

# **Modulhandbuch**

**Anlage 2 zur Studienordnung**

**für den Studiengang  
Tourismuswirtschaft**

## Inhaltsverzeichnis

Seite

### A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft

<b>1. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABWL)</b>	
Einführung Propädeutik und ABWL	2
Marketing	6
Personal und Organisation / Arbeitsrecht	9
Investition und Finanzierung	12
Unternehmensführung	16
<b>2. Tourismusbetriebswirtschaftslehre (TBWL)</b>	
Einführung Tourismusbetriebswirtschaftslehre / Verkehrsträger	20
Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus	24
Tourismusmarketing / E-Business	28
Angewandtes Tourismusmanagement	31
<b>3. Volkswirtschaftslehre (VWL)</b>	
Mikroökonomie	36
Makroökonomie und Globalisierung	39
<b>4. Rechnungswesen (REWE)</b>	
Externes Rechnungswesen / Steuern	43
Internes Rechnungswesen	48
Controlling	52
<b>5. Methoden und Kompetenzen (METH&amp;KOMP)</b>	
Wirtschaftsmathematik	57
IT-Kompetenz	61
Statistik	64
Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz	68
Juristische Kompetenz	72
<b>6. Wirtschaftsenglisch (ENGL)</b>	
Wirtschaftsenglisch Niveaustufe B2	77
Wirtschaftsenglisch Niveaustufe C1	80

### B. Wahlpflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft

<b>1. Zweite Fremdsprache (1)</b>	
Spanisch Niveaustufe A1	84
Russisch Niveaustufe A1	87
Spanisch Niveaustufe A2	90
Russisch Niveaustufe A2	93
Spanisch Niveaustufe B1	96
Russisch Niveaustufe B1	99
<b>2. Zweite Fremdsprache (2)</b>	
Spanisch Niveaustufe A2	103
Russisch Niveaustufe A2	106
Spanisch Niveaustufe B1	109
Russisch Niveaustufe B1	112
Spanisch Niveaustufe B2	115
Russisch Niveaustufe B2	118

	Seite
<b>3. Fachrichtungsvertiefung (FR1&amp;FR2)</b>	
Destinationsmanagement	122
Eventmanagement	126
Reiseveranstalter- und Vertriebsmanagement	130
Hotelmanagement	135
Management im Gesundheitstourismus / SPA	140
<b>4. Spezialisierungen (SPEZ)</b>	
Existenzgründung	146
Interkulturelle Kompetenz	149
Internationales Marketing (Englisch)	153
Wirtschaftspsychologie	156
Integriertes Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement	159
Personalmanagement	162
<b>C. Praxismodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft (PRAX)</b>	
Praxismodul Unternehmensüberblick	166
Praxismodul Marketing	169
Praxismodul Personal / Organisation	171
Praxismodul Rechnungswesen / Finanzierung	174
Praxismodul Unternehmensführung	177
<b>D. Bachelorarbeit für den Studiengang Tourismuswirtschaft (BA)</b>	
Bachelorarbeit	181

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>1. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABWL)</b>	<b>Seite</b>
Einführung Propädeutik und ABWL	2
Marketing	6
Personal und Organisation / Arbeitsrecht	9
Investition und Finanzierung	12
Unternehmensführung	16

## Einführung Propädeutik und ABWL

*Die Studierenden werden in die Wissenschaftstheorie eingeführt, erlernen das Vorgehen bei der Erarbeitung sowie die Gestaltung und den Aufbau von wissenschaftlichen Arbeiten und es werden Planungsmethoden und Lerntechniken vermittelt. Sie erhalten einen ganzheitlichen Überblick über den Gegenstand der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und die relevanten Entscheidungsfelder betriebswirtschaftlicher Fach- und Führungskräfte. Das Modul bildet die Grundlage für alle nachfolgenden Module der Betriebswirtschaftslehre und des Rechnungswesens.*

Modulcode	Modultyp und Credits
EPRBW-W-10	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 1	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul bildet sowohl die inhaltliche Grundlage für alle weiterführenden betriebswirtschaftlichen Module als auch die methodische Basis für die wissenschaftliche Arbeit und die Erbringung von Prüfungsleistungen wie Seminar- und Projektarbeiten einschließlich Bachelor-Thesis.

Das Modul bildet ebenfalls die theoretische Grundlage für das erste Praxissemester im Studiengang Tourismuswirtschaft.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Wissenschaftstheorie

- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie
- Methoden der empirischen Forschung

#### Wissenschaftliche Arbeiten

- Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten
- Planung der Examensarbeit
- Literaturarbeit
- Erstellung der Arbeit

#### Lern- und Arbeitstechniken

- Organisation des Studiums
- Effektive Prüfungsvorbereitung

### **Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre**

- Grundlagen des Wirtschaftens
- Aufgabe der Betriebswirtschaftslehre
- Träger der Wirtschaft
- Wirtschaftssysteme
- Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Unternehmensziele

### **Konstitutive Unternehmensentscheidungen**

- Standortwahl
- Rechtsformwahl
- Unternehmenszusammenschlüsse

### **Organisation**

- Aufbauorganisation
- Ablauforganisation

### **Produktionswirtschaft**

- Grundlagen
- Produktions- und Kostentheorie

### **Marketing**

- Grundlagen
- Absatzpolitische Instrumente

### **Personalwesen**

- Grundlagen
- Ziele
- Aufgaben
- Organisation

### **Externes Rechnungswesen**

- Einführung in das externe Rechnungswesen
- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Jahresabschluss
- Steuerpflicht

### **Internes Rechnungswesen**

- Einführung in das interne Rechnungswesen
- Aufgaben der Kostenrechnung
- Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung

### **Finanzierung und Investition**

- Grundlagen der Finanzwirtschaft
- Investitionsrechenverfahren
- Außen- und Innenfinanzierung

## **Lernergebnisse**

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen Methoden der Erkenntnisgewinnung, die grundlegenden Begriffe und Denkweisen des wissenschaftlichen Arbeitens.

Sie wissen die Betriebswirtschaftslehre in das allgemeine Wissenschaftssystem einzuordnen, kennen ihre relevanten Grundbegriffe und Kategorien und die wesentlichen Methoden der betriebswirtschaftlichen Erkenntnisgewinnung. Sie erwerben integrierte Kenntnisse über konstitutive Entscheidungsfelder im Lebenszyklus eines Unternehmens, und sie kennen betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Entscheidungsfelder in den verschiedenen Funktionsbereichen eines Unternehmens.

### Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftlich relevante Themen zu erkennen und für die eigene Arbeit auszuwählen.

Sie verfügen über das grundlegende Verständnis darüber, dass alle betriebswirtschaftlichen Handlungen und Entscheidungen komplexer Natur sind und ein integriertes Wissen aller betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen voraussetzt. Sie sind darauf vorbereitet, jeglichen Kenntnissgewinn in den folgenden Modulen des Studiums vertikal, horizontal und lateral zu vertiefen und somit eine nachhaltige Integration zu erwirken, die wiederum für eine hohe Handlungskompetenz der Absolventen vonnöten ist.

## **Können**

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden wenden wissenschaftliche Arbeitsprinzipien bei der Erstellung eigener Arbeiten an und sind in der Lage, effektiv und zielgerichtet Texte zu analysieren und Daten zu erheben. Techniken der Wissensaufnahme und Wissensverarbeitung unterstützen ihr weiteres Studium.

Sie sind in der Lage, Zielsysteme von Unternehmen unter Berücksichtigung der vielschichtigen Einflussfaktoren abzuleiten und somit das Unternehmen als Organisation in seiner Abhängigkeit von internen und externen Wirkungsfaktoren zu verstehen. Sie können Zusammenhänge zwischen Leistungs- und Wertschöpfungsprozess herstellen sowie die Verflechtung güterwirtschaftlicher und finanzwirtschaftlicher Prozesse im Unternehmen darstellen. Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge zwischen Markt, Produkt- und Betriebslebenszyklus in den Grundzügen, und sie können die Eignung der verschiedenen Rechtsformen, die Wahl von Standorten und andere konstitutive Unternehmensentscheidungen bewerten.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Problemstellungen zielgerichtet bearbeiten, sinnvoll strukturieren und logisch nachvollziehbare Lösungsansätze darstellen sowie Ergebnisse sowohl im betriebswirtschaftlichen als auch im gesellschaftlichen Zusammenhang wissenschaftlich präzise interpretieren.

Sie können Daten und Informationen aus diversen Quellen sammeln und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie haben gelernt, Verständnisfragen zu stellen und unter Anleitung Verantwortung für den eigenen Wissenserwerb zu übernehmen.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können grundlegende Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre, ihre Fachbegriffe und Kategorien formulieren und sich über Informationen, Probleme und Lösungsansätze auf wissenschaftlicher Grundlage sowohl mit Fachvertretern als auch mit Laien austauschen.

## **Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	40
Seminar	24
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	20
Selbststudium (Praxisphase)	42
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## **Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### **Modulverantwortlicher**

Dr. Sabine Engelmann

E-Mail: s.engelmann@ba-breitenbrunn.de

### **Unterrichtssprache**

Deutsch

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Notebook, Power-Point-Präsentationen, Arbeits- und Übungsblätter

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Stickel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Gabler Verlag, Wiesbaden, 6. Auflage, 2011.
- Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Oldenbourg, 12. Auflage, 2010.
- Wöhe, Günter; Döring, Ullrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen, München, 25. Auflage, 2013.
- Olfert, Klaus: Kompakt-Training. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, NWB Verlag GmbH & Co. KG, Herne, 4. Auflage, 2013.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Jung, Hans: Arbeits- und Übungsbuch. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Oldenbourg, 4. Auflage, 2012.
- Wöhe, Günter; Kaiser, Hans; Döring, Ullrich: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen, München, 14. Auflage, 2013.
- Gabler Wirtschaftslexikon, Verlag Springer Gabler, 18. Auflage, 2014.



## Marketing

*Marketing wird als marktorientiertes Agieren des Unternehmens dargestellt. Die theoretischen Grundlagen, Marktforschung, Instrumente, Methoden werden den Studierenden, unter Berücksichtigung sektoraler Besonderheiten und der aktuellen Entwicklungen, erläutert. In Übungen werden sie an eigene Entscheidungsfindungen herangeführt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
MAKTG-W-20	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 2	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul bildet die Grundlage für das in beiden Studiengängen angebotene Wahlpflichtmodul Internationales Marketing. In der Tourismuswirtschaft bildet das Modul Marketing die Basis für das im 3. Semester vermittelte TBWL-Modul Tourismusmarketing / E-Business. Die Marketingkenntnisse werden in den Fachrichtungen im 4. und 5. Semester branchen- und betriebsformenbezogen vertieft.

Das Modul bildet ebenfalls die theoretische Grundlage für das zweite Praxissemester im SG TW.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

## Lerninhalte

### Marketing als Denkrichtung und System – eine Einführung

### Marktforschung als Grundlage des Marketingmanagements

- Marktforschungsprozesse
- Datenanalyse und Dateninterpretation

### Marketingmix

- Produktpolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik

### Marketingkreislauf

- Strategisches Marketing
- Taktisches Marketing
- Marketing-Implementierung
- Marketing-Controlling

### Marketingmanagement

- Marketingkonzeption
- Marketingorganisation
- Markenführung

## Dienstleistungsmarketing

- Uno actu Dienstleistungen
- Dauerhafte Dienstleistungen

## Aktuelle Entwicklungen

### Lernergebnisse

#### *Wissen und Verstehen*

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erwerben die grundlegenden Kenntnisse zur Marktforschung als Voraussetzung für ein zielgerichtetes Marketing und kennen die Instrumente des Marketings sowohl hinsichtlich ihres Inhaltes als auch ihrer Interdependenzen im Marketingmix. Sie erkennen betriebliches Marketing als strategische und als operative Führungsaufgabe und wenden dies instrumentell bei der Erarbeitung einer Marketingkonzeption an. Marketingmanagement ist ihnen anwendungsbereit bekannt.

##### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen die Instrumente des Marketingmix, auch mit sektoralen Ausprägungen, durch weitere inhaltliche und methodische Untersetzung.

#### *Können*

##### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage – auch in Bezug auf ihren Praxisbetrieb – die Marktsituation darzustellen, die Marketinginstrumente zu identifizieren und den Marketingmix zu erläutern. Marktforschung können sie in einfachem Rahmen durchführen sowie in einfacheren Situationen Marketinglösungen erarbeiten und Entscheidungen treffen.

##### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind befähigt, Informationen unter Marketinggesichtspunkten aus Unternehmens- und anderen Quellen zu sammeln zu bewerten und zu interpretieren. Unter Anleitung können sie Verantwortung für den eigenen Wissenserwerb übernehmen.

##### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Probleme und in einfachen Situationen deren Lösungen zu formulieren und sich mit Fachvertretern und Laien darüber auszutauschen.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b><i>Präsenzveranstaltungen</i></b>	
Vorlesung	42
Seminar	22
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b><i>Eigenverantwortliches Lernen</i></b>	
Selbststudium	24
Selbststudium (Praxisphase)	38
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Peter Ivic

E-Mail: p.ivic@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Power-Point-Präsentationen, Arbeits- und Übungsblätter, Taschenrechner

### Literatur

#### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Bruhn, Manfred: Marketing, Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden, 11. Auflage, 2012.

#### *Vertiefende Literatur*

- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 11. Auflage, 2012.
- Bruhn, Manfred; Meffert, Heribert: Handbuch Dienstleistungsmarketing, Planung – Umsetzung – Kontrolle, Gabler Verlag, Wiesbaden, 7. Auflage, 2012.
- Schneider, Willy; Henning, Alexander: Lexikon für Marketing und Vertrieb, Das Marketing-Cockpit von A – Z, Springer-Verlag, Berlin, 2. Auflage, 2008.

