

**Modulübersichtstabelle
Studiengang Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement**

Module / Lehrveranstaltungen	Sem.	Moduleil- prüfung	Workload			ECTS Punkte	Modul- verantwortung
			Kontaktzeit SWS	h	Selbststudium (h)		
Grundstudium: Sem. 1 bis 3							
Modul 1 Leseverstehen und Schreiben (I)	1	K60	10	150	210	12	Thelen
Lesen I			4			5	
Schreiben und Übersetzen I			4			5	
Strukturen in Texten I			2			2	
Modul 2 Hörverstehen und Sprechen (I)	1	M20	8	120	180	10	Krekeler
Hören und Sprechen I			4			5	
Hören und Sprechen II			4			5	
Modul 3 Grundlagen der kommunikativen Kompetenz	1	M30	2	30	90	4	Thelen
Phonetik und Konversation			1			2	
Schrift			1			2	
Modul 4 Leseverstehen und Schreiben (II)	2	K90	10	150	210	12	Thelen
Lesen II			4			5	
Schreiben und Übersetzen II			4			5	
Strukturen in Texten II			2			2	
Modul 5 Hörverstehen und Sprechen (II)	2	M30	6	90	270	12	Krekeler
Hören und Sprechen III			4			7	
Kommunikative Kompetenz			2			5	
Modul 6 Regionalkunde Deutschland	2	K90	4	60	180	8	Krekeler
Regionalkunde Deutschland I			2			4	
Regionalkunde Deutschland II			2			4	
Modul 7 Leseverstehen und Schreiben (III)	3	K60	10	150	270	14	Thelen
Lesen III			4			6	
Schreiben und Übersetzen III			4			6	
Strukturen in Texten III			2			2	
Modul 8 Wissenschaftliche Grundlagen	3	K90	6	90	270	12	Krekeler
Englisch fürs Studium			4			7	
IT-Anwendungen			2			5	
Modul 9 Wirtschaft	3	K90	2	30	90	6	Thimm
Wirtschaftssysteme im Vergleich			1			3	
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre			1			3	

Hochschule Konstanz
Studiengang WDT
Modulübersichtstabelle

Module / Lehrveranstaltungen	Sem.	Moduleil- prüfung	Workload		ECTS Punkte	Modul- verantwortung	
			Kontaktzeit SWS	Selbststudium h			
Hauptstudium: Sem. 4 bis 7							
Modul 10 Deutsch und Landeskunde	4	K90, M10, Ivlü	12	180	360	18	Thelen
Deutsch			4			6	
Fachsprache Deutsch			6			9	
Regionalanalyse Deutschland und Europa			2			3	
Modul 11 Grundlagen des Tourismusmanagements	4	K60, K60	8	120	240	12	Thimm
Einführung in den Tourismus			4			6	
Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Tourismuskirtschaft			4			6	
Modul 12 Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (I)	5	K90, R, R unben.	8	120	270	13	Krekeler
Fachdeutsch für Touristiker (I)			4			6	
Interkulturelle Aspekte des Tourismus			2			3	
Kommunikations- und Präsentationstechniken			2			4	
Modul 13 Marketing im Tourismus (I)	5	R, K60	6	90	150	8	Thimm
Grundlagen des Marketing			4			5	
Marktforschung im Tourismus			2			3	
Modul 14 Tourismusmanagement (I)	5	K60, K60, SP unben.	7	105	165	9	Thimm
Reise- und Vertragsrecht			2			3	
Rechnungswesen (I)			3			4	
Personalmanagement			2			2	
Modul 15 Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (II)	6	K60, M10	8	120	210	11	Thelen
Fachdeutsch für Touristiker (II)			4			6	
Englisch für Touristiker			4			5	
Modul 16 Marketing im Tourismus (II)	6	K60	4	60	180	8	Thimm
Strategisches Marketing			4			8	
Modul 17 Tourismusmanagement (II)	6	SP, K60, SP unben.	7	105	225	11	Thimm
Tourismusplanung			2			3	
Destinationsmanagement			2			4	
Rechnungswesen (II)			3			4	
Modul 18 Bachelor-Modul	7	SP	0	0	360	12	Thelen
Bachelorarbeit						12	
Modul 19 Arbeitsfeld Tourismusmanagement	7	SP, SP	4	60	240	10	Thimm
Unternehmensgründungen im Tourismus			2			5	
Informationsmanagement für Touristiker			2			5	
Modul 20 Projektstudium	7	SP unben.	2	30	210	8	Thimm
Projektstudium und Projektcolloquium			2			8	

Modulhandbuch
Studiengang Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement

Hinweis zu den Modulbeschreibungen:

Bei jedem Modul wird als „Eingangsvoraussetzung“ nur der unmittelbare „Vorläufer“ aufgeführt.

