präsentieren zu können</li> <li>• Theoretisches Wissen im Bereich Unternehmensführung mit Hilfe einer computerbasierten Simulation praktisch anzuwenden</li> <li>• Komplexe Entscheidungssituationen unter Unsicherheit beurteilen zu können und entsprechende Handlungsempfehlungen ableiten</li> </ul>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Entsprechende Fachliteratur zu den jeweiligen Themen und den jeweils eingesetzten Simulationen
<b>INHALTE</b>	<p>Die Veranstaltung behandelt alle relevanten Entscheidungsebenen in der Unternehmensführung. Dabei wird der gesamte Prozessablauf eines Unternehmens simuliert. Inhalte sind unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führung eines realitätsnahen Planspielunternehmens</li> <li>• Wirkung von marktwirtschaftlicher Konkurrenz</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausarbeitung eines Planungsinstrumentariums</li> <li>• Aufbau transparenter und zielführender Entscheidungsprozesse im Team</li> <li>• Optimale Abstimmung aller Unternehmensbereiche</li> <li>• Einbeziehung volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen/ Szenarien</li> <li>• Interpretation und Analyse der Daten des Berichtswesens</li> <li>• Analyse gewählter Strategien in Hinblick auf die Unternehmensziele</li> </ul> <p>Die Studierenden entwickeln gemeinsame Gruppenziele und verfolgen diese in ihrem simulierten Unternehmen. Die Ergebnisse werden anschließend präsentiert und diskutiert.</p>
--	---

---

## NT\_24 ENTWICKLUNGSPOLITIK UND INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_24
<b>KURSE</b>	NT_24.1 Entwicklungspolitik und Tourismus NT_24.2 Handelspolitik und Internationale Beziehungen
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Das Modul befähigt Absolventen den Tourismus in einen globalen, internationalen Kontext zu bringen und in einen Handels- und entwicklungspolitischen Kontext einzuordnen. Dabei werden Bezüge zu Theorien internationaler Beziehungen sowie internationaler Entwicklungs- und Handelspolitik hergestellt.

## NT\_24.1 ENTWICKLUNGSPOLITIK UND TOURISMUS

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und begleitende Übung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Mowforth, Martin and Munt, Ian (2009) <i>Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World</i>, 3. Auflage, London: Routledge.</p> <p>Stockmann, R., U. Menzel und F. Nuscheler (2010) <i>Entwicklungspolitik Theorien – Probleme – Strategien</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Telfer, Timothy and Sharpley, Richard (2008) <i>Tourism and Development in the Developing World</i>, 2. Auflage, London: Routledge.</p> <p>Vorlauffer, K. (1996) <i>Tourismus in Entwicklungsländern: Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr</i>, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Der Kurs behandelt die Grundlagen im Bereich Entwicklungsländer, Entwicklungspolitik und deren Umsetzung in die Entwicklungszusammenarbeit sowie die Rolle des Tourismus in diesem Bereich.</p> <p>Nach einer Einführung zu dem Thema menschliche Entwicklung, werden die Charakteristika von entwicklungs- und Schwellenländern diskutiert. Darauf aufbauend werden verschiedene Entwicklungstheorien und –strategien sowie Entwicklungsprobleme diskutiert und die Grundzüge der internationalen Entwicklungszusammenarbeit erläutert. Anschließend werden die Besonderheiten des Tourismus in Entwicklungsländer herausgearbeitet, Chancen und Risiken des Tourismus als mögliches Instrument der Entwicklungszusammenarbeit bewertet und besondere Formen des Tourismus in Entwicklungsländer erläutert.</p>

## NT\_25.2 HANDELSPOLITIK UND INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Auth, G. (2008) <i>Theorien der internationalen Beziehungen kompakt</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Krugman, P. and M. Obstfeld (2009) <i>Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft</i>, 8. aktualisierte Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Letzner, V. (2010) <i>Tourismusökonomie: Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen</i>, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	Der Kurs gibt eine Einführung in die Theorien Internationaler Beziehungen, der Handelspoli-

	<p>tik, sowie deren Verknüpfung.</p> <p>Hierzu wird in einem ersten Schritt das Gebiet der Internationalen Beziehungen als akademische Disziplin definiert, sowie die wichtigsten Theorieansätze skizziert. In einem zweiten Schritt werden die grundlegenden Konzepte der Handelstheorie und -politik aufgezeigt. Die Handelstheorie und -politik beschäftigt sich mit dem Austausch von Kapital, Gütern und Dienstleistungen über Staatsgrenzen hinweg und ist somit eng mit dem allgemeinen Gebiet der Internationalen Beziehungen verwoben.</p> <p>Abschließend wird die Rolle des Tourismus in diesen Bereichen herausgearbeitet.</p>
--	--

---

## NT\_25 SPEZIELLE ASPEKTE DES NACHHALTIGEN TOURISMUS

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_25
<b>KURSE</b>	NT_25.1 Tourismus in Regionen NT_25.2 Alternative Tourismusformen NT_25.3 Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	6 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	6 SWS
<b>WORKLOAD</b>	180 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3,6 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Die Studierende kennen die Besonderheiten des Tourismus in Regionen und können darauf basierend neue Ansätze entwickeln. Hierbei können die Studierenden die Fähigkeiten nicht nur auf nationale Fälle anwenden, sondern dies auch in einem internationalen Umfeld.</p> <p>Weiterhin können die Absolventen verschiedene alternative Tourismusarten und ihre Charakteristika detailliert beschreiben, die Vor- und Nachteile abwägen. Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über die aktuelle Situation und mögliche weitere Entwicklungen in Bezug auf alternative Tourismusformen.</p>

	Studierende haben grundlegende Kenntnisse des Veranstaltungsmanagements und können sie in der Praxis anwenden. Sie sind in der Lage, die relevanten Vorgänge bei der Planung Durchführung und Nachbereitung großer Veranstaltungen bzw. Events zu erläutern und auch umzusetzen.
--	--

---

**NT\_25.1 TOURISMUS IN REGIONEN**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Becker, C., Hopfinger, H. und Steinecke, A. (2007) <i>Geographie der Freizeit und des Tourismus</i>, 3. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Bieger, T. (2010) <i>Tourismuslehre – Ein Grundriss</i>, 2. Auflage, Stuttgart: UTB.</p> <p>Freyer, W. (2011) <i>Tourismusmarketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft</i>, 7. Auflage, München: Oldenbourg.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Regionen sind heute einem zunehmenden Wettbewerb ausgesetzt, der Markt ist ständig in Bewegung, Gäste werden immer flexibler, wählerischer und anspruchsvoller. Die einzelnen Regionen stehen vor vielen Aufgaben, um eine erfolgreiche Tourismusregion zu werden bzw. zu bleiben. In der Veranstaltung Tourismus in Regionen lernen die Studierenden anhand verschiedener Praxisbeispiele unter anderem die folgenden Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau einer Tourismusregion, inkl. der Aufgaben und Ziele</li> <li>• Merkmale einer Region inklusive der Untersuchung dieser</li> <li>• Erhalt einer Tourismusregion</li> <li>• Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor einer Region</li> <li>• Bedeutung von Zusammenschlüssen und Lobbying für touristische Regionen</li> <li>• Touristisch-Infrastrukturelle Erschließung von Regionen</li> <li>• Auswirkungen des Tourismus auf Regionen (z.B. ökologisch und ökonomischer Natur)</li> <li>• Zielgruppenspezifische freizeitorientierte Angebote</li> </ul>

---

**NT\_25.2 ALTERNATIVE TOURISMUSFORMEN**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Fennel, D. (2008) <i>Ecotourism</i>, London: Routledge.</p> <p>Häusler, N., Stradas, W. (2002) <i>Training Manual for Community Based Tourism - Addendum</i></p>