## Personal und Organisation / Arbeitsrecht

Das Modul vermittelt den Studierenden organisatorische, personalwirtschaftliche und arbeitsrechtliche Kenntnisse zu Umgang und Einsatz des betrieblichen Produktionsfaktors „Menschliche Arbeitsleistung“.

<b>Modulcode</b>	<b>Modultyp und Credits</b>
PEORG-T-30	Pflichtmodul mit 5 Credits
<b>Belegung gemäß Studienablaufplan</b>	<b>Dauer</b>
Semester 3	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft angeboten.

Das Modul bildet die Grundlage für das ABWL Modul Unternehmensführung einschließlich Mitarbeiterführung im 5. Semester. Vertieft wird das Thema Personal und Organisation im Wahlpflichtmodul Personalmanagement im 6. Semester.

Das Modul bildet ebenfalls die theoretische Grundlage für das dritte Praxissemester im Studiengang Tourismuswirtschaft.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Personal

- Grundlagen der Personalwirtschaft (Aufgaben, Ziele, Entwicklungstendenzen)
- Funktionsbereiche der Personalwirtschaft (Personalplanung, Personalmarketing, Personaleinsatz, Personalentlohnung, Personalfreisetzung)
- Personalmanagement (REFA, Arbeitsanalyse etc.)

#### Organisation

- Grundlagen der Organisation (Begriffe, System, Organisation, Organisationsmittel)
- Aufbauorganisation (Begriffe, Stellenbildung, Aufbaugestaltung, Organisationsformen, Dokumentation)
- Prozessorganisation (Begriffe und Aufgaben, Systemanalyse, Systemgestaltung, Systemeinführung)

#### Arbeitsrecht

- Grundlagen des Arbeitsrechts (Begriffe, Rechtsquellen, Arbeitsgerichtsbarkeit, Arbeitsgerichtsprozess)
- Individualarbeitsrecht (Arbeitsvertrag, Arbeitsverhältnis, Rechte und Pflichten der Parteien, Arbeitsschutzrecht)
- Kollektives Arbeitsrecht (Grundgedanken, Koalitionsrecht und Koalitionsfreiheit, Tarifpartner)
- Betriebsverfassungsrecht (Grundgedanken, Stellung der Gewerkschaften, Beziehungen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern)
- Arbeitsgerichtsverfahren (Betriebsübergang, Fortgeltung kollektiver Regelungen, Massenentlassung)

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden sollen basierend auf den in vorgelagerten Semestern ABWL erlernten Instrumentarien organisatorische, personalpolitische und arbeitsrechtliche Fragestellungen interpretieren und ihnen die entsprechenden Methoden zuordnen können.

Sie besitzen grundlegende Kenntnisse im Bereich der Organisationstheorien. Sie haben fundierte Kenntnisse zur Differenzierung, Analyse und spezifischen Anwendung unterschiedlicher Formen der Aufbau- und Ablauforganisation.

#### Wissensvertiefung

Sie erwerben grundlegende Kenntnisse im Bereich der Organisationstheorien. Sie erhalten fundierte Kenntnisse zu den unterschiedlichen Formen der Aufbau- und Ablauforganisation.

Die Studierenden erwerben im Bereich der Personalwirtschaft und des Arbeitsrechts fundiertes Wissen und sind in der Lage, selbstständig personalwirtschaftliche Aufgabenstellungen zu lösen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer und personalrechtlicher Entscheidungen für das Gesamtunternehmen würdigen. Sie verfügen im Bereich der Personalwirtschaft über fundierte Kenntnisse und sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen unterschiedlicher Komplexität zu lösen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Organisation und Personalwirtschaft im Unternehmen zu erfassen. Die daraus resultierenden Wechselwirkungen bei personalwirtschaftlichen und betriebsorganisatorischen Entscheidungen können durch die Studierenden bewertet und in Handlungsfelder umgesetzt werden.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihren Standpunkt zu organisatorischen und personalpolitischen Entscheidungen unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sich an fachlichen Diskussionen beteiligen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	40
Seminar	20
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	28
Selbststudium (Praxisphase)	38
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Jürgen Rachold

E-Mail: j.rachold@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeits- und Übungsblätter

### Literatur - jeweils die aktuellste Auflage

#### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

#### **Personal**

- Drumm, Hans J.: Personalwirtschaft: Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 6. Auflage, 2008. (E-BOOK)
- Jung, Hans: Personalwirtschaft, Oldenbourg Verlag, München, Wien, 8. Auflage, 2008.

#### **Organisation**

- Schreyögg, Georg: Grundlagen der Organisation - Basiswissen für Studium und Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2012. (E-BOOK)

#### **Arbeitsrecht**

- Kramer, Ralph; Frank, Peter K.: Arbeitsrecht - Grundkurs für Wirtschaftswissenschaftler, Springer Gabler, Wiesbaden, 2. Auflage, 2012. (E-BOOK)

### Vertiefende Literatur

#### **Personal**

- Büdenbender, Ulrich; Strutz, Hans: Wichtige Begriffe zu Personalwirtschaft, Personalmanagement, Arbeits- und Sozialrecht, Gabler Verlag, Wiesbaden, 3. Auflage, 2011. (E-BOOK)

#### **Organisation**

- Frese, Erich: Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 10. Auflage, 2012. (E-BOOK)
- Schreyögg, Georg: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung - mit Fallstudien, Gabler Verlag, Wiesbaden, 4. Auflage, 2003.

#### **Arbeitsrecht**

- Boden, Martina: Personalmanagement von Arbeitsrecht bis Zeitarbeit, mi-Fachverlag, Landsberg am Lech, 2005.
- Schaub, Günter; Koch, Ulrich: Arbeitsrecht von A – Z, Dt. Taschenbuch-Verlag, München, 18. Auflage, 2009.

## Investition und Finanzierung

*Die Lehrveranstaltung vermittelt Kenntnisse über die verschiedenen Verfahren der Kapitalverwendung und -beschaffung. Dem Studierenden werden grundlegende und weiterführende Ansätze der Investitionstheorie sowie zentrale finanzwirtschaftliche Fragestellungen eines Unternehmens vorgestellt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
INFIN-T-40	Pflichtmodul mit 4 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 4	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut insbesondere auf den Modulen Einführung Propädeutik und ABWL (1. Semester) sowie Internes Rechnungswesen (3. Semester) und Externes Rechnungswesen / Steuern (1. und 2. Semester) auf und korrespondiert mit dem Modul Controlling (4. Semester). Inhalte des Moduls werden im Modul Unternehmensführung in der Vernetzung mit komplexen betriebswirtschaftlichen Themen weiter vertieft. Das Modul bildet die Basis für das Wahlpflichtmodul Existenzgründung im 6. Semester.

Das Modul bildet ebenfalls die theoretische Grundlage für das vierte Praxissemester im Studiengang Tourismuswirtschaft.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsmathematik / WMATH-W-10

### Lerninhalte

#### Finanzwirtschaft im Unternehmen

- Finanzwirtschaftliche Aufgaben
- Finanzwirtschaftliche Ziele
- Investitions- und Finanzplanung

#### Grundlagen der Investitionsrechnung

- Grundbegriffe
- Investitionsarten
- Investitionsplanung

#### Investitionsrechnungsverfahren

- Statische Verfahren
- Dynamische Verfahren
- Investitionsrechnungen zur Beurteilung von Sach- Finanzinvestitionen
- Investitionsrechnung unter Unsicherheit
- Korrektur- und Sensitivitätsverfahren

#### Grundlagen der Finanzierung

- Begriffe, Märkte, Arten der Finanzierung
- Zahlungsverkehr, Liquiditätsplanung
- Kapitalstruktur und Finanzplanung

### **Finanzierungsarten**

- Beteiligungsfinanzierung
- Kreditfinanzierung und Mezzanine Finanzierung
- Basel II, Basel III, Rating
- Factoring, Leasing, Verbriefungen
- Innenfinanzierung

### **Finanzinstrumente**

- Derivate
- Finanzswaps
- Termingeschäfte
- Optionen
- Kreditderivate

### **Finanzwirtschaftliche Analyse**

- Ausblick

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen finanzwirtschaftliche Zusammenhänge, insbesondere investitionstheoretische- und finanzierungstheoretische Fragestellungen in mittelständischen Unternehmen. Sie erlangen dabei grundlegende Kenntnisse zur Planung, Durchführung und Kontrolle von Investitionen.

Die Studierenden erkennen den Zusammenhang zwischen der Verwendung finanzieller Mittel und ihrer Beschaffung und Verwaltung. Sie kennen die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten und ihre Auswirkungen auf die Kapitalstruktur.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen die verschiedenen Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung in der Erarbeitung von Lösungen anhand von Fallstudien. Sie erlangen vertiefte Kenntnisse für die Investitionsrechnung auch bei Unsicherheiten.

Die Studierenden kennen für mittelständische Unternehmen die relevanten finanzwirtschaftlichen Instrumente und Produkte und können diese bezüglich der Sinnhaftigkeit und des Risikotragfähigkeit beurteilen. Sie kennen aktuelle Entwicklungen am Finanzmarkt und deren Auswirkungen auf mittelständische Unternehmen (Basel III / Rating).

### ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind im Rahmen der Investitionswirtschaft neben dem Treffen von Einzel- und Auswahlentscheidungen in der Lage, Programmentscheidungen vorzunehmen. Dabei können sie die entsprechenden Verfahren zuordnen und interpretieren.

Die Studierenden sind befähigt, Lösungen und Darstellungen von finanztechnischen Systemen als Vernetzung von Sachverhalten, auf Basis gesetzlicher Grundlagen, aktueller Rechtsprechung und unter Beachtung der Spezifika mittelständischer Unternehmen zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können die in den angebotenen Lehrveranstaltungen vermittelten Wissensinhalte in der praktischen Anwendung im Unternehmen nutzen, sie durch Literaturstudium weiter vertiefen und neue Konzepte auf betriebliche Aufgabenstellungen anwenden. Sie können investitionstheoretische und finanzierungstheoretische Fragestellungen aus ihrem Umfeld ableiten und eigene Lösungsvorschläge erarbeiten.

#### Kommunikative Kompetenz

Sie sind in der Lage, sachbezogen zu Finanzierungs- und Investitionsfragestellungen Position zu beziehen, Ihren Standpunkt argumentativ zu verteidigen und konstruktiv zu Problemlösungen beizutragen.



### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	20
Seminar	30
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	12
Selbststudium (Praxisphase)	34
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Dr. Sabine Engelmann

E-Mail: [s.engelmann@ba-breitenbrunn.de](mailto:s.engelmann@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Interaktive Tafel, Notebookwagen, Beamer, Arbeits- und Übungsblätter

## Literatur

### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Becker, Hans-Paul: Investition und Finanzierung – Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Gabler Verlag, Springer Fachmedien, Wiesbaden GmbH, 5., überarbeitete und erweiterte Auflage, 2012. (ISBN: 978-3-8349-3140-5 (Print) 978-3-8349-6944-6 (Online))
- Braun, Thomas: Investition und Finanzierung – Konzeptionelle Grundlagen für eine entscheidungsorientierte Ausbildung, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2009. (ISBN: 978-3-540-78366-4 (Print) 978-3-540-78367-1 (Online))
- Ermschel, Ulrich; Möbius, Christian; Wengert, Holger: Investition und Finanzierung, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 3., durchgesehene und korrigierte Auflage, 2013. (ISBN: 978-3-642-32265-5 (Print) 978-3-642-32266-2 (Online))
- Kaiser, Dirk: Treasury-Management – Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition, Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 1. Auflage, 2008. (ISBN: 978-3-8349-0550-5 (Print) 978-3-8349-9875-0 (Online))

### **Vertiefende Literatur**

- Breuer, Wolfgang: Investition I – Entscheidungen bei Sicherheit, Gabler Verlag – Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden, 4., aktualisierte und überarbeitete Auflage, 2012. (ISBN: 978-3-8349-2367-7 (Print) 978-3-8349-6466-3 (Online))
- Breuer, Wolfgang: Finanzierung – Eine systematische Einführung, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, 2008. (ISBN: 978-3-409-22942-5 (Print) 978-3-8349-9553-7 (Online))
- Grunow, Hans-Werner; Figgenger, Stefanus: Handbuch Moderne Unternehmensfinanzierung, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2006. (ISBN: 978-3-540-25651-9 (Print) 978-3-540-32483-6 (Online))
- Trautmann, Siegfried: Investitionen – Bewertung, Auswahl und Risikomanagement, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2006. (ISBN: 978-3-540-25803-2 (Print) 978-3-540-33196-4 (Online))
- Schulte, Gerd: Investition – Investitionscontrolling und Investitionsrechnung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2., überarbeitete Auflage, 2007.

## Unternehmensführung

*Den Studierenden werden die grundlegenden Anforderungen, Inhalte, Methoden und Instrumente der normativen, strategischen und operativen Unternehmensführung vermittelt. Im Mittelpunkt stehen wettbewerbsfähige Führungskonzepte und deren Umsetzung über die praktische Unternehmensführung. Dazu erwerben die Studierenden Kenntnisse der Mitarbeiterführung und der Anwendung erfolgreicher Managementmethoden.*

Modulcode	Modultyp und Credits
UNFHG-W-50	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul basiert auf der Wissensvermittlung der vorangegangenen vier ABWL-Module. Das Modul greift auf erworbene Kenntnisse in den Modulen Internes Rechnungswesen (3. Semester) sowie Controlling (4. Semester) zurück. Wichtig sind zudem Kenntnisse aus dem Modul Juristische Kompetenz (5. Semester). Das Modul wird ergänzt durch die Wahlpflichtmodule Existenzgründung sowie Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement im 6. Semester.