Modul 1: Leseverstehen und Schreiben (I)

Modul-Name		Leseverstehen und Schreiben (I)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 1	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	10	150	210		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	1		GS
Lehrende						
	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Lesen I	S	4	5		
NN	Schreiben und Übersetzen I	S	4	5		K60
NN	Strukturen in Texten I	S	2	2		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Deutschkompetenz und erreichen das Niveau A2 (GER). Sie können kurze, einfache Texte verstehen, welche die gebräuchlichsten Wörter beinhalten, einschließlich international verständlicher Wörter. Sie sind in der Lage, kurze, einfach, alltägliche Nachrichten und Mitteilungen schreiben und Beschreibungen von Ereignissen und Aktivitäten liefern.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Allgemeinsprachlicher Deutschunterricht zum Leseverstehen und Schreiben auf dem Niveau A2. Schreibübungen. Strukturen, die auf dem Niveau A2 benötigt werden. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Lehrwerk auf dem Niveau A2, z.B. studio d A2 (Cornelsen); Themen aktuell 2 (Hueber); Passwort Deutsch in drei Bänden 2 (Klett). Zusatzmaterialien zum Lesen und Schreiben. 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung laut gültiger Regelung an der Partnerhochschule					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 4			
Prüfungsarten	K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 2: Hörverstehen und Sprechen (I)

Modul-Name		Hörverstehen und Sprechen (I)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Christian Krekeler	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 2	10	300		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	8	120	180		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	1		GS
Lehrende						
Veranstaltungen		Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Hören und Sprechen I	S	4	5		M20
NN	Hören und Sprechen II	S	4	5		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Sozialkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Deutschkompetenz und erreichen das Niveau A2 (GER). Sie können genug verstehen, um sich in einfachen, routinemäßigen Situationen ohne große Anstrengung zu verständigen. Sie sind normalerweise in der Lage, das Thema eines Gesprächs zu erkennen, wenn dieses langsam und deutlich geführt wird, und sich daran zu beteiligen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen zum Hörverstehen und zum mündlichen Ausdruck auf dem Niveau A2. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen Deutsch Grundkurs (Klett). 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Übung, Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung laut gültiger Regelung an der Partnerhochschule					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 5			
Prüfungsarten	M20					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 3: Grundlagen der kommunikativen Kompetenz

Modul-Name		Grundlagen der kommunikativen Kompetenz				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte		Workload	
Angebot im (Beginn)		M 3	4		120	
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	2	30	90		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	1	GS	
Lehrende						
Veranstaltungen		Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Phonetik und Konversation	S	1	2		M30
NN	Schrift	Ü	1	2		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Dieses Modul befähigt die Studierenden zu einer differenzierten Wahrnehmung phonetischer Unterschiede im Deutschen und Chinesischen. Die Studierenden lernen die Aussprache polysyllabischer Morphemstrukturen. Erlernen der deutschen Alphabetschrift und seiner phonetischen Codierung.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Übung von Konsonantenhäufungen im In- und Auslaut • Übung polysyllabischer Systeme • Orthographie und Interpunktion 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrwerke auf dem Niveau A1/A2, z.B. studio d A1/A2 (Cornelsen); • Themen aktuell 1/2 (Hueber); • Passwort Deutsch in drei Bänden 1/2 (Klett). 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Übung, Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung laut gültiger Regelung an der Partnerhochschule					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 12			
Prüfungsarten	M30					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 4: Leseverstehen und Schreiben (II)