	<p>to the <i>Ecotourism Training Manual for Protected Area Man.</i> [Online].</p> <p>Mitchell, Jonathan und Caroline Ashley (2010) <i>Tourism and Poverty Reduction</i>, London: Earthscan.</p> <p>Newsome, D., Moore, S.A. und Dowling, R.K. (2013) <i>Natural Area Tourism, Ecology, Impacts and Management</i>, 2<sup>nd</sup> ed., Bristol: Channel View Publication.</p> <p>Sharpley, R (2009) <i>Tourism development and the Environment: Beyond Sustainability?</i>, London: Earthscan.</p> <p>Weaver, D. (2008) <i>Ecotourism</i>, 2<sup>nd</sup> ed., Milton: Wiley.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>In diesem Kurs erlernen die Studierenden die Besonderheiten des Alternativen Tourismus und einige Nischentourismusarten kennen und erlangen Wissen über verschiedene Arten des alternativen Tourismus wie z.B. Community Based Tourism, Ökotourismus oder Pro-Poor-Tourismus.</p> <p>Die Studierenden erhalten umfassenden Einblick in die grundlegenden Konzepte dieser nachhaltigen Tourismusformen und können kritisch die damit verbundenen Chancen und Probleme abschätzen. Anhand aktueller Entwicklungen werden neue und alternative Tourismusformen wie z.B. Volunteer Tourism, Slow Tourism, etc. besprochen.</p>

---

#### NT\_25.3 NACHHALTIGES VERANSTALTUNGSMANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. und GCB – German Convention Bureau (2012) <i>Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche.</i> [Online]. <a href="http://www.fairpflichtet.de/">http://www.fairpflichtet.de/</a> [14.08.2013]</p> <p>Getz, D.P. und Andersson, T.D. (2008) <i>Sustainable Festivals: On Becoming an Institution.</i> <i>Event Management</i>, Vol. 12, No. 1, 1-17.</p> <p>ISO Copyright Office (2012) <i>Event Sustainability Management System.</i> [Online]. <a href="http://www.iso20121.org/">http://www.iso20121.org/</a> [14.08.2013]</p> <p>Jones, M. (2009) <i>Sustainable Event Management. A Practical Guide</i>, London: Earthscan.</p> <p>Smith-Christensen, C. (2009) Sustainability as a Concept within Events, in Raj, R. and Musgrave, J. (Hrsg.) <i>Event Management and Sustainability</i>, Oxford: Cab International, S. 22-31.</p> <p>Weber, K. and Chon, K. (eds.) (2002) <i>Convention Tourism - International Research and Industry Perspectives</i>, Binghamton: Haworth Hospitality Press.</p> <p>Wiemeyer, C. (2013) Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement, in Voigt, I. und Zehrfeld, W.A. (Hrsg.) <i>Ressourceneffizienz</i>, Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch.</p>
<b>INHALTE</b>	Die Veranstaltung behandelt die Organisation von Veranstaltungen im Hinblick auf Nachhaltigkeit.

	<p>Zunächst werden die grundlegenden Kenntnisse über die Veranstaltungsbranche gelegt. Dies beinhaltet die Strukturen der Industrie, einen Überblick über die Akteure im Markt sowie die verschiedenen Begriffsbestimmungen und Arten von Veranstaltungen. Nach einer kurzen Einführung in das Projektmanagement wird anhand praktischer Beispiele untersucht, wie Veranstaltungen nachhaltig organisiert werden können und somit zu nachhaltig orientierten Dienstleistungen werden.</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist eine kritische Einschätzung der Einflüsse einer Veranstaltung auf eine Destination seitens der Studierenden und die Kenntnisse über die erforderlichen Maßnahmen und Instrumente zu einer nachhaltigen Veranstaltungsorganisation.</p>
--	--

---

## NT\_26 DEMOGRAPHIE UND ETHIK

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_26
<b>KURSE</b>	NT_26.1 Demographischer Wandel NT_26.2 Ethik und Tourismus
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Studierende können aktuelle Entwicklungen im demographischen Wandel benennen und anhand empirischer Methoden analysieren. Weiterhin können Sie die Auswirkungen erläutern und anhand aktueller Beispiele untersuchen. Die Absolventen sind in der Lage die Kenntnisse auf den Bereich der Tourismuswirtschaft zu transferieren und Entwicklungen hierfür aufzuspüren.</p> <p>Die Studierenden erwerben fundierte Grundkenntnisse über die ethischen Konzepte, welche die Tourismusbranche prägen. Sie können diese Konzepte aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen und Blickwinkel beurteilen und sind in der Lage, die eigene Werthaltung für</p>

	das spätere berufliche Handeln zu hinterfragen und kritisch weiter zu entwickeln. Die Studierenden erkennen moralische Problemfälle und können ethische Grundsatzabwägungen durchführen. Sie sind mit den Wertdimensionen, die den individuellen und sozialen Umgang mit ethischen Fragestellungen im Tourismus kennzeichnen vertraut. Sie erkennen Stärken und Schwächen der wesentlichen Konzepte und sind in der Lage diese kritisch zu beurteilen.
--	--

---

**NT\_26.1 DEMOGRAPHISCHER WANDEL**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Frevel, B. (2004) <i>Herausforderung demographischer Wandel</i>, Wiesbaden: GWV Fachverlage. [Online] <a href="https://www.genesis.destatis.de/genesis/online">https://www.genesis.destatis.de/genesis/online</a>.</p> <p>Opaschowski, H.W. (2012) <i>Einführung in die Freizeitwissenschaft</i>, 5. Auflage, Wiesbaden: GWV Fachverlage.</p> <p>Pack, J. et.al. (2000) <i>Zukunftsreport demographischer Wandel. Innovationsfähigkeit in einer alternden Gesellschaft</i>, Bonn: Förderschwerpunkt „Demographischer Wandel“.</p> <p>Zahl, B., M. Lohmann und I. Meinken (2007) <i>Reiseverhalten zukünftiger Senioren: Auswirkungen des soziodemographischen Wandels</i>, Berlin: Erich Schmidt.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Zunächst einmal wird der Begriff der Demographie erläutert, weiterhin wird dieser in einen aktuellen Entwicklungskontext gebracht und die Merkmalsausprägungen dargestellt. Es folgen Theorien und Konzepte der sozialwissenschaftlichen Forschung, um die Ursachen der Entwicklungen veranschaulichen zu können. Weiterhin werden Auswirkungen des demographischen Wandels hinreichend diskutiert (bspw. organisationsstrukturelle und ökonomische Auswirkungen). Zur Veranschaulichung aktueller Entwicklungen werden Forschungsergebnisse dargestellt und mit den Studierenden analysiert.</p> <p>Im Anschluss daran wird eine thematische Brücke zu den Auswirkungen des demographischen Wandels in der Tourismuswirtschaft geschlagen. Geburtenrückgänge und eine steigende Lebenserwartung führen in den Industrieländern zu einer Überalterung der Gesellschaft, die sich auch auf den Tourismusmarkt auswirken wird.</p>