Das Modul bildet ebenfalls die theoretische Grundlage für das fünfte Praxissemester im Studiengang Tourismuswirtschaft sowie für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Controlling / CONTR-T-40

### Lerninhalte

#### Einführung in die Unternehmensführung

- Grundbegriffe der Unternehmensführung
- Theorien der Unternehmensführung
- System der Unternehmensführung

#### Normative Unternehmensführung

- Unternehmensziele
- Unternehmensverfassung
- Unternehmenskultur

#### Strategische Unternehmensführung

- Grundlagen der Strategiegestaltung
- Strategische Analyse und Diagnose
- Strategiebildung und Strategieumsetzung (Balanced Scorecard)

#### Operative Unternehmensführung

- Aktionsplanung, -steuerung und -kontrolle
- Budgetplanung, -steuerung und -kontrolle
- Zusammenwirken von Organisations-, Personal- und Qualitätsmanagement
- Vermittlung von Grundsätzen und Inhalten der praktischen Unternehmensführung

### **Führungskonzepte und Mitarbeiterführung**

- Formen der Unternehmensführung
- Unternehmenskonzepte (Übernahme, Fusion, Entwicklungs- und Sanierungskonzepte)
- Management des Wandels (Change Management)
- Innovations- und Projektmanagement
- Managementmethoden (Arbeitstechniken, Ideenfindung und Entscheidungsprozesse)
- Führungsmethoden und Führungsinstrumente

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der normativen, strategischen und operativen Unternehmensführung. Sie lernen unterschiedliche Konzepte zur Unternehmensführung kennen und verstehen die Mitarbeiterführung als Grundlage des langfristigen Unternehmenserfolges.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen das erworbene Wissen zur Unternehmensführung durch die praxisbezogene Simulation und Diskussion von Fallbeispielen im Seminar. Sie haben umfassende und detaillierte Kenntnisse der wichtigsten Motivations- und Führungstheorien erworben.

### ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten Führungsinstrumente in Teilbereichen des Unternehmens anzuwenden. Sie können darüber hinaus auf der Grundlage ihres Wissens die verschiedenen Führungsprozesse im gesamten Unternehmen analysieren und bewerten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können komplexe betriebliche Führungsprozesse auf der Grundlage der relevanten Theorien reflektieren. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Problemstellungen in Handlungskompetenz zu überführen und die dazu notwendigen Führungsinstrumente auszuwählen und einzusetzen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, entsprechend der konkreten unternehmerischen Aufgabenstellung, die geeigneten Führungsinstrumente auszuwählen und einzusetzen. In Kenntnis geeigneter Managementmethoden und den Grundsätzen der Mitarbeiterführung kommunizieren sie die Prozesse und Entscheidungen intern und extern. So tragen sie unmittelbar zum Unternehmenserfolg bei.

## **Lehr- und Lernformen / Workload**

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Workload (h)</b>
<b><i>Präsenzveranstaltungen</i></b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b><i>Eigenverantwortliches Lernen</i></b>	
Selbststudium	6
Selbststudium (Praxisphase)	60
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: u.schneider@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeits- und Übungsblätter

### Literatur

#### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, Verlag Franz Vahlen, München, 4. Auflage, 2013.
- Jung, Rüdiger; Bruck, Jürgen; Quarg, Sabine: Allgemeine Managementlehre, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 4. Auflage, 2011.
- Hinterhuber, Hans: Strategische Unternehmensführung – strategisches Denken, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 8. Auflage, 2011.
- Hinterhuber, Hans: Strategische Unternehmensführung – strategisches Handeln, Verlag Walter de Gruyter, Berlin, 7. Auflage, 2004.
- Schirmer, Uwe; Walter, Volker; Woydt, Sabine: Mitarbeiterführung – BA-Kompakt, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, 2. Auflage, 2012.
- Groher, Jacqueline M.: Jacques` Erfolgsstrategien – die besten Managementmethoden für den Alltag, GABAL Verlag GmbH, Offenbach, 2011.

#### **Vertiefende Literatur**

- Becker, Fred: Strategische Unternehmensführung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 4. Auflage, 2011.
- Becker, Fred: Grundlagen der Unternehmensführung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2011.
- Steinmann, Horst; Schreyögg, Georg; Koch, Jochen: Management, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, 7. Auflage, 2013.
- Lorenz, Michael; Rohrschneider, Uta: Praxishandbuch Mitarbeiterführung, Haufe Mediengruppe, Freiburg, Berlin, München, 2009.
- Laufer, Hartmut: Grundlagen erfolgreicher Mitarbeiterführung, GABAL Verlag GmbH, Offenbach, 7. Auflage, 2012.

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>2. Tourismusbetriebswirtschaftslehre (TBWL)</b>	<b>Seite</b>
Einführung Tourismusbetriebswirtschaftslehre / Verkehrsträger	20
Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus	24
Tourismusmarketing / E-Business	28
Angewandtes Tourismusmanagement	31

## Einführung Tourismusbetriebswirtschaftslehre / Verkehrsträger

*In dem Modul werden grundlegende Kenntnisse zu Wirkungsweisen und Charakteristika im Tourismus im Kontext mit den wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und ökologischen Rahmenbedingungen und Wechselwirkungen vermittelt. Im Mittelpunkt stehen die Betrachtung des Tourismusmarktes und aller Akteure, die in den einzelnen Segmenten des Tourismus tätig sind sowie die Einflussfaktoren auf Angebot und Nachfrage. Dabei werden die Grundlagen, Geschäftssysteme und Entwicklungsrichtungen der touristisch relevanten Verkehrsträger thematisiert.*

Modulcode	Modultyp und Credits
ETBWL-T-10	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 1	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul bildet die inhaltliche Grundlage für die sich anschließenden Module aus dem Bereich Tourismusbetriebswirtschaftslehre. Ferner werden Kerninhalte der Tourismuswirtschaft vermittelt die in den fünf Fachrichtungen im 4. und 5. branchen- und betriebsformenspezifisch untersetzt und vertieft werden.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Der Tourismus und seine Umwelten

- Begriffe und Definitionen
- Tourismus als System
- Die Umwelten

#### Die touristische Nachfrage

- Der Begriff der touristischen Nachfrage
- Die Bedürfnisse und Motive im Tourismus
- Die Einflussfaktoren auf die touristische Nachfrage
- Die Differenzierung der touristischen Nachfrage
- Die Struktur der touristischen Nachfrage in Deutschland
- Trends in der touristischen Nachfrage

#### Das touristische Angebot

- Bestimmung und Bestandteile des touristischen Angebotes
- Die Einflussfaktoren auf das touristische Angebot
- Tourismusort als Teil des touristischen Angebotes
- Tourismusorganisation als Teil des touristischen Angebotes
- Tourismuswirtschaft, ihre Betriebe und Leistungen

### **Verkehrsträger-Management von Bahnbetrieben**

- Rechtliche Grundlagen: AEG, EVO, Personenbeförderungs-Vertrag
- Die DB AG
- Internationaler Zugverkehr

### **Verkehrsträger-Management des Personen-Schiffsverkehrs**

- Nationale und internationale Organisationen und Rechtsgrundlagen
- Unternehmen des Schiffsverkehrs: Kreuzfahrt- und Fährreedereien
- Produktionsfaktoren: Wasserwege, Häfen, Kreuzfahrtschiffe
- Reisen auf Passagierschiffen

### **Verkehrsträger-Management des Busverkehrs**

- Der institutionelle Rahmen: Organisationen und Rechtsgrundlagen
- Unternehmen: Busbetriebe, Bus-Kooperationen, Bus-Reiseveranstalter
- Das Verkehrsmittel Bus
- Die Verkehrsformen: Linienbusverkehr, Bustouristik

### **Verkehrsträger-Management des Personen-Flugverkehrs**

- Staatliche und privatwirtschaftliche Organisationen des Flugverkehrs
- Internationale Rechtsgrundlagen des Flugverkehrs
- Produktionsfaktoren des Flugverkehrs: Luftverkehrswege, Airports, Fluggerät,
- Geschäftssysteme der Airlines: Netz-AL, Charter-AL, LowCost-AL, Hybrid-AL
- Der deutsche National Carrier LH AG
- Airline-Allianzen

## **Lernergebnisse**

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Tourismus unter besonderer Beachtung der wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und ökologischen Rahmenbedingungen. Sie verfügen über Fachkenntnisse zum System Tourismus, seinen Einflussgrößen und Wechselwirkungen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein Grundverständnis zum Tourismus und seiner Stellung in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie kennen die theoretischen Grundlagen von Angebot und Nachfrage bezogen auf konkrete touristische Quellmärkte und Destinationen. Sie sind in der Lage, touristische Leistungsanbieter in das System der Tourismuswirtschaft einzuordnen, Wechselwirkungen zu erkennen und Herausforderungen in kritischer Würdigung mit aktuellen Entwicklungen zu verknüpfen.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen über die Grundzüge der Tourismuswirtschaft auf ihre Tätigkeit beim Praxispartner zielorientiert, sachgerecht und methodengeleitet anwenden und reflektieren. Sie sind in der Lage, touristische Dienstleistungen qualitativ und quantitativ zu bewerten und die Wettbewerber miteinander zu vergleichen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können aufgrund ihrer wissenschaftlichen Kenntnisse über Nachfragetrends an der Entwicklung und Erprobung von neuen touristischen Produkten für spezielle Zielgruppen mitwirken und deren Erfolgsaussichten im Markt beurteilen. Sie sind in der Lage, relevante Marktinformationen zu recherchieren, zu bewerten und zu interpretieren und damit neue Entwicklungen selbstständig zu verfolgen und ihr diesbezügliches Wissen zu aktualisieren.



Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu formulieren und argumentativ zu verteidigen und können sich mit Kollegen, potenziellen Kunden und anderen Stakeholdern über aktuelle branchenrelevante Problemstellungen von Nachfrage und Angebot rational und verantwortungsbewusst auseinandersetzen und verständigen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	32
Seminar	24
Exkursion	8
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	18
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
Selbststudium (Praxisphase)	44
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

**Modulverantwortlicher (für Teil I)**

Prof. Dr. Cornelia Huhn

E-Mail: [c.huhn@ba-breitenbrunn.de](mailto:c.huhn@ba-breitenbrunn.de)

**Unterrichtssprache**

Deutsch

**Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

**Medien / Arbeitsmaterialien**

Interaktive Vorlesung, seminaristischer Unterricht, Skripts, Leitfaden zum Eigenverantwortlichen Lernen, Literaturstudium, Internet für vertiefende Recherchen.

## Literatur

### **Basisliteratur (prüfungsrelevant)**

- Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, NBW Verlag GmbH & Co.KG, Herne, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, 2006.
- Freyer, Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 10. aktualisierte und überarbeitete Auflage, 2011.
- Mundt, Jörn W.: Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 4. überarbeitete und ergänzte Auflage, 2013.
- Sterzenbach, Rüdiger; Conrady, Roland; Fichert, Frank: Luftverkehr, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 4. Auflage, 2009.

### **Vertiefende Literatur**

- Bertold-Fackler, Franz; Krumbholz, Hans: Reisen in Deutschland. Eine kleine Tourismusgeschichte, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 1997.
- Bieger, Thomas; Beritelli, Pietro: Management von Destinationen, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage, 2011.
- BMWi (Hrsg.): Studie: Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Bonn, 2012.
- BMWi (Hrsg.): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, Bonn, aktuelle Veröffentlichungen
- Breidenbach, Raphael: Freizeitwirtschaft und Tourismus, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2002.
- Brillì, Attilio: Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die Grand Tour, Verlag Klaus Wagenbach, Berlin, 1995.
- BTW (Hrsg.): Jahrbuch, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- Dettmer, Harald (Hrsg.): Marketing-Management im Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2011.
- DIHK (Hrsg.): Tourismus. Zahlen & Fakten, www.dihk.de, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- Dreyer, Axel (Hrsg.): Kulturtourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2. Auflage, 2007.
- DRV (Hrsg.): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- DTV (Hrsg.): Zahlen-Daten-Fakten - Tourismus in Deutschland, Bonn, aktuelle Veröffentlichungen.
- DZT (Hrsg.): Incoming-Tourismus Deutschland. Zahlen, Fakten, Daten, Frankfurt am Main, aktuelle Veröffentlichungen.
- F.U.R. (Hrsg.): Urlaubsreisetrends 2020. Die RA-Trendstudie – Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen, Kiel, 2009.
- F.U.R. (Hrsg.): Reiseanalyse, Kiel, aktuelle Veröffentlichungen.
- Henschel, Karla U.: Internationaler Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2002.
- Hunziker, Walter; Krapf, Kurt: Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Polygraphischer Verlag AG, Zürich, 1942.
- Kaspar, Claude: Tourismuslehre im Grundriss, Paul Haupt Verlag, Bern, Stuttgart, 5. überarbeitete und ergänzte Auflage, 1996.
- Opaschowski, Horst W.: Tourismus – Eine systematische Einführung, Verlag Leske + Budrich, Opladen, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2002.
- Pompl, Wilhelm: Touristikmanagement, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York, 1994.
- Spörel, Ulrich: Grenzüberschreitender Tourismus in Europa: Einreise- und Ausreiseverkehr. In: Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Wirtschaft und Statistik 7/2007, Wiesbaden, 2007.
- Statistisches Bundesamt: Tourismus in Zahlen, Wiesbaden, aktuelle Veröffentlichungen.
- WTO: Recommendations on Tourism Statistics, Madrid.
- WTO; Bundesamt für Statistik; Österreichisches Statistisches Zentralamt; Statistisches Bundesamt: Empfehlungen zur Tourismusstatistik, Madrid.
- WTO: The Global Code of Ethics for Tourism, Madrid, 1999.

## Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus

*Vermittelt werden Kenntnisse des Komplexes Tourismus, seines Umfelds – Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie – sowie der vielfältigen Interdependenzen, verknüpft mit dem Konzept der Nachhaltigkeit. Die, den Tourismus berührende, Regional- und -entwicklungspolitik wird dargestellt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
TPOLI-T-20	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 2	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul basiert auf den Modulen Einführung Propädeutik und ABWL und Einführung TBWL / Verkehrsträger im 1. Semester und korrespondiert mit dem Modul Mikroökonomie im 2. Semester. Das Modul bildet gleichzeitig die Grundlage für die Wissensvermittlung im Modul angewandtes Tourismusmanagement im 6. Semester sowie für die angebotenen fünf Fachrichtungen im 4. und 5. Semester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Tourismus – Aspekte

- System Tourismus
- Statistische Erfassung des Tourismus – Methoden und ihre Grenzen
- Wertschöpfung – Erhebungs- und Berechnungsmethoden und ihre Grenzen
- Außenwirtschaftliche Effekte
- Sozio-kulturelle Aspekte des Tourismus
- Ökologische Aspekte des Tourismus
- Kennziffersystem im Tourismus

#### Nachhaltigkeit

- Nachhaltige ökologische Entwicklung des Tourismus
- Nachhaltige sozio-kulturelle Entwicklung des Tourismus
- Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung des Tourismus
- Messung und Steuerung der Nachhaltigkeit

#### Tourismuspolitik

- Ziele und Konzeptionen der Tourismuspolitik
- Instrumente der Tourismuspolitik
- Träger der Tourismuspolitik
- Tourismuspolitik in Deutschland
- Tourismuspolitik im Ausland

### **Regionalpolitik und Regionalentwicklung**

- Ziele und Konzeptionen der Regionalpolitik und -entwicklung
- Instrumente der Regionalpolitik und -entwicklung
- Träger der Regionalpolitik und -entwicklung

### **Zukunft des Tourismus**

- Aktuelle Entwicklungstendenzen
- Globale Mechanismen (Weltwirtschaft, Politik, Klima)

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein breites fachspezifisches und fachübergreifendes Wissen zum Tourismus. Sie besitzen vernetzte Kenntnisse über wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Implikationen des Tourismus, der Politik, deren Konzepte und Instrumentarien, sowie der Regionalpolitik und -entwicklung und der Nachhaltigkeit. Sie erkennen und verstehen die wechselseitigen Zusammenhänge zwischen Tourismus, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein spezielles und vernetztes Fachwissen, womit sie die Zusammenhänge von aktuellen Entwicklungen und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Weiterentwicklung von touristischen Destinationen erkennen. Sie kennen sowohl theoretische Lösungsansätze als auch Instrumentarien zur nachhaltigen Lösung wirtschaftlicher, ethischer und ökologischer Problemstellungen in Unternehmen und Destination.

### ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ihr Fachwissen auf Tätigkeiten im Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, wirtschaftlich, ethisch und ökologisch relevante Problemstellungen, auch hinsichtlich der Nachhaltigkeit, zu erkennen, zu analysieren und aus dem Verständnis von komplexen Zusammenhängen heraus Lösungsansätze zu erarbeiten, zu formulieren und in Handlungsmuster umzusetzen. Sie sind befähigt, ihr Wissen auf Unternehmen bzw. Organisationen anzuwenden.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Informationen zu konkreten Situationen des Unternehmens bzw. der Organisation recherchieren, Kennziffern interpretieren, miteinander verknüpfen und auf diesem Wege komplexe Zusammenhänge erkennen, bewerten und in Managementaufgaben überführen. Sie leiten daraus fundierte Urteile ab und gestalten weiterführende Lernprozesse. Sie sind in der Lage, bei der Entscheidungsfindung, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden erwerben im Rahmen von Seminaren die Fähigkeit, Probleme und deren Lösungen zu formulieren, diese Fachvertretern und Laien darzulegen und sich mit diesen darüber auszutauschen und argumentativ zu verteidigen. Sie sind in der Lage, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	34
Seminar	30
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	24
Selbststudium (Praxisphase)	42
Prüfungsleistung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Seminararbeit	--	10 - 12	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Peter Ivic

E-Mail: [p.ivic@ba-breitenbrunn.de](mailto:p.ivic@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Power-Point-Präsentationen, Arbeits- und Übungsblätter, Taschenrechner

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Maier, Gunther e. a.: Regional- und Stadtökonomik 2 - Regionalentwicklung und Regionalpolitik, Springer-Verlag, München, New York, 4.aktualisierte Auflage, 2010.
- Müller, Hansruedi: Tourismus und Ökologie, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 3. Auflage, 2007.
- Mundt, Jörn W.: Tourismuspolitik, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2004.

### *Vertiefende Literatur*

- Busse, Daniela: Nachhaltigkeitsaspekte in Theorie und Praxis der Entscheidungsfindung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2012.
- Kaspar, Claude: Die Tourismuslehre im Grundriss, Haupt Verlag, Bern, 5. Auflage, 1996.
- Müller, Hansruedi: Tourismuspolitik - Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung, Rüegger Verlag, Glarus, Chur, 2011.
- Prammer, Heinz Karl: Corporate Sustainability, Der Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft, Gabler Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2010.
- Zierer, Maria Heide; Zierer, Klaus: Zur Zukunft der Mobilität – Eine multiperspektivische Analyse des Verkehrs zu Beginn des 21. Jahrhunderts, VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2010.

## Tourismusmarketing / E-Business

*Gegenstand des Moduls ist die Vertiefung und Anwendung der methodischen Grundlagen des modernen Marketing-Management-Prozesses unter Berücksichtigung der Denkhaltung „vom Markt her und zum Markt hin“ für Marketing-Problemstellungen der Tourismuswirtschaft. Schwerpunkt des Moduls ist die Vermittlung von Wissen über Inhalte und Methodik der Erarbeitung von modernen Marketing-Konzeptionen im Tourismus.*

<b>Modulcode</b>	<b>Modultyp und Credits</b>
TMARK-T-30	Pflichtmodul mit 5 Credits
<b>Belegung gemäß Regelstudienplan</b>	<b>Dauer</b>
Semester 3	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft angeboten.

Das Modul vertieft Kenntnisse aus dem Modul Marketing (2. Semester). Die Kerninhalte des Marketings werden tourismusspezifisch vertieft und mit Inhalten aus dem Bereich Social Media verknüpft. Eine weitere wichtige Voraussetzung stellt das Modul IT-Kompetenz (1. Semester) dar. Das Modul ist inhaltliche Voraussetzung für die Wissensvermittlung in den fachspezifischen Modulen 4. und 5. Semester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Marketing / MAKTG-W-20

### Lerninhalte

#### Marketing im Kontext der Unternehmensführung im Tourismus

#### Prozess des Tourismus-Marketing-Managements

##### Marketingforschung

- Informationen für Marketing-Entscheidungen
- Methoden der Marktforschung
- Marktforschungsprojekt / Fallstudien

##### Strategisches Marketing-Management

- Marketing-Konzeption
- Marketing-Strategien
- Markenstrategien
- Strategisches CRM
- Strategisches Innovationsmanagement
- Strategisches Marketing-Controlling

##### Operatives Marketing

- Einsatz der Marketing-Instrumente
- Implementierung und CRM
- Operatives Marketing-Controlling

#### E-Commerce als Distributions- und Kommunikationsinstrument

## Social Media als Instrument im Tourismus-Marketing

### Touristisches Eventmarketing

#### Lernergebnisse

##### *Wissen und Verstehen*

###### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Besonderheiten des Marketings im touristischen Dienstleistungsprozess. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse über die strategischen und operativen Gestaltungskomplexe des Tourismus-Marketing-Managements. Die Studierenden erkennen die Bedeutung und Notwendigkeit von Marktinformationen als wesentliche Entscheidungs- und Erfolgsgrundlage.

###### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bereits im Modul Marketing erworbenen Kenntnisse durch weitere inhaltliche und methodische Untersetzung im Tourismus-Marketing. Sie verstehen die Ziele, Verhaltensweisen, Inhalte und Implikationen des strategischen Marketings in der Tourismus-Branche und vertiefen den Einsatz des Marketinginstrumentariums.

##### *Können*

###### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, das Instrumentarium der Marktforschung in der Tourismus-Branche einzusetzen und auf der Grundlage von Marktforschungsergebnissen Marketinglösungen für touristische Anbieter zu erarbeiten.

###### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind befähigt, konkrete Fragestellungen unter Marketinggesichtspunkten im Unternehmen zu analysieren, zu bewerten und zu interpretieren.

###### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, aufgrund verschiedener Ausgangssituationen fachbezogene Positionen und Problemstellungen zu formulieren und Ideen und Umsetzungsstrategien argumentativ zu verteidigen sowie sich mit Fachexperten auszutauschen.

#### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	70
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

#### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Präsentation	15	--	Ende Theoriephase	--

#### Modulverantwortlicher

Michaela Ziegenbalg

E-Mail: m.ziegenbalg@ba-breitenbrunn.de



### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich

### Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeits- und Übungsblätter, Taschenrechner

### Literatur

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Freyer, Walter: Tourismus-Marketing, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 7. Auflage, 2011.
- Seitz, Erwin; Rossmann, Dominik: Fallstudien zum Tourismus-Marketing, Verlag Vahlen, München, 2. Auflage, 2007.
- Seitz, Erwin; Meyer, Wolfgang: Tourismusmarktforschung, Verlag Vahlen, München, 2. Auflage, 2006.
- Schulz, Axel; Weithöner, Uwe; Goecke, Robert: Informationsmanagement im Tourismus: E-Tourismus: Prozesse und Systeme, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 1. Auflage, 2010.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen - Konzepte - Methoden, Gabler Verlag, Wiesbaden, 5. Auflage, 2006.
- Amersdorffer, Daniel; Bauhuber, Florian; Egger, Roman; Oellrich, Jens: Social Web im Tourismus: Strategien – Konzepte – Einsatzfelder, Springer Verlag, Heidelberg, 1. Auflage, 2010.
- Kotler, Philip: Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson International Edition, Australia, 5. Auflage, 2009.
- Buhalis, Dimitrios; Egger, Roman: e-tourism Case Studies: Management and Marketing Issues in e-tourism, Butterworth Heinemann Verlag, Oxford, 1. Auflage, 2008.

## Angewandtes Tourismusmanagement

*Gegenstand des Moduls ist es, mit den erlernten Instrumenten und Methoden ökonomische Probleme im Tourismus und in touristischen Unternehmen im Rahmen eines Planspiels und in Projekten systematisch zu analysieren, zu managen und kaufmännische Entscheidungen zu treffen, insbesondere im internationalen Kontext. Damit werden komplexe Entscheidungsprozesse eines marktorientierten Managements im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft umfassend und fallbezogen simuliert und ganzheitliche Lösungsansätze entwickelt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
TMANA-T-60	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul verknüpft das erworbene Wissen aus den vorangegangenen fünf ABWL-Modulen mit den Inhalten der drei TBWL-Module aus der primären Sicht der Tourismuswirtschaft. Dazu findet ein Planspiel statt. Dieses greift zudem auf Kenntnisse des Moduls Controlling (4. Semester) zurück. Hinzu kommen Inhalte der sozialen-, kommunikativen und interkulturellen Kompetenz (4. Semester).

Das Modul bildet eine wesentliche Grundlage für die Erstellung und Verteidigung der Bachelor-Thesis und den möglichen sofortigen Berufseintritt nach Beendigung des Studiums.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Unternehmensführung / UNFHG-W-50
- Tourismusmarketing / E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### Management im touristischen Unternehmen

- Inhalt, Grundzüge und Einflussfaktoren
- Funktionen und Strukturen des strategischen und operativen Managements
- Unternehmensanalysen zur Optimierung der betrieblichen Leistungsprozesse
- Turn-Around-Management als Grundlage für eine nachhaltig rentable Betreibung des Unternehmens

#### Entwicklungen, Potenziale und Trends des Tourismus - Tourismusmanagement in der interdisziplinären Betrachtung

- Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus – Messansätze, Einkommens- und Beschäftigungseffekte, das Tourismus-Satellitenkonto (TSA), Benchmarks International
- Aktuelle und zukünftige Kundenbedürfnisse – Aspekte der Reisemotivation, der Reiseentscheidung und des Reiseerlebens insbesondere in der Verknüpfung mit der globalen Entwicklung moderner Industrie- und Dienstleistungsgesellschaften, Einflüsse des Web 2.0
- Marktfähige Innovationen und Produkte
- Restrukturierung der Wertschöpfungsketten
- Nachhaltigkeit und ihre Umsetzung
- Tourismus der Zukunft in der praxisrelevanten Betrachtung

### **Tourismusmanagement in der Fallstudie (Planspiel)**

- Übernahme bzw. Aufbau eines branchenspezifischen Unternehmens auf einem virtuellen Markt, welches über mehrere Perioden unter unterschiedlichen volkswirtschaftlichen und wettbewerbsmäßigen Rahmenbedingungen verantwortlich im Team zu führen ist. Zur Auswertung und Beurteilung der Entwicklung des Unternehmens sind Zielstellungen, Maßnahmen und abzuleitende Schlussfolgerungen transparent im Rahmen einer Präsentation darzustellen.

### **Teammanagement und touristische Projektarbeit**

- Teamarbeit als methodische Entscheidungsübung in selbstständiger Gruppendiskussion in einem ergebnisorientierten Projekt am realen Beispiel einer konkreten Situation.