Modul-Name		Leseverstehen und Schreiben (II)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 4	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	10	150	210		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	2	GS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Lesen II	S	4	5		
NN	Schreiben und Übersetzen II	S	4	5		K90
NN	Strukturen in Texten II	S	2	2		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Deutschkompetenz und erreichen das Niveau B1. Sie können einfache Texte verstehen und in einem längeren Text oder in mehreren kurzen Texten spezifische Informationen finden, welche zur Fertigstellung einer Aufgabe benötigt werden. Sie sind in der Lage, sehr kurze Berichte zu schreiben, in welchen Alltagsinformationen und geläufige Sachverhalte weitergeleitet werden und in denen Gründe für Handlungsweisen sowie eine Meinung angegeben werden.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Lesen von Gebrauchstexten wie z. B. Zeitungsartikel, verständlich geschriebene Argumentationen, Beschreibungen, Gebrauchsanweisungen, offizielle Schriftstücke. • Schreibübungen. • Sprachliche Strukturen, die auf dem Niveau B1 benötigt werden. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrwerk auf dem Niveau B1, z.B. studio d B1 (Cornelsen); • Themen aktuell Zertifikatsband (Hueber); • Passwort Deutsch in drei Bänden 3 (Klett). • Zusatzmaterialien zum Lesen und Schreiben. 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 1					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 7			
Prüfungsarten	K90					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 5: Hörverstehen und Sprechen (II)

Modul-Name		Hörverstehen und Sprechen (II)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Christian Krekeler	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 5	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	6	90	270		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	2	GS	
Lehrende						
Veranstaltungen		Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Hören und Sprechen III	S	4	7		M30
NN	Kommunikative Kompetenz	S	2	5		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Sozialkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Deutschkompetenz und schließen das Niveau B1 (GER) ab. Sie können einfache, sachliche Informationen über die geläufigen Themen des Alltags- und Berufslebens verstehen und sowohl allgemeine Aussagen als auch spezifische Details erkennen, sofern deutlich und mit geläufigem Akzent gesprochen wird. Sie sind in der Lage, an alltäglichen Gesprächen über geläufige, regelmäßig vorkommende Ereignisse teilzunehmen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen zum Hörverstehen und zum mündlichen Ausdruck auf dem Niveau B1. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen Deutsch Grundkurs 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 2					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 8			
Prüfungsarten	M30					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 6: Regionalkunde Deutschland

Modul-Name		Regionalkunde Deutschland				
Modulkoordination	Prof. Dr. Christian Krekeler	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 6	8	240		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	4	60	180		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	2	GS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Regionalkunde Deutschland I	S	2	4		K90
NN	Regionalkunde Deutschland II	S	2	4		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz - Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erlangen eine Vertrautheit mit dem deutschen Gesellschaftssystem. Sie können sich in den deutschen geographischen und politischen Strukturen orientieren.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kontrastive Betrachtung des deutschen und chinesischen Bildungssystems • Landeskunde Deutschland • Geographie Deutschlands • Politische Gliederung Deutschlands und Profile der Bundesländer 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Erinnerungsorte (Cornelsen), • Dreimal Deutsch (Klett). 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung laut gültiger Regelung an der Partnerhochschule					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 9			
Prüfungsarten	K90					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 7: Leseverstehen und Schreiben (III)

Modul-Name		Leseverstehen und Schreiben (III)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 7	14	420		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	10	150	270		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	3		GS
Lehrende						
	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Lesen III	S	4	6		
NN	Schreiben und Übersetzen III	S	4	6		K60
NN	Strukturen in Texten III	S	2	2		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Deutschkompetenz und erreichen das Niveau B2. Sie können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; sie können auch Fachtexte zu wirtschaftlichen Themen verstehen. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Lesen von Fachtexten mit geringem Komplexitätsgrad wie z. B. allgemein verständliche Einführungen in die Betriebswirtschaftslehre. • Schreibübungen. • Sprachliche Strukturen, die auf dem Niveau B2 benötigt werden. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Barthel 1 (Fabouda-Verlag) 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 4					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Zulassung an der HTWG			
Prüfungsarten	K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 8: Wissenschaftliche Grundlagen

Modul-Name		Hörverstehen und Sprechen (III)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Christian Krekeler	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 8	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	6	90	270		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	3	GS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Englisch für das Studium	S	4	7		K90
NN	IT Anwendungen	S	2	5		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz – Fachkompetenz – Methodenkompetenz – Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre Englischkompetenz und erreichen das Niveau B2 (GER). Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können Programme, die für das Studium relevant sind, verwenden.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen zum Hörverstehen und zum mündlichen Ausdruck auf dem Niveau B2. • Textverarbeitung (Umgang mit großen Dokumenten), Präsentationsprogramm (automatische Präsentationen erstellen), Tabellenkalkulation (Formeln verwenden). 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • z.B. English Unlimited B1+ (Cambridge Univ. Press). 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 5					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Zulassung an der HTWG			
Prüfungsarten	K90					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 9: Wirtschaft