---

**NT\_26.2 ETHIK UND TOURISMUS**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	60 h

<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Brink, A. (2011) <i>Corporate Governance and Business Ethics</i> New York: Springer Science+Business Media.</p> <p>Fennell, D. A. (2006) <i>Tourism Ethics</i>, 1<sup>st</sup> ed., Clevedon: Channel View Publications.</p> <p>Fennell, D. A. and Malloy, D. C. (2007) <i>Codes of Ethics in Tourism</i>, 1<sup>st</sup> ed., Clevedon: Channel View Publications.</p> <p>Fisher, C. M. und Alan Lovell, A. (2009) <i>Business Ethics and Values: Individual, Corporate and International Perspectives</i>, 3. Auflage, New Jersey: Prentice Hall.</p> <p>Friedl, H. A. (2009) <i>Reisen zu den Wüstenrittern: Ethno-Tourismus bei den Tuareg aus Sicht der angewandten Tourismus-Ethik</i>, 1. Auflage, Nordhausen: Bautz, Traugott.</p> <p>Kufeld, K. (2010) <i>Die Reise als Utopie: Ethische und politische Aspekte des Reisemotivs</i>, 1. Auflage, München: Fink.</p> <p>Pieper, A. (2007) <i>Einführung in die Ethik</i>, 6. Auflage, Stuttgart: UTB.</p> <p>Smith, Mick und Duffy, Rosaleen (2003) <i>The ethics of tourism development</i>, London: Routledge.</p> <p>Weiss, J. W. (2006) <i>Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach</i>, 4<sup>th</sup> ed., Australia: Thomson.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Im Zuge von wirtschaftlichen Wohlstand und Frieden ist auch der Tourismusmarkt in den letzten Jahrzehnten global stark gewachsen. Moralische und ethische Grundsatzfragen bleiben bei dieser Entwicklung oftmals unberücksichtigt. Die Veranstaltung behandelt daher grundlegende Konzepte und Fragestellungen von Ethik und Tourismus. Themen sind unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Ethik/ Tourismusethik und ethische Entscheidungsfindung</li> <li>• Überblick über zentrale ethische Grundbegriffe und Richtungen</li> <li>• Global Code of Ethics</li> <li>• Ökologische Wertvorstellungen und Gerechtigkeit</li> <li>• Umweltethik</li> <li>• Allgemeingut, Ethik und Tourismus</li> <li>• Interkulturelle Ethik</li> <li>• Wertkonflikte und -dilemmata im Tourismus und der professionelle Umgang mit ihnen</li> <li>• Der Globale Ethikkodex für die Tourismusbranche</li> <li>• Kann Tourismus ethisch und moralisch richtig sein?</li> </ul>

---

**NT\_27 WAHLPFLICHTFÄCHER**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_27
<b>COURSES</b>	NT_27.1 Methoden der experimentellen Forschung NT_27.2 Städte- und Kulturtourismus NT_27.3 Gesundheitswirtschaft NT_27.4 Philosophie NT_27.5 Behavioural Economics NT_27.6 Alternatives Regionenmarketing NT_27.7 Change Management NT_27.8 Institutionenökonomie NT_27.9 Politikberatung NT_27.10 Ökonomie, Ökologie und Ethik NT_27.11 Marketing Controlling NT_27.12 Hotelmanagement NT_27.13 Sporttourismus NT_27.14 Wettbewerbs- und Regulierungsökonomie NT_27.15 Unternehmensentwicklung und -strategie NT_27.16 International Human Rights NT_27.17 Marketing Communication NT_27.18 Innovationskompetenzen NT_27.19 Intervention im Gesundheitssport (Physiotherapie) NT_27.20 Psychologie
<b>ECTS-PUNKTE</b>	16 CP (aus einem Angebot von 40 CP wählbar)
<b>KONTAKTZEIT</b>	16 SWS
<b>WORKLOAD</b>	480 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	13,6 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. und 5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommer und Wintersemester
<b>KLASSIFIKATION</b>	Wahlpflichtfächer
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung

## NT\_27.1 METHODEN DER EXPERIMENTELLEN FORSCHUNG

<b>ÄQUIVALENT</b>	FB_19.1
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Absolventen kennen verschiedene Methoden der experimentellen Forschung und wissen um die Besonderheiten, die sich für das Fachgebiet der Tourismuswissenschaft ergeben. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit den Grundlagen eines wissenschaftlichen Experiments vertraut und sind in der Lage, eigenständig kleine Experimente und Verhaltens- und Interaktionsstudien methodengeleitet durchzuführen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Bortz, J. et al. (2006) <i>Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler</i> , Berlin: Springer.  Schnell, R. et al. (2011) <i>Methoden der empirischen Sozialforschung</i> , München: Oldenbourg.
<b>INHALTE</b>	Einführend werden die Grundlagen eines wissenschaftlichen Experiments vorgestellt und in Anlage, Durchführung, Dokumentations- und Auswertungsverfahren experimenteller Forschung eingeführt. Dabei werden die Besonderheiten von psychologischen und sozialwissenschaftlichen Experimenten gegenüber naturwissenschaftlichen Experimenten thematisiert, die aus den fachspezifischen Hypothesen und Untersuchungsobjekten resultieren.  Die Studierenden lernen klassische und moderne Methoden der experimentellen Forschung kennen. Dabei werden folgende Formen und Forschungsdesigns vergleichend betrachtet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Labor- vs. Feldexperimente</li> <li>• Randomisierte Experimente vs. Quasi-Experimente</li> </ul> Darüber hinaus führt die Veranstaltung in die Anwendungsgebiete verschiedener Instrumente der experimentellen Forschung, insbesondere der Videoanalysen und des Eye-Trackings, ein.

## NT\_27.2 STÄDTE- UND KULTURTOURISMUS

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30

<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur oder Hausarbeit / Präsentation
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden lernen, verschiedene Formen des Städte- und Kulturtourismus kennen und erhalten einen umfassenden Überblick über das Angebot und die Nachfrage in diesen Tourismussegmenten.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Kargermeier, A., Freytag, T. (Hrsg.) (2008) „<i>Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz</i>“, <i>Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung</i>, Bd. 1, München/Wien: Profil Verlag.</p> <p>Smith, Melanie K. (2009) <i>Issues in Cultural Tourism Studies</i>, 2<sup>nd</sup> ed., London/New York: Routledge.</p> <p>Steinecke, A. (2007) <i>Kulturtourismus. Marktstrukturen – Fallstudien - Perspektiven</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Steinecke, A. (2013) <i>Management und Marketing im Kulturtourismus. Basiswissen – Praxisbeispiele – Checklisten</i>, Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Timothy, Dallen J. (2011) <i>Cultural Heritage and Tourism – an Introduction</i>, Bristol: Channel View Publications.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Zunächst erfolgt eine Abgrenzung und Definition der Segmente Städte- und Kulturtourismus. Darüber hinaus werden die Nachfrage und verschiedene Angebotsformen analysiert, ihre Wirkungen in der Destination und mögliche Trends aufgezeigt. Dabei werden v.a. folgende Inhalte diskutiert:</p> <p>Kulturtourismus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition, Abgrenzung</li> <li>• Nachfrage</li> <li>• Wirkungen des Kulturtourismus</li> <li>• Managementinstrumente im Kulturtourismus</li> <li>• Angebotsformen im Kulturtourismus</li> <li>• Räume als kulturtouristische Attraktion</li> <li>• Ausblick Kulturtourismus</li> </ul> <p>Städtetourismus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition, Abgrenzung</li> <li>• Quantitativer Überblick,</li> <li>• Stadt und Tourismus: die Stadt als touristischer Raum</li> <li>• verschiedene Formen des Städtetourismus</li> <li>• Trends im Städtetourismus</li> </ul>

## NT\_27.3 GESUNDHEITSWIRTSCHAFT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. habil. Gregor van der Beek
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung und Seminar
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	AT_12 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Im Wahlpflichtfach Gesundheitswirtschaft erwerben die Studierenden ein grundsätzliches Verständnis für die wirtschaftlichen Probleme des Gesundheitssektors. Zunächst wird die grundlegende Frage problematisiert, nach welchen fundamentalen Prinzipien ein Gesundheitssystem insgesamt aufgebaut werden kann und soll. Dabei steht im Vordergrund, ob die Organisation des Gesundheitswesens – und somit auch die Allokation von Gesundheitsgütern – prinzipiell über den Markt oder über den Staat erfolgen soll. Zudem wird ein Verständnis der Allokation und Verteilung innerhalb des gewählten Systems und in den einzelnen Sektoren: stationäre Versorgung, ambulante Versorgung, Arzneimittelversorgung, Hilfs- und Heilmittel etc., aber auch auf dem Krankenversicherungsmarkt erworben.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Schöffski, O. / Graf v.d. Schulenberg, J.-M. (Hrsg.) (2011) <i>Gesundheitsökonomische Evaluationen</i> , 3. Auflage, Berlin / Heidelberg: Springer.  Schulenberg, M. F., Graf v.d. / Greiner, W. (2013), <i>Gesundheitsökonomik</i> , 2. Auflage, Tübingen: Mohr Siebeck.  van der Beek, K; van der Beek, G. (2011) <i>Gesundheitsökonomik: Einführung</i> . 2. Auflage, München: Oldenbourg.
<b>INHALTE</b>	Die Veranstaltung bietet eine Einführung in die Gesundheitswirtschaft, im Einzelnen wird thematisiert: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinführung in die Welt der Ökonomie</li> <li>• Hinführung in die Welt der Gesundheitsökonomie</li> <li>• Die Anwendung des Marktmodells auf Gesundheitsgüter</li> <li>• Die Nachfrage nach Gesundheitsgütern</li> <li>• Das Angebot von Gesundheitsgütern</li> <li>• Angebot von und Nachfrage nach Krankenversicherungsschutz</li> <li>• Gesundheitssysteme – Systematik und internationaler Vergleich</li> <li>• Grundlagen des Managed Care</li> <li>• Wettbewerb im deutschen Krankenversicherungssystem</li> <li>• Ökonomische Evaluation im Gesundheitswesen</li> <li>• Zukünftige Herausforderungen an das Gesundheitswesen – Ein Ausblick</li> </ul>