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein breites fachspezifisches und fachübergreifendes Wissen zur Tourismuswirtschaft. Sie besitzen vernetzte Kenntnisse über aktuelle betriebswirtschaftlich relevante Veränderungen und ihre Dynamik auf den touristischen Märkten und in den Unternehmen und erkennen und verstehen ökonomische Fragestellungen sowie politische und gesellschaftliche Entwicklungen und die vielschichtigen Zusammenhänge sowohl innerhalb des Tourismus als auch in seinem Umfeld.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden besitzen ein spezielles und vernetztes Fachwissen zur Entwicklung von Angebot und Nachfrage auf den touristischen Märkten. Sie kennen die Zusammenhänge von aktuellen Marktentwicklungen und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Weiterentwicklung von touristischen Destinationen und Unternehmen. Sie kennen sowohl theoretische Lösungsansätze als auch Instrumentarien zur ganzheitlichen Lösung umfassender komplexer betriebswirtschaftlicher Problemstellungen in der Tourismuswirtschaft. Sie sind in der Lage, mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, zu bewerten und zu interpretieren und mit zielgerechter Anwendung von Management- und Marketinginstrumenten im internationalen und damit auch interkulturellen Kontext ökonomisch angemessen und effektiv zu handeln, touristische Produkte zu entwickeln, Märkte zu erschließen, Organisationen zu entwickeln und Managementfunktionen wahrzunehmen.

## ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ihr spezielles und vernetztes fachliches Wissen und Können auf Tätigkeiten im Beruf zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig anwenden. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftlich relevante Problemstellungen zu erkennen, zu analysieren und aus dem Verständnis von komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen heraus Lösungsansätze zu erarbeiten, zu formulieren und managementseitig in Handlungskompetenz umzusetzen. Sie sind befähigt, ihr Wissen und Verstehen auf virtuelle und reelle Organisationen anzuwenden.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Informationen zu konkreten Unternehmenssituationen klären, miteinander verknüpfen und auf diesem Wege komplexe Zusammenhänge erkennen, bewerten und in strategische und operative Managementaufgaben überführen. Sie leiten daraus fundierte Urteile ab und gestalten weiterführende Lernprozesse. Die Studierenden sind in der Lage, bei der Entscheidungsfindung gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen und situationsadäquat handeln zu können. Als Persönlichkeit können sie Entwicklungschancen, Anforderungen und Einschränkungen erkennen und beurteilen, eigene Begabungen entfalten und Wertvorstellungen durchdenken.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden erwerben im Rahmen eines komplexen Planspieles die Fähigkeit, in einem Team mitwirkend oder federführend zu agieren, Probleme und deren Lösungen zu formulieren, diese Fachvertretern und Laien darzulegen und sich mit diesen darüber auszutauschen und argumentativ zu verteidigen. Sie sind in der Lage, Positionen zu formulieren, kompetent zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Sie sind befähigt, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, sich mit anderen rational und verantwortungsbewusst auseinanderzusetzen und zu verständigen und Verantwortung zu übernehmen.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	14
Planspiel	30
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium inkl. Gruppenarbeit	54
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Präsentation	15	--	Ende Theoriephase	30 %
Klausur*	90	--	Ende Theoriephase	70 %

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Cornelia Huhn

E-Mail: [c.huhn@ba-breitenbrunn.de](mailto:c.huhn@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich

### Medien / Arbeitsmaterialien

ULYSSES MANAGEMENT-PLANSPIELE & BERATUNG: Teilnehmerhandbuch zum Unternehmensplanspiel Berylla-Touristico (aktualisierte Ausgabe), interaktive Vorlesung, seminaristische Diskurse, Skripts, Leitfaden zum Eigenverantwortlichen Lernen, Literaturstudium, Internet für vertiefende Recherchen, e-Learning, Blended Learning

## Literatur

### **Basisliteratur (prüfungsrelevant)**

- Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, NBW Verlag GmbH & Co.KG, Herne, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2006.
- Freyer, Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 10., aktualisierte und überarbeitete Auflage, 2011.
- Mundt, Jörn W.: Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 4., überarbeitete und ergänzte Auflage, 2013.
- Mundt, Jörn W.: Tourismuspolitik, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2004.

### **Vertiefende Literatur**

- Bieger, Thomas; Beritelli, Pietro: Management von Destinationen, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage, 2011.
- BMWi (Hrsg.): Studie: Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Bonn, 2012.
- BMWi (Hrsg.): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, Bonn, aktuelle Veröffentlichungen
- BTW (Hrsg.): Jahrbuch, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- Dettmer, Harald (Hrsg.): Marketing-Management im Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2011.
- DIHK (Hrsg.): Tourismus. Zahlen & Fakten, www.dihk.de, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- Dreyer, Axel (Hrsg.): Kulturtourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2. Auflage, 2007.
- DRV (Hrsg.): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, Berlin, aktuelle Veröffentlichungen.
- DTV (Hrsg.): Zahlen-Daten-Fakten – Tourismus in Deutschland, Bonn, aktuelle Veröffentlichungen.
- DZT (Hrsg.): Incoming-Tourismus Deutschland. Zahlen, Fakten, Daten, Frankfurt am Main, aktuelle Veröffentlichungen.
- F.U.R. (Hrsg.): Urlaubsreisetrends 2020. Die RA-Trendstudie – Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen, Kiel, 2009.
- F.U.R. (Hrsg.): Reiseanalyse, Kiel, aktuelle Veröffentlichungen.
- Henschel, Karla U.: Internationaler Tourismus, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2002.
- Kaspar, Claude: Tourismuslehre im Grundriss, Paul Haupt Verlag, Bern, Stuttgart, 5., überarbeitete und ergänzte Auflage, 1996.
- Opaschowski, Horst W.: Tourismus – Eine systematische Einführung, Verlag Leske + Budrich, Opladen, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2002.
- Pompl, Wilhelm: Touristikmanagement, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York, 1994.
- Spörel, Ulrich: Grenzüberschreitender Tourismus in Europa: Einreise- und Ausreiseverkehr. In: Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Wirtschaft und Statistik 7/2007, Wiesbaden, 2007.
- Statistisches Bundesamt: Tourismus in Zahlen, Wiesbaden, aktuelle Veröffentlichungen.
- WTO: Recommendations on Tourism Statistics, Madrid.
- WTO: Bundesamt für Statistik; Österreichisches Statistisches Zentralamt; Statistisches Bundesamt: Empfehlungen zur Tourismusstatistik, Madrid.
- WTO: The Global Code of Ethics for Tourism, Madrid, 1999.

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>3. Volkswirtschaftslehre (VWL)</b>	<b>Seite</b>
Mikroökonomie	36
Makroökonomie und Globalisierung	39

## Mikroökonomie

*Das Modul vermittelt den Studierenden Grundinhalte und Theorien von Wirtschaftssystemen und darauf aufbauend die Zusammenhänge einer Volkswirtschaft. Im Mittelpunkt stehen dabei die theoretischen Grundlagen der Marktwirtschaft, des Marktes, des Wettbewerbes und der Haushalte bzw. Unternehmungen.*

Modulcode	Modultyp und Credits
MIOEK-W-20	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 2	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Im Modul werden Inhalt und Bedeutung der Volkswirtschaftslehre für Haushalts-, Unternehmens- und staatliche Entscheidungen verdeutlicht. Damit bildet das Modul Grundlage und Rahmen für das Verständnis der ABWL- und TBWL Module. Das volkswirtschaftlich bedeutsame Thema der Nachhaltigkeit wird im Modul Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus fachspezifisch vertieft. Das Modul Mikroökonomie bildet die Basis für das sich zeitlich im 3. Semester anschließende Modul Makroökonomie und Globalisierung.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsmathematik / WMATH-W-10

## Lerninhalte

### Einführung in die Volkswirtschaftslehre

- Zehn volkswirtschaftliche Regeln
- Volkswirtschaftliches Handeln
- Handelsvorteile

### Angebot und Nachfrage: Wie Märkte funktionieren

- Die Marktkräfte von Angebot und Nachfrage
- Elastizität und ihre Anwendung
- Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Maßnahmen

### Angebot und Nachfrage: Märkte und Wohlstand

- Konsumenten, Produzenten und die Effizienz von Märkten
- Anwendung: Die Kosten der Besteuerung
- Anwendung: Internationaler Handel

### Ökonomie des öffentlichen Sektors

- Anwendung: Umweltökonomische Instrumente
- Anwendung: Instrumente der Nachhaltigkeit

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Den Studierenden werden grundlegende Kenntnisse von Wirtschaftssystemen, ihren Bestandteilen und ihrer historischen Entwicklung vermittelt. Sie erlernen die Prinzipien und Mechanismen der Marktwirtschaft hinsichtlich der komplexen theoretischen Zusammenhänge unter Bezug auf aktuelle wirtschaftliche und politische Entwicklungen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erkennen und verstehen die grundlegenden ökonomischen Zusammenhänge und ihre Wechselwirkung. Sie erkennen die Komplexität volkswirtschaftlicher Prozesse und die Instrumentarien zur Steuerung einer Volkswirtschaft.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können auf der Grundlage volkswirtschaftlicher Gesetzmäßigkeiten aktuelle Bezüge zur Wirtschaftspolitik herstellen. Im Mittelpunkt steht dabei das Verständnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und wirtschaftspolitischer Entscheidungen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ausgehend von den volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und denen sich daraus ergebenden gesamtwirtschaftlichen Entwicklungstendenzen, fachlich fundierte Schlussfolgerungen für die Unternehmensentwicklung abzuleiten.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, sachbezogen zu Fragestellungen der Mikroökonomie Position zu beziehen und ihre Standpunkte argumentativ zu verteidigen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	34
Seminar	30
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	22
Selbststudium (Praxisphase)	40
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

## Modulverantwortlicher



## Unterrichtssprache

Deutsch

## Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Beamer, Arbeits- und Übungsblätter

## Literatur

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Herrmann, Marco : Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, 2012.
- Mankiw, N. Gregory; Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, 2012.

### ***Vertiefende Literatur***

- Bergstrom, Theodore; Varian, Hal R.: Trainingsbuch zu Varian: Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2011.
- Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, 4. Auflage, Pearson Studium Verlag, 2015.
- Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre – Das Übungsbuch, 4. Auflage, Pearson Studium Verlag, 2015.
- Pindyck, Robert S.; Rubinfeld, Daniel L.: Mikroökonomie, 8. Auflage, Pearson Studium Verlag.
- Varian, Hal R.: Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2011.

## Makroökonomie und Globalisierung

*Im Mittelpunkt der Makroökonomie steht die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Dabei werden insbesondere Grundkenntnisse und Zusammenhänge von Geld und Währung als zentrale Steuerungselemente einer Volkswirtschaft vermittelt. Weitere Schwerpunkte bilden die Außenwirtschaft, die Ökonomie der Umwelt und die öffentliche Finanzwirtschaft.*

Modulcode	Modultyp und Credits
MAOEK-W-30	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 3	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf der vorangegangenen Wissensvermittlung des Moduls Mikroökonomie auf. Es bildet die Grundlage und den Rahmen für das Verständnis der ABWL- und TBWL Module. Durch die Vermittlung grundlegender volkswirtschaftlicher Zusammenhänge, der Bewertung zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen und der Einflussnahme des Staates und der Zentralbanken korrespondiert dieses Modul ferner mit dem Modul Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus (2. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Mikroökonomie / MIOEK-W-20
- Wirtschaftsmathematik / WMATH-W-10

### Lerninhalte

#### Einführung in die Makroökonomie

- Gegenstand, Methoden und Denkschulen
- Ziele der Makroökonomie
- Wirtschaftskreisläufe und Grundlagen der VGR

#### Märkte und Modelle in der kurzen Frist

- Gütermarkt
- Geld- und Finanzmarkt
- IS-LM-Modell

#### Märkte und Modelle in der mittleren Frist

- Arbeitsmarkt
- AS-AD-Modell
- Phillipskurve

#### Märkte und Modelle: Die offene Volkswirtschaft

- Offene Güter- und Finanzmärkte

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erlernen die Inhalte und Methoden der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung als Bewertungskriterium für die Leistungsfähigkeit einer Volkswirtschaft. Dabei werden die zentrale Bedeutung von Geld und Währung im Wirtschaftskreislauf sowie deren Steuerungsmechanismen am Beispiel des Systems der Europäischen Zentralbanken herausgearbeitet.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben Kenntnisse zur Bewertung volkswirtschaftlicher Zusammenhänge unter besonderer Beachtung aktueller globaler wirtschaftspolitischer Herausforderungen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können volkswirtschaftliche Entwicklungen verfolgen und einschätzen. Daraus abgeleitete wirtschaftspolitische Entscheidungen kann er nachvollziehen und in den theoretischen Kontext stellen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden werden befähigt aus dem Verständnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge, Schlussfolgerungen für die Gestaltungen unternehmerischer Entscheidungen abzuleiten.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden beteiligen sich theoretisch fundiert an fachlichen und politischen Diskussionen. Dabei können sie sich verständlich und nachvollziehbar in den Diskurs einbringen und ihren Standpunkt argumentativ vertreten.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	28
Seminar	32
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Dr. Tony Mudrack

E-Mail: t.mudrack@ba-breitenbrunn.de

## Unterrichtssprache

Deutsch

## Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Beamer, Arbeits- und Übungsblätter

## Literatur

### *Basisliteratur* (prüfungsrelevant)

- Blanchard, Olivier; Illing, Gerhard: Makroökonomie, 6. Auflage, Pearson Studium Verlag, 2014.
- Mankiw, N. Gregory; Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, 2012.

### *Vertiefende Literatur*

- Barro, Robert J.; Sala-i-Martin; Xavier: Wirtschaftswachstum, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 1998.
- Jackson, Tim; Leipprand, Eva: Wohlstand ohne Wachstum: Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt, oekom verlag, 2013.
- Kampmann, Ricarda; Walter, Johann: Makroökonomie – Wachstum, Beschäftigung und Außenwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2010.
- Rogall, Holger: Volkswirtschaftslehre für Sozialwissenschaftler: Einführung in eine zukunftsfähige Wirtschaftslehre, 2. Auflage, Springer Verlag, 2013.
- Spahn, Peter: Geldpolitik: Finanzmärkte, neue Makroökonomie und zinspolitische Strategien, 3. Auflage, Vahlen, 2012.