Modul-Name		Wirtschaft				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)		M 9	6	120		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	2	30	90		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	3	GS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
NN	Wirtschaftssysteme im Vergleich	S	1	3		K90
NN	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	S	1	3		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz - Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Funktionsweisen von marktwirtschaftlichen Systemen und Betrieben. Sie werden in die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre eingeführt und erhalten einen Überblick zu mikro- und makroökonomischen Fragestellungen in Europa. Schwerpunkte hierbei sind Vergleiche von Wirtschaftssystemen und Wirtschaftsgeographie in Deutschland und Europa.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre • Wirtschaftsgeographie Deutschland und Europa • Wirtschaftssysteme im Vergleich 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Haas (2007) Wirtschaftsgeographie, • Brockhoff (2009) BWL in Wissenschaft und Geschichte 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 6					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Zulassung an der HTWG			
Prüfungsarten	K90					
Endnote	Gewichtung proportional zu den ECTS-Punkten der benoteten Modulteilprüfungen (unbenotete Prüfung bestanden)					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 10: Deutsch und Landeskunde

Modul-Name		Deutsch und Landeskunde				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersem. <input type="checkbox"/> Sommersem.	M 10	18	540		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	12	180	360		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	4	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Herr Fuchshuber	Deutsch	S	4	6		K90
Prof. Dr. G. Thelen	Fachsprache Deutsch	S	6	9		
Prof. Dr. G. Thelen	Regionalanalyse Deutschland und Europa	S	2	3		M10
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz, Methodenkompetenz, Fachkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden verbessern ihre Deutschkompetenz und konsolidieren das Niveau B2 (GER). Sie erweitern ihre fachbezogenen Sprachkenntnisse in den Bereichen Studium, Wirtschaft, Tourismus und Landeskunde. Die Studierenden sind in der Lage, historische, politische, geographische, soziale Rahmenbedingungen strukturiert wahrzunehmen und hinsichtlich ihrer Relevanz für touristische Entwicklungen einzuordnen. Sie können diese Kenntnisse für die Lösung touristischer Fragestellungen einsetzen. Sie kennen Methoden der Lernorganisation und können sie für ihr eigenes Lernen einsetzen.					
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> Fachbezogener Deutschunterricht an Themen aus den Bereichen Studium, Wirtschaft, Tourismus und Recht. Erarbeitung von sprachlichen Strukturen, die zur Bewältigung von fachlichen Handlungszusammenhängen nötig sind: Wortbildung, pronominale Referenz, fachtypische Textstrukturen, Präzisierung, Verkürzung, Generalisierung, Differenzierung. Aussprachetraining, praktische Sprachübungen Methoden der Lernorganisation, Training der Lernerautonomie bei der Erarbeitung von Sprachstrukturen und Wortschatz. Regionalkunde Deutschland und Europa (Schwerpunkt Wirtschaft). regionalkundliche Projektstudien. Es ist projektiert, Regionalanalyse Deutschland und Europa mit der Lehrveranstaltung Regionalanalyse China Wirtschaftssprachen Asien und Management zu verschränken, z. B. in Form einer gemeinsamen Abschlussveranstaltung, um ausländischen und deutschen Studierende einen internationalen und interkulturellen Lernraum zu ermöglichen. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Luscher: Landeskunde Deutschland (Verlag für Deutsch); Lodewick: Barthel 2 (Fabouda Verlag), Buhlmann/Fearns/Leimbacher: Wirtschaftsdeutsch von A bis Z (Langenscheidt). Skripte für Projektstudien 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Übung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung an der HTWG, Modul 6					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für				
Prüfungsarten	K90, M10					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 11: Grundlagen des Tourismusmanagements