## NT\_27.4 PHILOSOPHIE

<b>ÄQUIVALENT</b>	FB_27.4
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GEPLANTE GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Teilnehmer lernen relevante philosophische Theorien und Ansätze kennen und erhalten die Gelegenheit, ihre Kenntnisse auf aktuelle politische Fragestellungen zu transferieren.  Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden philosophische Texte verstehen, interpretieren und auf die Praxis transferieren.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Anzenbacher, A.: Einführung in die Philosophie. Herder 2010.
<b>INHALTE</b>	Die Wahlpflichtveranstaltung behandelt traditionelle und moderne philosophische Theorien und deren Implikationen für die Praxis.  In Übungsphasen erhalten die Studierenden die Gelegenheit, sich eigenständig in das Themenfeld der Philosophie einzuarbeiten und ihr Wissen anzuwenden.

## NT\_27.5 BEHAVIOURAL ECONOMICS

<b>ÄQUIVALENT</b>	GD_27.1, IB_27.3, IR_27.8
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Thomas Pitz
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 120
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Englisch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	At the end of the course students will be familiar with the core methods and results in the

	field of behavioural economics. They will be able to interpret experimental research results in light of the differences between behavioural and standard economic theory and will be able to apply behavioural economic concepts to real world situations.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Kahneman, D. / Tversky, A. (1979) <i>Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk</i> , <i>Econometrica</i> , 47(2), pp. 263-291.  Wilkinson, N. (2007) <i>An Introduction to Behavioral Economics: A Guide for Students</i> , New York, NY: Palgrave MacMillan.
<b>INHALTE</b>	Empirical and experimental evidence on decision making and behaviour is presented. This evidence shows that there is a clear departure from the standard perfect rationality assumption. Behavioural economics adopts this departure in theoretical models as well as in the application of the theory. Main topics to be covered include: <ul style="list-style-type: none"> <li>• bounded rationality</li> <li>• prospect theory</li> <li>• inter-temporal choice</li> <li>• social preferences</li> </ul> <p>The relevant concepts from decision and game theory as well as from experimental economics are presented and explained throughout the course. Behavioural economics seeks to provide more realistic concepts and assumptions as compared to standard expected utility theory. Hence, it connects different aspects from economics, sociology and psychology.</p>

---

**NT\_27.6 ALTERNATIVES REGIONENMARKETING**

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Nach Beendigung des Wahlpflichtkurses Alternatives Regionenmarketing sollen die Studierenden in der Lage sein die inhomogenen Strukturen verschiedener Regionen zu erkennen und durch die Anwendung von empirischen Methoden regionenbezogene Identitäten sowie Strukturen neu zu gliedern und spezifische Marketingstrategien zu erarbeiten. Durch das Erlernte können die Studierenden Erfolgsvoraussetzungen, Kooperationenkonzepte und Handlungsempfehlungen für zukünftige Projekte im Regionenmarketing erstellen. Anhand eines regionalen Fallbeispiels sind die Kursteilnehmer in der Lage, eine intraregionale Kooperation von Regionen zu analysieren.

<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Diederich, M (2010) <i>Regionalmarketing als ein Instrument gegen Fachkräftemangel: Das Beispiel „geniusgöttingen Arbeit. Leben. Zukunft“</i>, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.</p> <p>Kräuter, P. (2007) <i>Regionalmarketing – Definition, Elemente und Funktionsweise</i>, Nordstedt: Grin Verlag.</p> <p>Schirmbeck, K. (2006) <i>Markenbildung für Regionen</i>, Hannover: Ibidem.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Durch die Globalisierung gewinnen die regionalen Ebenen zunehmend an Bedeutung und somit steht die Kooperationsarbeit der Kommunen in Form von Regionenmarketing im Vordergrund dieses Kurses. Die Bedeutung des Stadt- und Regionalmarketings sowie die Ziele verschiedener Projekte zur Förderung des Regionenmarketing sind ebenso Inhalt dieses Kurses, wie die empirische Methodenlehre. Genaue Inhalte des Wahlpflichtkurses sind folgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung und Ausmaß des Stadt- und Regionalmarketings</li> <li>• Ziele des Regionalmarketings</li> <li>• Image und regionenbezogene Corporate Identity</li> <li>• Marketingkonzeptionen bei intraregionalen Kooperationen</li> <li>• Empirische Methodenlehre</li> <li>• Raumorganisation</li> <li>• Kooperationskonzepte</li> </ul>

---

**NT\_27.7 CHANGE MANAGEMENT**

<b>ÄQUIVALENT</b>	GD_27.2
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Englisch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_5 Projekt- und Konfliktmanagement
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>The students are able to plan change processes strategically and to develop concepts for the implementation. For this purpose they are familiar with different approaches and tools and reflect on them critically. Furthermore the students are able to analyse actual change situations from an organisational development perspective and evaluate these situations critically.</p>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Carnall, C. (2007) <i>Managing Change in Organizations</i>, 5<sup>th</sup> ed., Financial Times Management.</p> <p>Cummings, T. / Worley, C. G. (2008) <i>Organization Development and Change</i>, 9<sup>th</sup> ed., Nashville: South-Western.</p> <p>Doppler, K. / Lauterburg, C. (2008) <i>Change Management: Den Unternehmenswandel gestal-</i></p>

	<p>ten, 12. Auflage, Frankfurt/M.: Campus.</p> <p>Krüger, W. (2006) <i>Excellence in Change. Wege zur strategischen Erneuerung</i>, 3. Auflage, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Palmer, I, R. Dunford, and G. Akin (2008) <i>Managing Organizational Change: A Multiple Perspectives Approach</i>, 2<sup>nd</sup> ed., New York: McGraw-Hill.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Organisational and institutional development is directed at bringing about planned change to increase effectiveness. This course is designed to enable the students to understand the nature of change and the steps to be taken in planning and implementing change. Main topics to be covered include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• the challenge of change</li> <li>• theories of change</li> <li>• change management techniques</li> <li>• organisational structures and management systems as success factors for the change capability of enterprises</li> <li>• organisation change and renewal - change models</li> <li>• the nature of planned change</li> <li>• leading and managing change, motivating, creating a vision and developing support</li> <li>• organisational transformation, culture change</li> </ul> <p>Different tools and instruments will be applied in case studies.</p>

---

**NT\_27.8 INSTITUTIONENÖKONOMIE**

<b>ÄQUIVALENT</b>	FB_27.5
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GEPLANTE GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination

<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Die Veranstaltung vermittelt ein Basiswissen über den wirtschaftswissenschaftlichen Ansatz der Institutionenökonomik.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit den Grundlagen der Neuen Institutionenökonomik (NIÖ) und ihren Vorläufern vertraut und können einschlägige Begrifflichkeiten definieren und sicher verwenden.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt, eine institutionenökonomische Perspektive einzunehmen, um die Effekte von institutionellen Prozessen auf das Verhalten von Individuen zu analysieren.</p>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Priddat, B (2005) <i>Strukturierter Individualismus. Institutionen als ökonomische Theorie</i>, Weimar: Metropolis.</p> <p>Voigt, S. (2011) <i>Institutionenökonomik</i>. Stuttgart: UTB.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Einführend wird die Institutionenökonomie als etablierte ökonomische Theorie der Vereinigten Staaten vorgestellt und ihre Weiterentwicklung in der Neuen Institutionenökonomik (NIÖ) thematisiert.</p> <p>Die Studierenden werden in die theoretischen Grundlagen und Begrifflichkeiten dieses wirtschaftswissenschaftlichen Ansatzes eingeführt und lernen, die Wechselbeziehungen von Wirtschaft und Institutionen aus institutionenökonomischer Perspektive zu betrachten. Dabei wird der Einfluss formeller und informeller Normen auf interindividuelle Interaktionen in den Blick genommen.</p> <p>Folgende Theorien der Institutionenökonomie werden vertiefend behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinzipal-Agent-Theorie</li> <li>• Theorie der Verfügungsrechte (property rights theory)</li> <li>• Transaktionskostentheorie</li> </ul>

---

**NT\_27.9 POLITIKBERATUNG**

<b>ÄQUIVALENT</b>	FB_27.6
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Die Teilnehmer des Wahlpflichtmoduls werden befähigt, ihr im Studium erworbenes Wissen auf die politische Praxis zu übertragen. Die Absolventen kennen relevante wissenschaftliche Befunde aus dem Bereich des Tourismusmanagements und hieraus Handlungsempfehlun-</p>

	<p>gen für die Politik ableiten.</p> <p>Die Absolventen können die politischen Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns und ihre Implikationen für die politische Praxis benennen. Sie sind mit den politischen Instrumentarien, die sich zur Verbesserung der Praxis einsetzen lassen, vertraut und kennen relevante politische Gestaltungsmöglichkeiten.</p> <p>Das Wahlpflichtmodul soll für die Ausübung von beratenden Tätigkeiten in Ministerien oder anderen politischen Institutionen qualifizieren.</p>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Falk, S. et al. (2006) <i>Handbuch Politikberatung</i>, Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Weegen, M. et al. (2002) <i>Bildungsforschung und Politikberatung: Schule, Hochschule und Berufsbildung an der Schnittstelle von Erziehungswissenschaft und Politik</i>, Weinheim: Beltz Juventa.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Studierenden lernen, Forschungsergebnisse aus der Tourismusforschung in politische Diskussionen einzubetten und daraus Möglichkeiten politischen Handelns abzuleiten.</p> <p>In Rollenspielen erhalten die Kursteilnehmer die Gelegenheit, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und in nachgestellten Beratungssituationen zu vertiefen.</p>

---

**NT\_27.10 ÖKONOMIE, ÖKOLOGIE UND ETHIK**

<b>ÄQUIVALENT</b>	QU_26.5
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	
<b>INHALTE</b>	

---

**NT\_27.11 MARKETING CONTROLLING**

<b>ÄQUIVALENT</b>	IB_27.4
-------------------	---------

<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	4. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Englisch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	The students will learn about the main instruments to plan, steer and control marketing decisions either on a strategic or on an operational marketing level. As a first step, different definitions of marketing, controlling and marketing controlling are considered. Different types of key performance indicators which are the basis for marketing controlling are presented in detail. Building on that theoretical foundation the students should be able to understand and apply common instruments of marketing controlling.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Kotler, P. / Armstrong, G. / Wong, V. / Saunders, J.: <i>Principles of Marketing</i> . 5th edition 2010.  Kotler, P. / Keller, K. L.: <i>Marketing Management</i> . 14th edition. Boston, Columbus, Indianapolis, New York, San Francisco 2012.
<b>INHALTE</b>	The course will focus on different instruments applied in marketing controlling. Discussing different operational and strategic instruments the could be valuable to evaluate marketing efforts, the students will get to know new methods as well as instruments that they have used in other business contexts. Main topics are: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction To Marketing-Controlling</li> <li>• Current Challenges in Marketing</li> <li>• Growing Impact of Marketing-Controlling</li> <li>• Basic Market Figures</li> <li>• Marketing-Controlling – Definition, applications and elements</li> <li>• Tools of Strategic Marketing-Controlling (e.g. Gap-Analysis, Portfolio-Analysis, Lifecylce-Analysis, Portfolio-Analysis, Benchmarking, Balanced Scorecard)</li> <li>• Tools of Operational Marketing-Controlling (e.g. Dirct Costing Method, Target Costing, Break-Even Analysis, ABC Analysis)</li> <li>• Practical applications of Marketing-Controlling (Product-Controlling, Price-Controlling, Sales-Controlling, Communications-Controlling)</li> </ul>

## NT\_27.12 HOTELMANAGEMENT

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden werden in der Lage sein hoteltypische Vertriebswege zu erfassen, sowie Marketingkonzeptionen unter Berücksichtigung wichtiger Punkte wie Ziel, Standort, Marktgröße oder Strukturwandel zu analysieren. Des Weiteren sollen die Kursteilnehmer Stärken und Schwächen des Unternehmens erkennen und interpretieren können, um eigene Lösungswege zu finden und eigenständig Konzepte zu entwickeln. Bereits erworbene Kenntnisse aus dem Kapazitätsmanagement werden anhand praktischer Beispiele aus dem Hotelmanagement angewendet. Übergreifend sollen die Studierenden durch Verkaufsgespräche und verkaufsfördernde Maßnahmen Verkaufstechniken erlernen und selber durchführen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Gardini, M.A. (2011) <i>Mit der Marke zum Erfolg. Markenmanagement in Hotellerie und Gastronomie</i>, Stuttgart: Matthaes Verlag.</p> <p>Hänssler, K. H. (2011) <i>Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen</i>, 8. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>Henschel, UK (2008) <i>Hotelmanagement</i>, 3. Auflage, München: Oldenbourg.</p> <p>O'Fallon, MJ., Rutherford DG. (2010) <i>Hotelmanagement and Operations</i>, 5<sup>th</sup> ed., Hoboken New Jersey: John Wiley&amp; Sons.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Das Wahlpflichtfach Hotelmanagement richtet sich inhaltlich nach verschiedenen Formen im Bereich des Beherbergungs- und Freizeitmanagement. Ein Schwerpunkt liegt im Marketingmanagement sowie im Personal- und Customer Relationship Management, wo die Disziplinen Kommunikationstechnik, Mitarbeitermotivation sowie Führungsstile gelehrt werden. Der Bereich Kapazitätsmanagement/Yield Management wird aufgegriffen und weiter vertieft. Weiterer Inhalte sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Food- and Beveragemanagement</li> <li>• Verkaufstechniken</li> <li>• Hotelrechnungswesen</li> <li>• Preiskalkulation</li> <li>• Trendforschung</li> <li>• Wettbewerbsanalysen</li> <li>• Kooperation/Franchising</li> </ul>

## NT\_27.13 SPORTTOURISMUS

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Ziel des Wahlpflichtfachs ist es, grundlegende Kenntnisse über den Sporttourismus zu vermitteln und Fertigkeiten zur strukturierten Planung und zum Management im Sporttourismus zu erlangen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Dreyer A. und Krüger, A. (Hrsg.) (2014) <i>Sporttourismus Management- und Marketing-Handbuch</i> , 2. Auflage, München: Oldenbourg.  Schwark J. (2006) <i>Grundlagen zum Sporttourismus</i> , Waxmann: Global-Lokale Sportkultur.
<b>INHALTE</b>	Den Studierenden wird ein umfassender Überblick über den Sporttourismus gewährt. Tiefergehend werden die Themen Angebots- und Produktenwicklung, sowie Destinationsmanagement und Sportraumplanung behandelt. Im Detail umfassen diese insbesondere die folgenden Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Grundlagen des Sporttourismus</li> <li>• verschiedene Formen des Sporttourismus</li> <li>• Nachfrage im Sporttourismus</li> <li>• Zielgruppen: Motivation, Verhalten</li> <li>• Sporttourismus in der Praxis</li> <li>• Aktuelle Trends und Weiterentwicklung</li> </ul>