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>4. Rechnungswesen (REWE)</b>	<b>Seite</b>
Externes Rechnungswesen / Steuern	43
Internes Rechnungswesen	48
Controlling	52

## Externes Rechnungswesen / Steuern

*Das Modul vermittelt die handels- und steuerrechtlichen Vorschriften zur buchhalterischen Erfassung betrieblicher Vorgänge. Dabei wird die Methodik der doppelten Buchführung sowohl manuell als auch rechnergestützt angewendet, um die Veränderungen des Vermögens und des Kapitals sichtbar zu machen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Steuerlehre und deren wesentlichen Inhalte. Darüber hinaus werden die rechtlichen Grundlagen, der Aufbau und die Inhalte des Jahresabschlusses unter Berücksichtigung der Rechtsform und der Größe von Unternehmen vermittelt. Gegenstand ist auch die Erfassung und Bewertung des Vermögens und der Verbindlichkeiten sowie die periodengerechte Abgrenzung. Außerdem erfolgen kritische Analysen der Bilanz sowie der Erfolgsrechnung.*

Modulcode	Modultyp und Credits
EXREW-T-12	Pflichtmodul mit 9 Credits (5 + 4)
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 1 und 2	2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft über zwei Semester vermittelt.

Das Modul korrespondiert mit den ebenfalls im ersten Semester vermittelten Modulen Wirtschaftsmathematik sowie Einführung Propädeutik und ABWL und vermittelt im Komplex die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Themen Buchhaltung, Bilanz, Jahresabschluss und Steuern. Das Modul bildet damit die Basis für die Module Investitionen und Finanzierung (4. Semester), Internes Rechnungswesen (3. Semester) und Controlling (4. Semester).

Das Modul stellt ferner theoretische Grundlagen für das Praxismodul Rechnungswesen / Finanzierung im 4. Semester des Studienganges Tourismuswirtschaft zur Verfügung.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

## Lerninhalte

### **Grundlagen der Buchführung**

- Begriff und Bedeutung des Rechnungswesens
- Gliederung, Organisation und Einordnung des betrieblichen Rechnungswesen
- Gesetzliche Grundlagen der Buchführung wie Handelsrecht, Steuerrecht
- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung und Internationales Recht nach IFRS

### **Grundbegriffe und das System der doppelten Buchführung**

- Inventur und Inventar
- Die Bilanz, ihre Gliederung und Auflösung in Konten
- Kontenrahmen, Kontenpläne
- Buchungsregeln, Buchungssätze, Abschluss der Erfolgs- und Bestandskonten
- Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung, der Schlussbilanz und Erfolgsermittlung durch Kapitalvergleich

### **Umsatzsteuer**

- Wesen der Umsatzsteuer und rechtliche Grundlagen
- Buchung der Umsatzsteuer beim Ein- und Verkauf, Steuerberichtigungen
- Ermittlung der Zahllast / Vorsteuerüberhang

### **Buchungen zu ausgewählten Geschäftsvorfällen**

- Bestands- und aufwandsorientierte Buchung von Geschäftsfällen mit Umlaufmittelgütern
- Erfassung der Umsatzerlöse und Korrekturbuchungen
- Anlagevermögen mit den Anschaffungs- und Herstellkosten
- Darlehen, Anzahlungen, Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Besonderheiten beim Ein- und Verkauf in studiengangspezifischen Bereichen
- Buchungen im Finanz- und Zahlungsbereich: Scheckverkehr, Anzahlungen, Leasing, Wertpapiere

### **Personalbereich**

- Grundlagen der Lohn- und Gehaltsrechnung
- Buchung der Löhne und Gehälter und sonstiger Leistungen im Personalbereich
- Steuern, Sozialversicherungsbeiträge, gesetzliche Unfallversicherung

### **Praktische Übungen zur EDV-gestützten Erfassung und Buchung von Geschäftsvorfällen**

### **Rechtliche Grundlagen des Jahresabschlusses und Bilanzierung**

- HGB und IFRS
- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Handels- und Steuerbilanz

### **Publizitäts- und Prüfungspflichten**

- Inhalte des Jahresabschlusses bei Kapitalgesellschaften
- Bestandteile nach Vorschriften des HGB
- Bilanz (inkl. Buchung Jahresergebnis, Ergebnisverwendungsbeschluss)
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Anhang, Lagebericht
- Zusätzliche Bestandteile nach Vorschriften des IFRS / US-GAAP
- Der Konzernabschluss und dessen Inhalt

### **Bewertung der Vermögensteile und der Schulden**

- Bewertung der Vermögens- und Schuldenteile nach HGB und nach IFRS
- Besonderheiten bei der Bewertung des Anlage- und Umlaufvermögens
- Unterschiede zwischen der Bewertung nach HGB und IFRS

### **Abschreibungen und Wertberichtigungen**

- Grundlagen der Abschreibung
- Bildung und Auflösung von Wertberichtigungen
- Bewertung von Forderungen (Zweifelhafte Forderungen, Abschreibung von Forderungen)

### **Zeitliche Abgrenzung von Aufwendungen und Erträgen**

- Aktive Rechnungsabgrenzung
- Passive Rechnungsabgrenzung
- Sonstige Forderungen
- Sonstige Verbindlichkeiten
- Rückstellungen

### **Bilanzanalyse und Bilanzkritik**

- Instrumente zur Bilanzanalyse
- Aufbereitung einer Bilanz zur Beurteilung des Unternehmens
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Zeit- und Branchenvergleiche

### **Erfolgsanalyse und Kritik der Erfolgskennziffern**

- Aufbereitung der Gewinn- und Verlustrechnung
- Kennzahlen zur Beurteilung des Unternehmens
- Analyse der Finanzlage
- Unterschiede zwischen der Bewertung nach HGB und IFRS

### **Steuern**

- Allgemeines Steuerrecht, Einteilung der Steuern
- Steuerverwaltung
- Abgabenordnung
- Steuerarten wie Umsatz- und Einkommenssteuer
- Aktuelle Steuerfragen insbesondere der Tourismuswirtschaft betreffend

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen die Aufgaben, die Organisation und typische Prozessabläufe im betrieblichen Rechnungswesen kennen. Sie kennen die gesetzlichen Vorschriften, die Systematik der doppelten Buchführung und die für die jeweiligen Branchen geltenden Kontenrahmen und -pläne. Sie erlernen die sachlich und rechnerisch richtige Bearbeitung von grundlegenden Geschäftsvorfällen wie Rechnungserstellung, Prüfung von Eingangsrechnungen, die Erfassung von Warenentnahmen und innerbetriebliche Verrechnungen.

Die Studierenden kennen die gesetzlichen Vorschriften und Regelungen zur Aufstellung des Jahresabschlusses. Sie kennen die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz nach HGB. Die Studierenden lernen die Bewertung von Aktiva und Passiva der Bilanz entsprechend der geltenden Vorschriften kennen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre allgemeinen Kenntnisse der Buchführung entsprechend der branchenspezifischen Leistungselemente in den jeweiligen Studiengängen und wenden die Methodik der doppelten Buchführung unter den verschiedensten unternehmerischen Bedingungen an.

Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz eines Unternehmens. Die Unterschiede in der Bewertung nach HGB und nach IFRS werden von den Studierenden herausgearbeitet. Die Studierenden lernen, steuerrechtliche Sachverhalte komplex und strukturiert zu erfassen zu hinterfragen und zu beurteilen.



## Können

### Instrumentale Kompetenz

Auf der Grundlage von Muster–Belegsätzen zu typischen Geschäftsvorfällen können die Studierenden mit Hilfe eines Kontenplanes die erforderlichen Buchungen sowohl manuell als auch rechnergestützt sachlich korrekt erfassen. Sie sind in der Lage, Buchungsjournale auf sachliche und rechnerische Richtigkeit zu prüfen und können bei der Ermittlung des Inventars aktiv mitwirken.

Die Studierenden können im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses betriebliche Daten erfassen und aufbereiten. Sie sind in der Lage, die zum Jahresende notwendigen zeitlichen Abgrenzungen zu erkennen und mit Buchungen zu gestalten. Bei der Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz können die Studierenden aktiv mitwirken.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können das erworbene Wissen bei der Bearbeitung von Geschäftsvorfällen unabhängig von den spezifischen praktischen Einsatzgebieten anwenden. Sie beherrschen die Methodik der doppelten Buchführung. Sie kennen die aktuellen gesetzlichen Regelungen und können diese bei der Gestaltung ihrer Arbeitsaufgaben einbeziehen.

Die Studierenden erkennen aus der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung die Vermögens- und Kapitallage des Unternehmens und können diese mittels Kennzahlen / Kennzahlensystemen analysieren und bewerten.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen durchgeführten Buchungen zu erläutern. Mit den Mitarbeitern des Rechnungswesens sowie des Ein- und Verkaufes können sie den fachlichen Dialog zu typischen Geschäftsfällen im Ein- und Verkauf sowie zum innerbetrieblichen Leistungsprozess führen. Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen durchgeführten Arbeiten zu erklären und im Dialog mit den Entscheidungsträgern des Unternehmens zu begründen. Sie können die Ergebnisse der Analyse und Bewertung des Jahresabschlusses präsentieren.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	1. Semester	2. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	36	30	<b>66</b>
Seminar	28	20	<b>48</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	40	48	<b>88</b>
Selbststudium (Praxisphase)	46	0	<b>46</b>
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	0	20	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>	<b>120</b>	<b>270</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 2. Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Hans-Jürgen Homilius

E-Mail: [j.homilius@ba-breitenbrunn.de](mailto:j.homilius@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

Deutsch

## Angebotsfrequenz

jährlich (beginnend im Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte, PC, Beamer

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Bornhofen, Manfred; Bornhofen, Martin C.: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen 2013. Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe, Gabler Verlag, Wiesbaden, 25. Auflage, 2013.
- Bornhofen, Manfred; Bornhofen, Martin C.: Buchführung 2 DATEV-Kontenrahmen 2012. Abschlüsse nach Handels- und Steuerrecht - Betriebswirtschaftliche Auswertung - Vergleich mit IFRS, Gabler Verlag, Wiesbaden, 24. Auflage, 2012.
- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Franz Vahlen, München, 25. Auflage, 2013.
- Bornhofen, Manfred; Bornhofen, Martin C.: Steuerlehre 1 Rechtslage 2009, Gabler Verlag, Wiesbaden, 30. Auflage, 2009.
- Bornhofen, Manfred; Bornhofen, Martin C.: Steuerlehre 2 Rechtslage 2008, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer, Gabler Verlag, Wiesbaden, 29. Auflage, 2009.
- Grefe, Cord: Unternehmenssteuern, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 11. Auflage, 2008.
- Wichtige Steuergesetze, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Herne, 57. Auflage, 2009.

### *Vertiefende Literatur*

- Czenskowsky, Torsten; Gefäller, Ina; Heckmann, Roland: Rechnungswesen / Controlling in Hotellerie und Gastronomie, Verlag Handwerk und Technik, 4. Auflage, 2011.
- Schmolke, Siegfried; Deitermann, Manfred; Rückwart, Wolf-Dieter: Industrielles Rechnungswesen – IKR, Winklers Verlag, Braunschweig, 42. Auflage, 2013.
- Jossé, Germann: Rechnungswesen für Hotellerie und Gastronomie, Winklers Verlag, Braunschweig, 6. Auflage, 2012.
- Jossé, Germann: Rechnungswesen in Tourismus- und Reiseunternehmen, Winklers Verlag, Braunschweig, 8. Auflage, 2011.
- Jossé, Germann: Rechnungswesen für Hotellerie und Gastronomie, Winklers Verlag, Braunschweig, 6. Auflage, 2012.
- Jossé, Germann: Rechnungswesen für Reiseverkehrskaufleute, Winklers Verlag, Braunschweig, 8. Auflage, 2011.
- Memento Rechtshandbücher, Memento Bilanzrecht für die Praxis 2009, Centaurus Verlag, Herbolzheim, 3. Auflage, 2009.

## Internes Rechnungswesen

*Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Überblick über die Kosten-Erlös-Rechnung als Teil des internen Rechnungswesens in Unternehmen sowie damit verbundene Möglichkeiten der innerbetrieblichen Erfolgsermittlung, -kontrolle und -steuerung. Für die jeweiligen Kostenrechnungssysteme werden die Methoden und Verfahren vermittelt und deren Einsatzmöglichkeiten zum Kosten- und Leistungsmanagement beispielhaft dargestellt. Der Inhalt des Moduls steht als Basis zur Beurteilung unternehmerischer Handlungsalternativen bei der Gestaltung von Unternehmensprozessen im Zusammenhang mit weiterführenden fachvertiefenden Modulen und dient als Grundlage für das Controlling.*

Modulcode	Modultyp und Credits
INREW-W-30	Pflichtmodul mit 6 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 3	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul ist die systemische Fortführung des Moduls externes Rechnungswesen (1. und 2. Semester) und bildet gleichzeitig die Basis für das Modul Controlling (4. Semester).