Modul-Name		Grundlagen des Tourismusmanagements				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersem. <input type="checkbox"/> Sommersem.	M 11	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	8	120	240		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	4	HS	
Lehrende						
Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet	
C. Richter	Einführung in den Tourismus	V	4	6	K60	
Prof. Dr. T. Thimm	Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Tourismuswirtschaft	V	4	6	K60	
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden können sich im Berufsfeld Tourismus orientieren, sie kennen die Entwicklung des Tourismus sowie die Nachfrage- und die Angebotsseite des Tourismus. Sie verstehen den Tourismus als ein komplexes System und dessen Abhängigkeit von vielfältigen politischen, sozialen und betriebs- und volkswirtschaftlichen Einflüssen. Sie sind in der Lage, einzelne touristische Phänomene zu analysieren und einzuordnen. Sie lernen betriebswirtschaftliche Grundlagen der Tourismuswirtschaft kennen. Die Studierenden erlernen Managementgrundlagen zum Verständnis komplexer wirtschaftlicher Systeme.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Rahmenbedingungen des Tourismusmanagements: Entwicklung des Tourismus, Tourismus als System, Tourismusstatistik, touristische Motive, touristisches Angebot, betriebs- und volkswirtschaftliche Einflüsse. Tourismusmanagement im internationalen Kontext Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Markt- und Kundenorientierung als Grundhaltung von Unternehmen; Management touristischer Unternehmen. Rechtsformen der Unternehmen, Vergleich der Rechtsformen. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Birker (2006) Einführung in die BWL, Berg (2010) Einführung Tourismus: Überblick und Management 					
Form der Wissensvermittlung	Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Zulassung an der HTWG, Modul 9					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Module 13, 14			
Prüfungsarten	K60, K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 12: Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (I)

Modul-Name		Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (I)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Christian Krekeler	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 12	13	390		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	8	120	270		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	5	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. G. Thelen	Fachdeutsch für Touristiker (I)	S	4	6		K90
Prof. Dr. C. Krekeler	Interkulturelle Aspekte des Tourismus	S	2	3	R	
Prof. Dr. G. Thelen	Kommunikations- und Präsentationstechniken	S	2	4		R
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden verbessern ihre sprachliche Handlungsfähigkeit im Fach und erreichen das Niveau C1 (GER). Sie erkennen die Bedeutung kultureller Unterschiede in verschiedenen touristischen und betrieblichen Kommunikationssituationen und sind in der Lage, die interkulturelle Komponente in konkreten Situationen zu erkennen und zu berücksichtigen. Sie entwickeln eine kommunikative Kompetenz in interkulturellen Kontaktsituationen. Sie können fachliche Inhalte für ein deutsches/europäisches Publikum aufbereiten und darstellen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Fachbezogener Deutschunterricht an Themen aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre, Rechtskunde und Tourismus. Erarbeitung von Fachwortschatz und fachsprachlichen Handlungsmustern (Beschreibungen, Definitionen, Klassifikationen, quantitative Relationen, Begründungen, Verweise). Sprachpraktische Übungen Methoden der Organisation und Präsentation von Inhalten. Grundlagen der interkulturellen Kommunikation, Klärung typischer interkultureller Situationen im Tourismus: Reiseleitung, Verhandeln, Produktentwicklung usw., Diskussion von ausgewählten Fallbeispielen (critical incidents), Durchführung einer Feldforschung/eines ethnographischen Projekts. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Eismann: Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation (Cornelsen); Schugk: Interkulturelle Kommunikation (Vahlen); Buhlmann/Fearns/Gaspardo: Präsentieren und Verhandeln (Poltext Verlag); Buhlmann/Fearns/Leimbacher: Wirtschaftsdeutsch von A bis Z (Langenscheidt); Duden Wirtschaft Basiswissen Schule (Bibliographisches Institut). 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Übung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 3					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 15			
Prüfungsarten	K90, R benotet, R unbenotet					
Endnote	Gewichtung proportional zu den ECTS-Punkten der benoteten Modulteilprüfungen (unbenotete Prüfung bestanden)					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 13: Marketing im Tourismus (I)

Modul-Name		Marketing im Tourismus (I)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 13	8	240		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	6	90	150		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	5	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. T. Thimm	Grundlagen des Marketing	S	4	5		R
Prof. Dr. T. Thimm	Marktforschung im Tourismus	S	2	3		K60
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Methodenkompetenz, Fachkompetenz, Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden verstehen das Marketinginstrumentarium sowie den Marketing Mix von touristischen Anbietern. Sie lernen Produkte touristischer Anbieter und Qualitätsmerkmale touristischer Produkte kennen. Sie sind in der Lage, entsprechende Produkte zu entwickeln. Die Studierenden kennen Methoden zur Durchführung von Marktrecherchen und Marktanalysen und können diese einsetzen. Die Studierenden können marketingpolitische Entscheidungen von touristischen Anbietern treffen und bewerten.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Volks- und betriebswirtschaftliche Kennzahlen als Grundlage der Bewertung touristischer Produkte. Grundlagen des touristischen Marketings. • Anwendung des Marketingmix im Tourismus. • Fallstudien, Tagesexkursionen, Ortstermine • Marketing-Organisation in touristischen Unternehmen. • Internationales Tourismusmarketing 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Freyer (2007) Tourismus-Marketing, • Stolpmann (2007) Tourismus-Marketing mit Profil 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 11					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 16			
Prüfungsarten	R, K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 14: Tourismusmanagement (I)