## NT\_27.14 WETTBEWERBS- UND REGULIERUNGSÖKONOMIE

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Jörn Sickmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGBOTS</b>	Wintersemester

<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_12 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISS/E/KOMPETENZEN</b>	In der Vorlesung werden den Studierenden die wichtigsten Theorien der Wettbewerbs- und Regulierungsökonomie vermittelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die erlernten Theorien eigenständig auf aktuelle wettbewerbs- und regulierungsökonomische Fragestellungen in der Tourismuswirtschaft anzuwenden. Ferner wird das Verständnis der Studierenden für die Grenzen zwischen erlaubtem strategischem und wettbewerbswidrigem Verhalten gestärkt.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p><u>Lehrbücher Wettbewerb und Regulierung</u></p> <p>Borrmann, J., Finsinger, J. (1999) <i>Markt und Regulierung</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Knieps, G. (2001) <i>Wettbewerbsökonomie – Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik</i>, Berlin u. a.: Springer.</p> <p>Knieps, G./ Brunekreeft, G. (Hrsg.) (2000) <i>Zwischen Regulierung und Wettbewerb: Netzsektoren in Deutschland</i>, Heidelberg: Springer.</p> <p>Motta, M. (2004) <i>Competition Policy, Theory and Practice</i>, Cambridge: Mass.</p> <p>Sherman, R. (2008) <i>Market Regulation</i>, Boston: Mass.</p> <p>Viscusi, W. K., Harrington, J.E., Vernon, J.M. (2005) <i>Economics of Regulation and Antitrust</i>, 4<sup>th</sup> ed., Cambridge: Mass.</p> <p><u>Lehrbücher Industrial Organization:</u></p> <p>Carlton, D. W. / Perloff, J. M. (2008) <i>Modern industrial organization</i>, 4<sup>th</sup> ed., Harlow: Pearson.</p> <p>Lipczynski, J. / Wilson, J. / Goddard, J. (2011) <i>Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy</i>, 3<sup>rd</sup> ed., New Jersey: Prentice Hall.</p> <p>Waldman, D.E. / Jensen, E. J. (2007) <i>Industrial organisation: theory and practice</i>, 3<sup>rd</sup> ed., Bonn: Addison-Wesley.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Regulierungs- und wettbewerbsökonomische Fragestellungen sind auch in der Tourismuswirtschaft von großer Bedeutung. Zu denken ist etwa an die Liberalisierung des Linienbusverkehrs in Deutschland, die starke Konzentration einiger großer Reiseveranstalter und die teils aggressive Wettbewerbsstrategie einiger Fluglinien. Aufbauend auf in der Vorlesung vermittelte grundlegende theoretische Ansätze der Wettbewerbs- und Regulierungsökonomie sollen aktuelle Fallbeispiele aus dem Bereich der Tourismuswirtschaft diskutiert werden.</p> <p>Die Vorlesung ist in zwei große Teilbereiche gegliedert: Im ersten Teil der Wettbewerbsökonomie werden ökonomische Ansätze in den Bereichen der Fusionskontrolle, des Kartellverbotes, des Marktmachtmissbrauchs und der Beihilfenkontrolle behandelt und auf Fallbeispiele angewandt. Der zweite Teil der Vorlesung beinhaltet eine Auseinandersetzung mit dem Gebiet der Regulierungsökonomie. Ein Schwerpunkt wird aufgrund des starken Bezuges zur Tourismuswirtschaft auf den Transportsektor gelegt.</p>

## NT\_27.15 UNTERNEHMENSENTWICKLUNG UND –STRATEGIE

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Philipp Schorn
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis der theoretischen Grundlagen der strategischen Unternehmensführung und lernen, Methoden und Analyseinstrumente im touristischen Kontext anzuwenden. Nach der Teilnahme am Kurs sind die Studierenden zudem in der Lage, strategische Vorgaben adäquat zu planen sowie Planungshemmnisse frühzeitig zu erkennen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Marek, D. (2010) <i>Unternehmensentwicklung Verstehen und Gestalten. Eine Einführung</i>. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Melzig-Thiel, B. / Joos, M. (2013) <i>Corporate Development. Praxisleitfaden zur Unternehmensentwicklung mit Fallbeispielen</i>, München: Oldenbourg..</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen bestimmt sich durch die Marktposition einerseits und die Ressourcenstärke andererseits. Innovative Ansätze der Unternehmensentwicklung beziehen beide Seiten mit ein und berücksichtigen auch die Tatsache, dass Unternehmen mehr denn je in der Diskussion gesellschaftlicher Anspruchsgruppen sind. Die Veranstaltung legt dabei den Fokus auf die folgenden Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundlagen der Unternehmensentwicklung: Ressourcen- vs. Marktorientierung</li> <li>• Strategisches Management (Planungs- und Prozessperspektive)</li> <li>• Prinzipien der Unternehmenssteuerung</li> <li>• Methoden der strategischen Unternehmensanalyse</li> <li>• Rollen in der Unternehmensentwicklung</li> <li>• Transformation strategischer Optionen in operative Maßnahmen</li> <li>• Ansätze zur Bewertung strategischer Alternativen</li> <li>• Realisierung strategischer Projekte</li> <li>• Nachhaltige Unternehmensentwicklung</li> </ul>

## NT\_27.16 INTERNATIONAL HUMAN RIGHTS

<b>ÄQUIVALENT</b>	IR_16.1
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Diana Marquardt
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Englisch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	On completion of this module, students will be able to critically evaluate the fundamental concepts, principles and theories underlying international human rights and law and analyse and determine the current scope of selected substantive human rights. Students will be able to understand the universality of human rights and cultural relativism, international human rights conventions, human rights and international morality, the possibility of cross-cultural foundation of international human rights and legalism and structural limitations. They will also be able to critically discuss and debate international and regional human rights enforcement mechanisms and evaluate the strengths and weaknesses of the contemporary international human rights regime
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Alston, P. (2012) <i>The United Nations and Human Rights: A Critical Appraisal</i>, Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Donnelly, J. (2006) <i>International Human Rights</i>, 3<sup>rd</sup> ed., Colorado: Westview Press.</p> <p>Ghandi, S. (2010) <i>International human rights documents (Blackstone's Statutes)</i>, 7<sup>th</sup> ed., Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Rehman, J (2002) <i>International human rights: a practical approach</i>, 2<sup>nd</sup> ed., Harlow: Pearson Longman.</p> <p>Steiner, H., P. Alston, and R. Goodman (2007) <i>International human rights in context: law, politics, morals</i>, 3<sup>rd</sup> ed., Oxford: Oxford University Press.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>The course will contain a contemporary perspective of international human rights and laws. Major topics will include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• introduction to human rights</li> <li>• major issues in human rights</li> <li>• overview of the philosophy of human rights</li> <li>• human rights in international context</li> <li>• international human rights framework and UN conventions</li> <li>• theoretical and historical foundations of international human rights</li> <li>• international Law of Human Rights</li> <li>• cultural relativism: Islam and human rights</li> <li>• economic rights, development, globalization</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• international business and human rights</li> <li>• social movement for human rights</li> <li>• gender discrimination and human rights</li> </ul>
--	---