Das Modul stellt ferner theoretische Grundlagen für das Praxismodul Rechnungswesen / Finanzierung im 4. Praxissemester des Studienganges Tourismuswirtschaft zur Verfügung.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Kenntnisse für die Teilnahme am Modul

- Externes Rechnungswesen / EXREW-T-12

### Lerninhalte

#### Internes Rechnungswesen und Kosten-Erlös-Rechnung

- Ziele, Aufgaben und Funktionen des internen Rechnungswesens, Grundbegriffe und betriebliche Einordnung
- Grundlagen der Kosten-Erlös-Rechnung, Grundbegriffe der Erlös- und Kostentheorie und Begriffsabgrenzungen
- Stellung und Funktionen der Kosten-Erlös-Rechnung im System des internen Rechnungswesens

#### Instrumentarium und Teilbereiche der Kosten-Erlös-Rechnung

- Aufbau der Kosten-Erlös-Rechnung, Prinzipien und Konzeption
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Kurzfristige Erfolgsrechnung

### **Systeme der Kosten-Erlös-Rechnung**

- Grundlagen, Systematisierung und Charakteristika
- Kosten-Erlös-Rechnungssysteme auf Vollkostenbasis
- Kosten-Erlös-Rechnungssysteme auf Teilkostenbasis
- Weitere Gestaltungsformen der Kosten-Erlös-Rechnung in der prozessualen Dimension von Leistungskontexten

### **Grundlegende strategische und operative Gestaltungskomplexe zur Implikation des internen Rechnungswesens**

- Anwendungsbezüge der Kosten-Erlös-Rechnungssysteme als Basis für Managemententscheidungen
- Vor- und Nachteile verschiedener Instrumente und Systeme für den problemlösenden Einsatz
- Internes Rechnungswesen in der Verknüpfung mit dem Controlling und anderen betriebswirtschaftlichen Bereichen

## **Lernergebnisse**

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis von Zielsetzung, Vorgehensweise und Methodik des internen Rechnungswesens sowie von Stellung und Aufgaben der Kosten-Erlös-Rechnung im Gesamtsystem des betrieblichen Rechnungswesens. Sie kennen Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung sowie Betriebsergebnisrechnung als grundsätzliche Teilbereiche einer traditionellen Kostenrechnung und die Unterscheidungen und verschiedenen Ansätze der Kostenrechnungssysteme zeit- und umfangbezogen. Neuere Entwicklungen in der kostenrechnerischen Umsetzung prozessualer Dimensionen werden erörtert.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen die Methoden der Kosten- und Erlösrechnung sowie die Grundlagen der innerbetrieblichen Erfolgsermittlung und Kalkulation an praxisrelevanten Modellen und Beispielen. Sie kennen die Prinzipien der Kosten-Erlös-Rechnungssysteme auf Voll- und Teilkostenbasis sowie deren jeweilige Vor- und Nachteile und die sich daraus ergebenden Anwendungsbezüge und Einsatzmöglichkeiten.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die Ablaufschritte der Kosten-Erlös-Rechnung und die mit ihnen verbundenen Erkenntnisziele nachvollziehen und in die Praxis umsetzen. Sie können aus der Finanzbuchhaltung eine Kostenartenrechnung ableiten, ein Unternehmen in Kostenstellen einteilen, eine Betriebsabrechnung vornehmen und diese interpretieren. Sie sind in der Lage, die betrieblichen Leistungen zu kalkulieren. Sie können einen sicheren Umgang mit den Begriffen des internen Rechnungswesens nachweisen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können ihr erworbenes Wissen auf die verschiedensten Problemstellungen sicher anwenden und die Verfahren und Methoden der Kosten- und Erlösrechnung auf neue Themenbereiche und ihr spezifisches Einsatzgebiet anpassen. Sie sind in der Lage, die aus dem Kostenrechnungssystem zu generierenden Daten entsprechend des jeweiligen Informationsziels zweckmäßig aufzubereiten, zu interpretieren und der Geschäftsleitung Handlungsvorschläge zu unterbreiten sowie Handlungsalternativen zu evaluieren insbesondere hinsichtlich einer kritischen Würdigung der einzelnen Methoden. Neue Entwicklungen können auf Grundlage des sicheren und anwendungsbereiten Wissens eigenständig verfolgt und in die eigene Arbeit integriert werden.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ihr erworbenes Wissen weiter zu geben und fachlich korrekt den jeweiligen Adressaten darzustellen. Dabei können sie sowohl detaillierte Sachverhalte mit Mitarbeitern der Fachabteilungen diskutieren als auch generalisierte Aussagen für strategische Betrachtungen formulieren. Weiterhin können sie sich wissenschaftlich mit Fragen des internen Rechnungswesens auseinandersetzen und sind in der Lage, ihre Erarbeitungen anwendungsorientiert zu präsentieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	35
Seminar	35
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	22
Selbststudium (Praxisphase)	64
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Cornelia Huhn

E-Mail: [c.huhn@ba-breitenbrunn.de](mailto:c.huhn@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Interaktive Vorlesung, seminaristischer Unterricht, Skripte, Leitfaden zum Eigenverantwortlichen Lernen, Literaturstudium, Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallbeispielen.

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen: Kostenrechnung 1, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, Herne, Berlin, 10. Auflage, 2008.
- Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen: Kostenrechnung 2, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, Herne, Berlin, 9. Auflage, 2009.
- Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen: Kostenrechnung 3, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, Herne, Berlin, 7. Auflage, 2004.
- Haberstock, Lothar: Kostenrechnung I. Einführung - Mit Fragen, Aufgaben, einer Fallstudie und Lösungen, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 13. Auflage, 2008.
- Haberstock, Lothar: Kostenrechnung II. (Grenz-) Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 10. Auflage, 2008.
- Olfert, Klaus: Kostenrechnung, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, Herne, Berlin, 16. Auflage, 2010.
- Schmolke, Siegfried; Deitermann, Manfred; Rückwart, Wolf-Dieter: Industriebuchführung mit Kosten- und Leistungsrechnung – IKR, Winklers Verlag, Braunschweig, 31. Auflage, 2010.

### *Vertiefende Literatur*

- Drosse, Volker: Intensivtraining Kostenrechnung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1. Auflage, 2006.
- Friedl, Birgit: Kostenrechnung – Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2004.
- Friedl, Birgit; Göthlich, Stephan E.; Himme, Alexander: Kostenrechnung – Übungen und Fallstudien, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 2007.
- Freidank, Carl-Christian: Kostenrechnung – Grundlagen des innerbetrieblichen Rechnungswesens und Konzepte des Kostenmanagements, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 8. Auflage, 2008.
- Freidank, Carl-Christian; Fischbach, Sven: Übungen zur Kostenrechnung, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 6. Auflage, 2007.
- Kilger, Wolfgang; Pampel, Jochen R.; Vikas, Kurt: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, Gabler Verlag, Wiesbaden, 12. Auflage, 2007.
- Walter, Wolfgang G.: Wünsche, Isabella: Einführung in die moderne Kostenrechnung. Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze. Mit Aufgaben und Lösungen, Gabler Verlag, Wiesbaden, 3. Auflage, 2005.
- Küpper, Hans-Ulrich; Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Pedell, Burkhard: Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, Verlag Vahlen, München, 5. Auflage, 2007.
- Plötner, Olaf; Kummer, Tyge-F.; Sieben, Barbara: Kosten- und Erlösrechnung, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg, 2008.

## Controlling

*Controlling gehört neben dem Marketing in modernen mittelständischen Unternehmen zu einer wichtigen Säule der Unterstützung einer erfolgsorientierten Unternehmensführung. Das Modul behandelt die strategischen und operativen Instrumente der Planung, Steuerung und Kontrolle eines Unternehmens. Die Studierenden werden befähigt, ausgehend von der konkreten Unternehmenssituation, die geeigneten Instrumente und Methoden des Controllings auszuwählen und für die Analyse und Bewertung lösungsorientiert einzusetzen.*

Modulcode	Modultyp und Credits
CONTR-T-40	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut methodisch und instrumentell auf den Modulen Wirtschaftsmathematik (1. Semester), Statistik (2. Semester) und IT-Kompetenz (1. Semester) sowie inhaltlich auf den Modulen Externes Rechnungswesen / Steuern (1. und 2. Semester) und Internes Rechnungswesen (3. Semester) auf. Das Modul stellt eine wesentliche Grundlage der Wissensvermittlung im Modul Unternehmensführung (5. Semester) dar.

Elemente des Moduls Controlling werden zudem für das Praxismodul Unternehmensführung im 5. Praxissemester des Studienganges Tourismuswirtschaft sowie für die Erstellung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester benötigt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsmathematik / WMATH-W-10
- Statistik / STAT-W-20
- Externes Rechnungswesen / EXREW-T-12
- Internes Rechnungswesen / INREW-W-30
- Investition und Finanzierung / INFIN-T-40

### Lerninhalte

#### Einführung in das Controlling

- Hauptaufgaben
- Strategisches und operatives Controlling
- Organisation des Controlling
- Controlling-Unterstützung im Management-Prozess

#### System der integrierten operativen Planung

- Basispläne
- Ergebnis- und Finanzpläne
- Fallaufgabe Ergebnis- und Finanzplanung

### **Vertiefung Plankostenrechnung**

- Plan- und Grenzplankostenrechnung
- Target Costing

### **Ausgewählte operative und strategische Planungsaufgaben sowie Kontrollaufgaben des Rechnungswesens**

- Break even point-Analyse
- Entscheidung über die Annahme von Zusatzaufträgen
- Planung des optimalen Produktionsprogramms
- Beschäftigungs-, Verbrauchs- und Preisabweichungen
- Investitionsrechenverfahren (VOFI)

### **Unternehmensanalyse**

- Definition, Anlässe, Aufgabenfelder, Ebenen
- Strategische Analyse (SWOT, Produktlebenszyklen, Erfahrungskurven, Portfolio, Gap-Analyse)
- Operativ-taktische Analyse mit Kennzahlen
- Risikoanalyse und Risikomanagement

### **Fallaufgabe: Planung, Steuerung und Kontrolle eines Unternehmens mit vier Kennzahlen**

#### **Betriebsvergleiche (Benchmarking)**

- Definition, Anlässe, Aufgabenfelder
- Auswahl Benchmarking-Objekte und Benchmarks
- Benchmarking-Prozess

#### **Balanced Scorecard**

- Einbettung in die strategische Unternehmensplanung
- Klassische Perspektiven der BSC
- Ermittlung der Kennzahlen
- Umsetzung und Betrieb der BSC

### **Unternehmensplanspiel General Management**

#### **Lernergebnisse**

##### ***Wissen und Verstehen***

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden werden mit grundlegenden Begriffen des Controllings vertraut gemacht. Sie lernen das Wesen, die Hauptaufgaben und die strategischen sowie operativen Instrumente des Controllings kennen.

##### Wissensvertiefung

Die Studierenden verstehen, dass das Rechnungswesen eines Unternehmens und seine entsprechende Gestaltung einen wesentlichen Informationsquell für ein erfolgreiches Controlling in einem mittelständischen Unternehmen darstellen. Dementsprechend wird eine Vertiefung der bisherigen Kenntnisse des externen Rechnungswesens sowie der Kosten- und Erlösrechnung hinsichtlich ihrer Anwendung als operatives Planungs- und Steuerungsinstrument sowie der Investitionsrechnung als strategisches Instrument vermittelt.



## Können

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können mit Hilfe der Instrumentarien des Controllings Unternehmensprozesse praxisnah planen, steuern und kontrollieren. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe an einem praxisrelevanten Steuerungsprojekt mitarbeiten. So werden sie konkret anhand eines Fallbeispiels nachweisen, dass sie die Erfüllung der wichtigsten Ziele eines mittelständischen Unternehmens mit ausgewählten Kennzahlen steuern können. Im Rahmen des virtuellen Unternehmensplanspiels GM übernehmen sie die Führung eines Unternehmens und erleben hautnah typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung. Sie lernen, betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen und mit Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung umzugehen. Sie treffen Entscheidungen im Team – oft unter Zeitdruck.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die bis dato vermittelten relevanten Kenntnisse der Industriebetriebswirtschaftslehre unter dem Aspekt einer effizienten Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens und ausgewählter Funktionsbereiche zusammen zu fassen und anzuwenden. Sie können die operativen und strategischen Instrumente des Controllings abgrenzen sowie zielgenau praxisnah anwenden.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu verteidigen. Sie haben ein Gefühl für vielschichtige und komplexe Probleme entwickelt und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an differenzierten fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können dem Lehrenden angemessen Feedback geben. Im Rahmen des Planspiels müssen sie ihr Unternehmen teamorientiert im Wettbewerb führen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	20
Seminar	38
Planspiel	10
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	10
Selbststudium (Praxisphase)	48
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Erhard Jähn

E-Mail: e.jaehn@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Notebook, Arbeits- und Übungsblätter

### Literatur

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Jung, Hans: Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2., überarbeitete Auflage, 2011.
- Weber, Jürgen: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart; 13., überarbeitete und aktualisierte Auflage, 2011.
- Ziegenbein, Klaus: Controlling, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 10., überarbeitete und aktualisierte Auflage, 2012.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Horváth, Péter: Controlling, Verlag Franz Vahlen, München, 12., vollständig überarbeitete Auflage, 2012.
- Klenger, Franz: Operatives Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 5. Auflage, 2000.
- Meyer, Claus: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme, Verlag Wissenschaft & Praxis, Sternenfels, 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, 2007.

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>5. Methoden und Kompetenzen (METH&amp;KOMP)</b>	<b>Seite</b>
Wirtschaftsmathematik	57
IT-Kompetenz	61
Statistik	64
Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz	68
Juristische Kompetenz	72

## Wirtschaftsmathematik

*Ziel des Moduls ist die Vermittlung der für die Wirtschaftswissenschaften notwendigen grundlegenden mathematischen Methoden und Verfahren. Schwerpunkt bilden dabei die sichere Beherrschung der vermittelten Kenntnisse und die Fähigkeit zur eigenständigen Anwendung auf ökonomische Fragestellungen. Es werden keine mathematischen Beweise geführt, sondern die Mathematik wird als sinnvolles Hilfsmittel zur Bearbeitung praktischer Probleme verstanden.*

Modulcode	Modultyp und Credits
WMATH-W-10	Pflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 1	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf dem bisher erworbenen Schulwissen auf und intensiviert dieses für wirtschaftswissenschaftlicher Betrachtungen.