Modul-Name		Tourismusmanagement (I)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 14	9	270		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	7	105	165		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	5	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Herr Klein-Erwig	Reise- und Vertragsrecht	V	2	3		K60
Prof. Dr. A. Kröner	Rechnungswesen (I)	V	3	4		K60
Frau Willauer	Personalmanagement	S	2	2	SP	
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erlernen die Grundlagen des Personalmanagements und verstehen die Bedeutung des Personalmanagements für den Dienstleistungssektor. Die Studierenden erlernen und verstehen die Bedeutung des deutschen und europäischen Reise- und Vertragsrechts für die Entwicklung touristischer Angebote. Sie können die rechtlichen Konsequenzen für Anbieter touristischer Produkte einschätzen. Sie haben ein grundlegendes Verständnis der rechtlichen Rahmenbedingungen in einem asiatischen Land. Sie verstehen die Grundstrukturen der externen Rechnungslegung, insbesondere die Grundlagen der Finanzbuchhaltung und Erstellung sowie Analyse von Jahresabschlüssen.					
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des deutschen/europäischen Rechtssystems, Vertragsrecht, Reiserecht. Vergleich mit dem Rechtssystem eines asiatischen Landes. • Grundlagen des externen Rechnungswesens: Finanzberichte, ausgewählte Kennzahlen. • Konzepte der Personalarbeit, Führungsstile, rechtliche Rahmenbedingungen der Personalarbeit. • Internationale Aspekte des Reise- und Vertragsrechts, Rechnungswesens und Personalmanagements • Fallstudien zu Recht, Rechnungswesen und Personalmanagement 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Führich (2007) Basiswissen Reiserecht, • Wöhe (2010) Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, • Scherm (2010) Personalmanagement 					
Form der Wissensvermittlung	Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 11					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 17			
Prüfungsarten	K60, K60, SP unb.					
Endnote	Gewichtung proportional zu den ECTS-Punkten der benoteten Modulteilprüfungen (unbenotete Prüfung bestanden)					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 15: Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (II)

Modul-Name		Kommunikation im Berufsfeld Tourismus (II)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte		Workload	
Angebot im (Beginn)	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersem. <input type="checkbox"/> Sommersem.	M 15	11		330	
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	8	120		210	
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	6	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. G. Thelen	Fachdeutsch für Touristiker (II)	S	4	6		K60
Prof. Dr. C. Krekeler	Englisch für Touristiker	Ü	4	5		M10
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Sprachkompetenz, Methodenkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erweitern ihre sprachliche Handlungsfähigkeit in Englisch und Deutsch an den Themen Rechtskunde und Betriebswirtschaftslehre und erreichen das Niveau C2 (GER). Sie können adressatengerechte Berichte und Geschäftspläne verfassen. Sie verfügen über eine strategische Sprachkompetenz, die sie befähigt, in wechselnden fachlichen Situationen sprachlich handlungsfähig zu bleiben. Die Studierenden erweitern ihre Deutschkenntnisse und Englischkenntnisse für den Einsatz in beruflichen Kommunikationssituationen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Sprachlernstrategien für den Umgang mit Fach- und Berufssprachen: Kontext-Erschließungsstrategien, Wortschatzverarbeitungsstrategien, Systematik und Gebrauch von Nachschlagewerken usw. • Vermittlung von Textsortenkenntnissen: Inhalt, Stil, Strukturen und Aufbau von Berichten und Geschäftsplänen. Interkulturelle Unterschiede von Textsorten. Erstellen von Gebrauchstexten. • Deutsch in beruflichen Kommunikationssituationen: verhandeln, Auskunft geben, informieren, Mitteilungen verfassen usw. • Englisch in beruflichen Kommunikationssituationen: verhandeln, Auskunft geben, informieren, Mitteilungen verfassen usw. • Textarbeit, sprachpraktische Übungen • Vorbehaltlich der stundenplantechnischen Realisierbarkeit erfolgt eine Verschränkung mit „Englisch für Betriebswirte“ des BA Betriebswirtschaftslehre, um ausländischen und deutschen einen internationalen und interkulturellen Lernraum zu ermöglichen. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Jacob/Strutt: English for International Tourism (Longman)., • Fearn: Kommunikation in der Wirtschaft (Cornelsen u.a.), • Eismann: Wirtschaftskommunikation Deutsch 2 (Langenscheidt) 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 12					
Sinnvoll zu kombinieren mit			Als Vorkenntnis erforderlich für			
Prüfungsarten	K60, M10					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 16: Marketing im Tourismus (II)