---

**NT\_27.17 MARKETING COMMUNICATION**

<b>ÄQUIVALENT</b>	IB_27.14
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Prof. Dr. Marion Halfmann
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖBE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Englisch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_13 Strategisches Marketing und Käuferverhalten; NT_19.1 Operatives Marketing-Management
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	The students will be able to explain the idea of marketing communications, particularly integrated marketing communications. Furthermore, they will understand classical and contemporary instruments of marketing communication and the chances and restrictions of their application.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Clow, Kenneth E. (2012) <i>Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications</i>, 5<sup>th</sup> ed., Harlow: Pearson.</p> <p>De Pelsmacker, P. / Geuens, M. / Van Den Bergh, J. (2013) <i>Marketing Communications – A European Perspective</i>, 5<sup>th</sup> ed., Harlow: Pearson.</p> <p>Egan, J. (2007) <i>Marketing Communications</i>, Stamford: Cengage Learning.</p> <p>Levinson, J. C. / Levinson, J. (2011) <i>Guerilla Marketing Remix – The Best of Guerilla Marketing</i>, Entrepreneur Media Inc.</p> <p>Shimp, T. A. (2013) <i>Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing</i>. 9<sup>th</sup> ed., Stamford: Cengage Learning.</p>
<b>INHALTE</b>	<p>The focus of this course is to provide an overview over the most common instruments in Marketing Communications so that the students will be able to make use of those methods in practical situations. Main topics are:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction to Marketing Communication (Current Challenges in Marketing, Definition of (integrated) Marketing Communication)</li> <li>• "Classical" Instruments in Marketing Communication (Advertising, Public Relations, Sales Promotion, Trade Fairs and Events)</li> <li>• Contemporary Instruments of Marketing Communication (Online Marketing Communication, Direct Marketing, Guerilla Marketing)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Controlling of Marketing Communication</li> </ul>
--	--

---

**NT\_27.18 INNOVATIONSKOMPETENZEN**

<b>ÄQUIVALENT</b>	FB_23.1
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Das Modul soll einerseits die persönlichen Kompetenzen der Studierenden im Bereich Technik und Innovation stärken und ihnen andererseits Instrumente an die Hand geben, mit denen sie frühzeitig diese zukunftsträchtigen Gebiete fördern können. Die Absolventen kennen relevante Ansätze zur Förderung von Innovationskompetenzen im Unternehmen und können diese reflektierend diskutieren.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Oerter, R. et al. (2010) <i>Neue Wege wagen. Innovation in Bildung, Wirtschaft und Gesellschaft</i> , Stuttgart: Lucius & Lucius.
<b>INHALTE</b>	Die Veranstaltung zielt auf die Förderung der Innovationskompetenz der Studierenden, mit der sie ihre späteren Tätigkeiten bereichern können.  Dies soll die Studierenden befähigen, die Entwicklung der Innovationskompetenzen in Unternehmen methodengeleitet zu unterstützen, um sie auf die Anforderungen der modernen, globalisierten Wissensgesellschaft vorzubereiten. Dazu werden aktuelle gesellschaftlich-politische Fragestellungen und Maßnahmen zur Förderung der Innovationskompetenz aufgegriffen, die von den Studierenden reflektiert betrachtet werden. Zudem lernen die Kursteilnehmer relevante Ansätze zur Förderung der Innovationskompetenz kennen.

---

**NT\_27.19 INTERVENTION IM GESUNDHEITSSPORT (PHYSIOTHERAPIE)**

<b>ÄQUIVALENT</b>	BSH_27.4
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 60
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester

<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	
<b>LERNERGESBISSE/KOMPETENZEN</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	
<b>INHALTE</b>	

---

 NT\_27.20 PSYCHOLOGIE

<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	N.N.
<b>LEHRFORM</b>	Vorlesung
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	2 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>STUDIENSEMESTER</b>	5. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Wintersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>WORKLOAD</b>	60 h
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNG</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Klausur, Hausarbeit / Präsentation oder eine Kombination
<b>LERNERGESBISSE/KOMPETENZEN</b>	Nach erfolgreichem Abschluss des Wahlpflichtmoduls sind die Studierenden in der Lage verschiedene Teilbereiche der Psychologie in ihren Grundlagen voneinander abzugrenzen und ihre Rolle für die Erklärung tourismusspezifischer Aspekte zu skizzieren. Sie können das erworbene Wissen ergänzend in Bereichen der Beratung, des Managements, der Markt- und Trendforschung, des Marketings und Tourismussteuerung anwenden.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Asendorpf, J. (2009) <i>Persönlichkeitspsychologie - Für Bachelor</i>, Berlin: Springer.</p> <p>Freyer, W. (2011) <i>Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie</i>, München: Oldenbourg.</p> <p>Hahn, H. / Kagelmann, H. J. Hrsg. (1993) <i>Tourismuspsychologie Und Tourismussoziologie: Ein Handbuch Zur Tourismuswissenschaft</i>, Berlin: Quintessenz.</p> <p>Opaschowski, H. (2008) <i>Einführung in die Freizeitwissenschaft</i>, Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Zimbardo, P.G / Gerrig, R. J. (2004) <i>Psychologie – Eine Einführung</i>, 18. aktualisierte Auflage, München: Pearson Studium.</p>

<b>INHALTE</b>	<p>Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes wird in diesem Wahlpflichtmodul der Tourismus aus psychologischer Perspektive beleuchtet. Wichtige zu behandelnde Aspekte stellen u.a. folgende dar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Persönlichkeitsmerkmale</li><li>• Individuelle Einstellungen</li><li>• Bedürfnisse</li><li>• Sehnsüchte</li><li>• Wunschvorstellungen</li><li>• Verhaltensweisen</li><li>• Motive</li><li>• Interaktion</li><li>• Reisewirkungen</li><li>• Jet-Lag</li><li>• Wahrnehmung</li></ul> <p>All dies spielt eine bedeutende Rolle im Hinblick auf die Entstehung der Nachfrage, den optimalen Marketingmix, die Wirksamkeit von Marketingstrategien, sowie die optimale Ausgestaltung des Angebots in der Tourismusbranche. Hierzu stellen insbesondere folgende Teilbereiche der Psychologie Erklärungsansätze:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Persönlichkeitspsychologie</li><li>• Wirtschaftspsychologie</li><li>• Sozialpsychologie</li><li>• Entwicklungspsychologie</li><li>• Wahrnehmungspsychologie</li><li>• Klinische Psychologie</li></ul> <p>Die Grundkonzepte dieser Teilbereiche werden skizziert und auf Fallbeispiele angewendet.</p>
----------------	---

---

**NT\_28 PRAXIS- ODER AUSLANDSSTUDIENSEMESTER**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_28
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Betreuer
<b>LEHRFORM</b>	Praxis- oder Auslandsstudiensemester
<b>ECTS-PUNKTE</b>	30 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	<b>PRAXISSEMESTER:</b> 20 Wochen, Vollzeit <b>AUSLANDSSEMESTER:</b> Je nach Universität
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	unbenotet
<b>STUDIENSEMESTER</b>	6. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Sommersemester
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	90 CP
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	<b>PRAXISSEMESTER</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anerkennung des Praxissemesters</li> <li>• Praktikumsbericht</li> </ul> <b>AUSLANDSSEMESTER</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anerkennung der Universität und der Kurse</li> <li>• 15 CP der Universität</li> <li>• Semesterbericht</li> </ul>
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit / Präsentation
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden können das im Studium erlangte Wissen anwenden. Sie können die Schlüsselqualifikationen, wie bspw. Interkulturelle Kompetenzen, Präsentationsgrundlagen und Sozialkompetenzen verbessern. Weiterhin können sie das erlangte Wissen verbessern und anwenden.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Je nach Thema
<b>INHALTE</b>	Je nach Thema

---

**NT\_29 WORKSHOP: BACHELORARBEIT**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_29
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Dozenten und Professoren des Studiengangs