Modul-Name		Marketing im Tourismus (II)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersem. <input type="checkbox"/> Sommersem.	M 16	8	240		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	4	60	180		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	6	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. T. Thimm	Strategisches Marketing	S	4	8		K60
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz, Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden erlernen die strategischen Grundsatzentscheidungen von touristischen Anbietern und Destinationen. Sie sind in der Lage, Marketingstrategien zu entwickeln und sie auf unterschiedliche Zielgruppen (z. B. deutsche Reisegruppen in China, chinesische Reisegruppen in Deutschland) auszurichten.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensphilosophien und Marketingstrategien • Qualitätsführerschaft, Preisführerschaft, umwelt- und sozialverträgliche Positionierungen usw. • Kundenbindung, Komplexitätsmanagement • Preistheorie • Konzeption vom Marketingzielen, -strategie und -mix • Fallstudien, Tagesexkursionen, Ortstermine • Strategisches Marketing im internationalen Kontext 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Becker (2006) Marketing-Konzeption, • Wiesner (2006) Strategisches Tourismusmarketing 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 13					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für				
Prüfungsarten	K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 17: Tourismusmanagement (II)

Modul-Name		Tourismusmanagement (II)				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm		Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload	
Angebot im (Beginn)	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersem. <input type="checkbox"/> Sommersem.		M 17	11	330	
Dauer	ein Semester		SWS	Kontaktzeit	Selbststudium	
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		7	105	225	
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	6	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. T. Thimm	Tourismusplanung	V	2	3	SP	
Prof. Dr. T. Thimm	Destinationsmanagement	V	2	4		SP
Prof. Dr. A. Kröner	Rechnungswesen (II)	V	3	4		K60
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden sind in der Lage, touristische Potenziale für Regionen und Angebote zu identifizieren und können diese in Entwicklungspläne umsetzen. Sie verstehen die Bedeutung von Qualitätsstandards und wissen, wie die Qualitätssicherung unterstützt werden kann. Die Studierenden sind mit grundlegenden Verfahren des Kosten-, Investitions- und Finanzmanagements für touristische Anbieter vertraut und können sie bei betrieblichen Entscheidungen berücksichtigen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Methodisches Vorgehen bei der Entwicklung touristischer Angebote in Regionen (Machbarkeitsstudien, SWOT-Analysen), Aufbau von Planungsprozessen. Berücksichtigung des Nachhaltigkeitsgedankens sowie des Personal- und Kapitalbedarfs für touristische Entwicklungsprojekte. • Strategische Tourismusplanung • Monitoring der touristischen Entwicklung von Regionen, Rolle von Fremdenverkehrsvereinen, Entwicklung von Qualitätsstandards. • Spezifika des Managements von Destinationen • Management grenzüberschreitender Destinationen • Grundlagen des Kosten-, Investitions- und Finanzmanagements touristischer Anbieter. • Fallstudien, Tagesexkursionen, Ortstermine 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrmann et. al. (2009) Touristische Leitbilder, • Bieger (2008) Management von Destinationen, • Fandel (2009) Kostenrechnung 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Vorlesung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	Modul 14					
Sinnvoll zu kombinieren mit			Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 18		
Prüfungsarten	SP, K60, SP unbenotet					
Endnote	Gewichtung proportional zu den ECTS-Punkten der benoteten Modulteilprüfungen (unbenotete Prüfung: bestanden/nicht bestanden)					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 18: Bachelor-Modul

Modul-Name		Bachelor-Modul				
Modulkoordination	Prof. Dr. Gabriele Thelen	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 18	12	360		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	0	0	360		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	7	HS	
Lehrende						
Veranstaltungen		Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
						SP
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Methodenkompetenz, Selbstkompetenz					
Lernziele	<p>Die Bachelorarbeit ist eine Prüfungsarbeit. Sie bildet den Abschluss des Studiums. Durch die Bachelorarbeit wird festgestellt, ob die Zusammenhänge des Fachs überblickt werden, die Fähigkeit vorhanden ist, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden, und die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse erworben wurden.</p> <p>Die Studierenden haben mit der Bachelorarbeit die Fähigkeit nachgewiesen, dass sie innerhalb einer Frist von drei Monaten eine komplexe Aufgabenstellung aus den Fächern des Studiengangs, wie z. B. Tourismusmanagement, Deutsch, Interkulturelle Kommunikation oder Betriebswirtschaftslehre, selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten können. Die Bachelorarbeit wird durch zwei Prüfer bewertet.</p>					
Lehrinhalte						
Form der Wissensvermittlung	Übung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung	alle Vormodule					
Sinnvoll zu kombinieren mit	Modul 20	Als Vorkenntnis erforderlich für				
Prüfungsarten	SP (Bachelorarbeit)					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 19: Arbeitsfeld Tourismusmanagement

Modul-Name		Arbeitsfeld Tourismusmanagement				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 19	10	300		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	4	60	240		
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	7	HS	
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. A. Kröner	Unternehmensgründungen im Tourismus	S	2	5		SP
Herr von Detten	Informationsmanagement für Touristiker	Ü	2	5		SP
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Methodenkompetenz, Selbstkompetenz, Sprachkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden können den Hardware- und Softwarebedarf von touristischen Anbietern einschätzen, und sie sind in der Lage, (englischsprachliche) Software für Touristiker zu verwenden. Sie können rechtliche, wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen in ihrem Heimatland einschätzen und Geschäfts- und Entwicklungspläne für kleine und mittlere Unternehmen erstellen.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Hardware- und Softwarebedarf von touristischen Anbietern. • Touristische Managementinformationssysteme • Umgang mit typischer Software für Touristiker. Bedienung, Erarbeitung der verwendeten Sprache. • Rechtliche, wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen für die Unternehmensgründung im Heimatland. Aufbau und Inhalt von Geschäfts- und Entwicklungsplänen. • Gründungsmanagement • Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen • Die Unternehmerpersönlichkeit • Entrepreneurship <p>Vorbehaltlich der stundenplantechnischen Realisierbarkeit erfolgt eine Verschränkung mit Studierenden der HTWG Konstanz und der Universität Konstanz in Unternehmensgründung, um ausländischen und deutschen Studierenden einen internationalen und interkulturellen Lernraum zu ermöglichen.</p>					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Brüderl (2009) Der Erfolg neugegründeter Betriebe, • Gronau (2010) Einführung in das Informationsmanagement 					
Form der Wissensvermittlung	Übung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung						
Sinnvoll zu kombinieren mit			Als Vorkenntnis erforderlich für			
Prüfungsarten	SP, SP					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					

Modul 20: Projektstudium

Modul-Name		Projektstudium				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm	Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload		
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem. <input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 20	8	240		
Dauer	ein Semester	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium		
Fakultät	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	2	30	210		
Einsatz in Studiengängen						
Angestrebter Abschluss		Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt		
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	7	HS	
Lehrende						
Prof. Dr. T. Thimm	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
	Projektstudium und Projektkolloquium	S	2	8	SP	
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Methodenkompetenz, Selbstkompetenz					
Lernziele	Ziel des Moduls ist es, die bisher erworbenen Kenntnisse im Rahmen von komplexen Praxisaufgaben zu vertiefen und fallbezogen anzuwenden. Am Ende des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die praxisbezogenen Aufgabenstellungen eigenständig im Team zu lösen. Sie können arbeitsteilig interdisziplinäre Beiträge zur Lösung einer Aufgabe einbringen und zeitgemäße Organisationsmethoden in z. B. Planung, Koordination, Projektmanagement und Controlling anwenden.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Eigenverantwortliche Planung, Organisation, Durchführung, Präsentation und Dokumentation eines Projekts. Projektmanagement Das Projekt kann in die Bachelorarbeit münden. Das Projekt beinhaltet in der Regel eine Praxisphase in einem Unternehmen. 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Dress (2010) Praxisleitfaden Projektmanagement 					
Form der Wissensvermittlung	Übung, Selbststudium					
Eingangsvoraussetzung						
Sinnvoll zu kombinieren mit	Modul 18	Als Vorkenntnis erforderlich für				
Prüfungsarten	SP unbenotet					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	November 2010					