<b>LEHRFORM</b>	Workshop
<b>GRUPPENGROÖE</b>	Bis zu 30
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	unbenotet
<b>STUDIENSEMESTER</b>	7. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Winter- und Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_6 Methodik wissenschaftlichen Arbeitens
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Testat
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit / Präsentation
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden können das erlangte Wissen im Laufe des wissenschaftlichen Arbeitens anwenden. Sie wissen wichtige Instrumente zur Anfertigung einer Abschlussarbeit zu nutzen und sind in der Lage das bearbeitete Thema zu präsentieren.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing Manual</i> , mimeo.  Je nach Thema
<b>INHALTE</b>	<p>Folgende Inhalte sind Bestandteil des Workshops:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suche und Auswahl von Forschungsfragestellungen</li> <li>• Anwendung geeigneter Forschungsmethoden</li> <li>• Anwendungssoftware zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit (z.B. LaTeX, MS Word)</li> <li>• Erstellung eines Forschungsplans</li> <li>• Zielgruppenbezogene Präsentation des Forschungsvorhabens, z.B. Zusammenfassung, Poster und multimediale Präsentation</li> </ul> <p>Didaktisch wird der Workshop ganz oder teilweise eLearning-basiert (Moodle, Adobe Connect) durchgeführt, um den Studierenden erstens ein individuelles Lerntempo zu ermöglichen und zweitens die Möglichkeit zu eröffnen, das letzte Studiensemester bei Bedarf am Standort eines möglichen Kooperationspartners für die Bachelorarbeit oder im Ausland zu verbringen.</p> <p>Ergebnis des Workshops ist ein schriftliches Exposé (Umfang 5-10 Seiten), welches das eigene Forschungsvorhaben beschreibt. Bestandteil des Exposés sind die Beschreibung der Problemstellung, der anzuwendenden Forschungsmethoden, der Vorgehensweise sowie wesentlicher Literaturquellen. Die Kreditpunkte werden durch schriftliche Dokumentation und mündliche Präsentation vor anderen Studierenden bzw. mündliche Disputation mit dem betreuenden Dozenten erteilt.</p>

---

**NT\_30 ABSCHLUSSREFLEKTION**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_30
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Betreuer
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	4 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	7. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Winter- und Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_29 Workshop: Bachelorarbeit
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit / Präsentation, mündliche Prüfung oder eine Kombination
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind in der Lage, das im Studium erworbene Fachwissen auf praktische Problemstellungen zu transformieren. Sie sind ferner fähig, sich mit der persönlichen Lern- und Entwicklungssituation kritisch auseinander zu setzen und sich realistische, individuelle berufliche Ziele zu setzen.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Je nach Thema
<b>INHALTE</b>	<p>Im Rahmen der Abschlussreflektion sollen die Studierenden ihr Studium sowohl fachbezogen als auch aus persönlicher Sicht reflektieren. Im Einzelnen sollen dazu zwei Module aus dem Studienverlauf beispielhaft herangezogen werden, anhand derer die Studierenden die folgenden Fragen beantworten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche fachlichen Erkenntnisse wurden aus Sicht des Studierenden vornehmlich in diesem Modul erlangt?</li> <li>• Welche praktischen Anwendungssituationen kommen in Betracht, bei denen die Fachinhalte sinnvoll Anwendung finden können?</li> <li>• Welche möglichen Hindernisse sind dabei zu berücksichtigen?</li> </ul> <p>In persönlicher Hinsicht soll die Abschlussreflektion Gelegenheit geben, über den eigenen Werdegang kritisch nachzudenken, erreichbare Ziele für die berufliche Zukunft zu entwickeln und so den anstehenden Übergang ins Berufsleben vorzubereiten. Folgende Fragen sind zu beantworten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was kann die Studierende / der Studierende aus persönlicher Sicht aus dem individuellen Studienverlauf mitnehmen in Bezug auf erfolgreiche Lernmethoden, Zusammenarbeit im Team etc.</li> <li>• Welche Implikationen lassen sich auf dieser Basis hinsichtlich der eigenen Berufs-</li> </ul>

	<p>tätigkeit festhalten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche beruflichen Ziele scheinen mittelfristig erreichbar?</li> </ul> <p>Die genannten Inhalte werden in einer Hausarbeit schriftlich dargelegt (Umfang ca. 10 Seiten) oder dem zu wählenden betreuenden Dozenten mündlich präsentiert und diskutiert.</p>
--	---

---

## NT\_31 PROJEKT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_31
<b>ÄQUIVALENT</b>	---
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Betreuer
<b>ECTS-PUNKTE</b>	5 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	2 SWS
<b>WORKLOAD</b>	150 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	3 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	3. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Winter- und Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	NT_29 Workshop: Bachelorarbeit
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit / Präsentation
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Studierende sind in der Lage Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens und des Projektmanagements anzuwenden. Sie sind ferner in der Lage ein aktuelles Forschungsthema zu analysieren, themenrelevante Quellen auszuwerten und die sich anschließenden Forschungsbedarfe zu identifizieren.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Bohnic, T. (2010) <i>Grundlagen des Projektmanagements. Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter</i>, Offenbach: Gabal.</p> <p>Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing Manual</i>, mimeo.</p> <p>Die inhaltsbezogene Literatur variiert je nach Projektthema.</p>
<b>INHALTE</b>	Die Studierenden untersuchen, erarbeiten und analysieren theoretische oder praktische Forschungsprobleme selbständig und können diese in einen akademischen Kontext bringen. Das Thema wird vom jeweiligen Dozenten unter Berücksichtigung des Curriculums festgelegt und kann thematisch in einem sinnvollen Kontext zu dem sich anschließenden Forschungsvorhaben der Bachelorarbeit stehen. Im Gegensatz zu dem bereits im dritten Studi-

	<p>ensemester absolvierten Projekt (AT_18) soll das Projekt im letzten Studiensemester stärker akademisch ausgerichtet sein und eine eigenständige Literaturrecherche sowie die Anwendung wissenschaftlicher Methoden bedingen. Der erfolgreiche Abschluss des Projekts wird durch eine Hausarbeit nachgewiesen, die mit dem betreuenden Dozenten diskutiert wird.</p> <p>Die Inhalte variieren je nach Thema.</p>
--	--

---

## NT\_32 BACHELORARBEIT

---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_32
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Betreuer
<b>LEHRFORM</b>	Abschlussarbeit
<b>ECTS-PUNKTE</b>	6 CP
<b>WORKLOAD</b>	360 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	7,1 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	7. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Winter- und Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	175 CP
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	Hausarbeit
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Thema wissenschaftlich zu analysieren</li> <li>• Mögliche Lösungsansätze zu entwickeln</li> <li>• Mögliche Lösungsansätze adäquat zu präsentieren</li> </ul>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<p>Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing Manual</i>, mimeo.</p> <p>Je nach Thema</p>
<b>INHALTE</b>	<p>Die Studierenden arbeiten an einem anwendungsorientierten Forschungsthema, um darauf basierend die Abschlussarbeit anzufertigen. Das Thema wird von dem zu betreuenden Professor, respektive Betreuer, spezifiziert.</p>

---

**NT\_33 KOLLOQUIUM**


---

<b>MODULNUMMER</b>	NT_33
<b>MODULBEAUFTRAGTE(R)</b>	Betreuer
<b>LEHRFORM</b>	Kolloquium
<b>ECTS-PUNKTE</b>	3 CP
<b>KONTAKTZEIT</b>	8 h
<b>WORKLOAD</b>	90 h
<b>STELLENWERT FÜR DIE ENDNOTE</b>	1,8 %
<b>STUDIENSEMESTER</b>	7. Semester
<b>ZEITPUNKT DES ANGEBOTS</b>	Winter und Sommersemester
<b>SPRACHE</b>	Deutsch
<b>KLASSIFIKATION</b>	Pflichtveranstaltung
<b>TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN</b>	207 CP
<b>EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN</b>	Keine
<b>VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE VERGABE VON KREDITPUNKTEN</b>	Prüfung
<b>MÖGLICHE PRÜFUNGSFORM(EN)</b>	mündliche Prüfung
<b>LERNERGEBNISSE/KOMPETENZEN</b>	Die Studierenden sind in der Lage Lösungsansätze zielgruppengerecht zu präsentieren, z.B. Zusammenfassung, Poster und multimediale Präsentation. Sie können fachbezogene Fragen beantworten und theoretische Instrumente anwenden.
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal (2011) <i>Academic Writing Manual</i> , mimeo.  Je nach Thema
<b>INHALTE</b>	Die Bachelorarbeit wird präsentiert und diskutiert.