Die Lehrinhalte umfassen die Grundlagen für das Verständnis aller ABWL-, TBWL-, VWL-Module sowie für das Interne Rechnungswesen / Steuern bzw. Externe Rechnungswesen (1. bis 5. Semester). Das Modul ist ferner unmittelbare Voraussetzung für das Modul Statistik (2. Semester). Obligatorisch ist die Wissensanwendung für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Abiturwissen Mathematik Grundkurs

### Lerninhalte

#### Elementare Grundlagen

- Mengenlehre, Zahlenbereiche und Rechenregeln
- Summen, Produkte, Binomische Formeln, Gleichungen, Ungleichungen

#### Funktionen mit einer unabhängigen Variablen

- Funktionsbegriff, Eigenschaften, Darstellungsformen
- Elementare Typen, Horner-Schema, Nullstellen, Polynomzerlegung
- Iterative Gleichungslösung (Regula falsi), Nullstellenbestimmung
- Beispiele für ökonomische Funktionen und deren Anwendung

#### Differentialrechnung für Funktionen mit einer Variablen

- Grundlagen der Differentialrechnung
- Ableitungen von Grundfunktionen und Ableitungsregeln
- Newton-Verfahren zur Nullstellenbestimmung
- Anwendung der Differentialrechnung auf ökonomische Sachverhalte

#### Integralrechnung

- Stammfunktion und unbestimmtes Integral, Grundintegrale
- Bestimmtes Integral und Flächeninhaltsberechnungen
- Ökonomische Anwendungen der Integralrechnung

## **Lineare Algebra**

- Matrizen, Matrizenmultiplikation
- Lineare Gleichungssysteme, Lösungsverfahren
- Ökonomische Anwendungen

### **Lernergebnisse**

#### ***Wissen und Verstehen***

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern aufbauend auf dem Abiturwissen ihre grundlegenden mathematischen Kenntnisse und lernen wichtige wirtschaftsmathematische Begriffe und Methoden kennen. Sie erlernen ökonomische Sachverhalte mathematisch zu abstrahieren, formal zu bearbeiten und die erhaltenen Ergebnisse ökonomisch sinnvoll zu interpretieren. Die Absolventen sollen damit die Mathematik als wichtiges Hilfsmittel bei der Planungs- und Entscheidungsfindung in der wirtschaftlichen Praxis begreifen.

##### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse über grundlegende mathematische Methoden und Verfahren durch die Anwendung mathematischer Modelle in der betriebswirtschaftlichen Praxis. Dabei adaptieren Sie ihr erworbenes Wissen auf spezifische ökonomische Sachverhalte und trainieren eigenständig mathematische fundierte Lösungen zu finden und die erhaltenen Ergebnisse ökonomisch sinnvoll zu interpretieren. In der Anwendung der mathematischen Methoden achten die Absolventen auf die Effektivität der angewandten Methoden und die Plausibilität der Ergebnisse.

#### ***Können***

##### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die erlernten mathematischen Methoden und Modelle selbstständig und effektiv auf verschiedenste betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Dabei können sie komplexe Sachverhalte logisch erfassen, inhaltlich abstrahieren und mathematisch korrekt darstellen. Die Struktur der zugrundeliegenden Problemstellung kann durch die Absolventen in die adäquate mathematische Form und in die jeweils entsprechende Methode zur Bearbeitung der Problemstellung überführt werden. Die erhaltenen Ergebnisse können kritisch bewertet und ökonomisch sinnvoll interpretiert werden.

##### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können den verschiedensten betriebswirtschaftlichen Sachverhalten die entsprechenden wirtschaftsmathematischen Modelle und Methoden zuordnen und durch deren Anwendung die gewonnenen Lösungen zur als Basis zur Entscheidungsfindung einsetzen. Damit begründen sich die getroffenen Entscheidungen auf eine wissenschaftlich fundierte Basis und sind logisch nachvollziehbar. Sie sind in der Lage, sich in spezifische Problemstellungen selbstständig tiefer einzuarbeiten und die geeigneten wirtschaftsmathematischen Methoden auszuwählen und anzuwenden.

##### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ökonomische Sachverhalte in mathematisch korrekter Form darstellen und erläutern. Die erhaltenen Ergebnisse in der Anwendung mathematischer Methoden auf die Ökonomie können korrekt dargestellt und argumentativ erläutert werden. Die Absolventen sind dabei in der Lage, ihre Ergebnisse sowohl einem fachlich vorgebildeten Interessentenkreis zu präsentieren als auch Laien anschaulich darzustellen.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	35
Seminar	45
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Dr. Tony Mudrack

E-Mail: [t.mudrack@ba-breitenbrunn.de](mailto:t.mudrack@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Interaktive Tafel, Taschenrechner, Beamer

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Basiswissen mit Praxisbezug, 4. Auflage, Pearson Studium, 2014.
- Böker, Fred: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Das Übungsbuch, 2. Auflage, Pearson Studium, 2013.

### *Vertiefende Literatur*

- Clausen, Michael; Kerber, Adalbert: Mathematische Grundlagen für Wirtschaftswissenschaftler, BI-Wissenschaftsverlag, Mannheim, Wien, Zürich; aktuelle Auflage.
- Heinrich, Gert: Grundlagen der Mathematik, der Statistik und des Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, Oldenbourg Verlag, München, aktuelle Auflage.
- Holey, Thomas; Wiedemann, Armin: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Physica-Verlag Heidelberg, 2008.
- Luderer, Bernd; Paape, Conny; Würker, Uwe: Arbeits- und Übungsbuch Wirtschaftsmathematik, Teubner Stuttgart, aktuelle Auflage.
- Luderer, Bernd; Würker, Uwe: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik B.G. Teubner Verlag Wiesbaden, 6. Auflage, 2005.
- Holland, Heinrich; Holland, Doris: Wirtschaftsmathematik – Intensivtraining; Gabler Wiesbaden, aktuelle Auflage.
- Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Springer Fachmedien Wiesbaden, 17., erweiterte Auflage, 2013.
- Tietze, Jürgen: Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik, Vieweg + Teubner Verlag, Springer Fachmedien Wiesbaden, 8., überarbeitete und erweiterte Auflage, 2010.
- Walter, Lothar: Mathematik in der Betriebswirtschaft; Oldenbourg Wissenschaftsverlag München, aktuelle Auflage.

## IT-Kompetenz

*Im Modul werden der Aufbau und die Funktionsweise von Rechnersystemen und Rechnernetzen behandelt. Dazu werden die Hardware-Komponenten, Betriebssysteme und Standardsoftware vorgestellt und ihr Zusammenwirken erörtert. Im Weiteren werden Rechnernetze, ihr struktureller Aufbau und die Anwendungsmöglichkeiten in Unternehmen erläutert. Außerdem werden die Aspekte des Datenschutzes und der Datensicherheit aufgrund ihrer zunehmenden Bedeutung ausführlich behandelt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
ITKOM-W-10	Pflichtmodul mit 4 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 1	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt die instrumentelle Kompetenz zur Beherrschung der konkreten Softwareanwendung in den Fachvertiefungen im Studiengang Tourismuswirtschaft für das 4. und 5. Semester. Die IT-Kompetenz stellt eine grundlegende Fähigkeit zur Darstellung und Erläuterung betriebswirtschaftlicher Prozesse dar. Obligatorisch ist die Wissensanwendung für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

## Lerninhalte

### Technologische Grundlagen der Informationsverarbeitung

- Hard- und Software-Komponenten von Rechnern sowie ihr Zusammenwirken
- Externe und periphere Geräte, Speichermedien
- Betriebssysteme
- Anforderungen an Bildschirmarbeitsplätze
- Aktuelle Entwicklungen

### Grundlagen der Datenverarbeitung

- Grundbegriffe
- Textverarbeitung (Erfassung, Bearbeitung, Gestaltung und Publishing von Texten; Automatisierung von Arbeitsabläufen)
- Tabellenkalkulationen (Erfassung und Bearbeitung von Datenbeständen, Ableiten und Verknüpfen von Daten, Recherche in und Analyse von Datenbeständen)
- Datenbanken (Verwaltung von Datenbeständen)
- Präsentation (Erfassung, Bearbeitung und Gestaltung von Inhalten, Animation und Multimedia)

### Netze / Internet / Intranet

- Komponenten, Aufbau, und Funktionsweise von Rechnersystemen und Rechnernetzen
- Internet (Geschichte, Infrastruktur, Protokolle, Dienste)
- Nutzung von Internet- und Intranet Anwendungen
- E-Business und Cloud Computing im Unternehmen
- Social Media (Grundlagen, Formen, Nutzen und Risiken)



## Datenschutz / Datensicherheit

- Gesetzliche Grundlagen des Datenschutzes
- Datenschutzkonzepte
- Datensicherungskonzepte
- PC-Sicherheit (Antivirenprogramme, Antispamverfahren, Firewalls)

## Lernergebnisse

### *Wissen und Verstehen*

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse zu den technischen Grundlagen der Informationsverarbeitung und zu den Anwendungsmöglichkeiten von Standardsoftware für die Bürokommunikation. Sie kennen die grundlegenden Prinzipien für den Einsatz von Netzwerken in der Unternehmenspraxis. Darüber hinaus sind ihnen der Nutzen und die Risiken der weltweiten elektronischen Datennetze und deren Anwendungen (E-Business, Cloud Computing, Social Media) bekannt. Zudem eignen sich die Studierenden die Regelungen zum Datenschutz und die Anforderungen an die Datensicherheit als eng verbundene Aufgabenfelder an.

#### Wissensvertiefung

Im Bereich der Standard-Office-Anwendungen vertiefen die Studierenden ihr Wissen zu deren Funktionsweisen und daraus sich ableitenden Einsatzmöglichkeiten.

### *Können*

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Standardsoftware in ihrem Funktionsumfang einzusetzen und an die spezifischen Erfordernisse des Unternehmens zur Optimierung der Prozessabläufe anzupassen. Sie können die gesetzlichen Anforderungen zur Einhaltung des Datenschutzes in ihrem Einsatzbereich berücksichtigen und die erforderliche Datensicherheit gewährleisten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können informationstechnische Problemstellungen zielgerichtet bearbeiten und sinnvoll strukturieren. Sie sind in der Lage, Daten und Fakten auszuwerten und in Beziehung zu setzen sowie daraus schlüssige und logisch nachvollziehbare Lösungsansätze abzuleiten. Die erhaltenen Ergebnisse können gemäß der Aufgabenstellung sowohl im betriebswirtschaftlichen als auch im gesellschaftlichen Zusammenhang wissenschaftlich präzise interpretiert werden.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ihre selbstständig erarbeiteten Positionen und Problemlösungen klar zu formulieren und argumentativ schlüssig zu verteidigen. Sie können sich sowohl mit Fachvertretern als auch mit Laien über Informationen, Probleme und Lösungsansätze auf wissenschaftlicher Grundlage austauschen und ihre Ergebnisse übersichtlich und klar präsentieren.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesungen	20
Seminar	48
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	30
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Gert Martin

E-Mail: g.martin@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

PC, Internet

### Literatur

#### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Holey, Thomas; Welter, Günter; Wiedemann, Armin: Wirtschaftsinformatik, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 2. Auflage, 2007.

#### **Vertiefende Literatur**

- Horster, Patrick; Fox, Dirk: Datenschutz und Datensicherheit, Konzepte, Realisierungen, Rechtliche Aspekte, Anwendungen, Vieweg+Teubner Verlag, Wiesbaden, 2012.
- Bergendahl, Alexandra; Hartung, Stefan; Kissner, Alfred: Datensicherheit zu Hause und unterwegs. Mehr Schutz für Handy, Notebook und Co. Mit Checklisten, Nutzungshinweisen und Risikoanalysen, Beuth Verlag, Berlin, 2008.
- Kolberg, Michael: Office 2010 Kompendium, Markt+Technik Verlag, München, 2012.
- Voigt, Christian; Kornel, Terplan: Cloud Computing, Mitp-Verlag, 2011.
- Dan Zarrella: Das Social Media-Marketing Buch, O'Reilly Verlag, 2012.

## Statistik

*Ziel des Moduls ist die Vermittlung der für die Wirtschaftswissenschaften notwendigen grundlegenden statistischen Modelle und Methoden. Der Schwerpunkt liegt dabei in der sicheren Beherrschung der vermittelten Methoden und deren effektive Anwendung auf ökonomische Fragestellungen. Es werden keine mathematischen Beweise geführt, die Mathematik wird als Hilfsmittel zur Bearbeitung statistischer Fragestellungen und quantitativen Modellierung ökonomischer Prozesse zur Entscheidungsunterstützung verstanden.*

### Modulcode

STAT-W-20

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul mit 5 Credits

### Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 2

### Dauer

1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft angeboten.

Das Modul ist die inhaltliche und systemische Fortführung des Moduls Wirtschaftsmathematik aus dem 1. Semester.

Die erworbenen Kenntnisse stellen eine wesentliche Voraussetzung für die sich anschließenden Fachrichtungsvertiefungen im Studiengang Tourismuswirtschaft (4. und 5. Semester). Obligatorisch ist die Wissensanwendung für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsmathematik / WMATH-W-10

## Lerninhalte

### A: Deskriptive Statistik

#### **Grundlagen**

- Grundgesamtheit, statistische Variable
- Datenerhebung und -aufbereitung

#### **Häufigkeitsverteilungen**

- absolute und relative Häufigkeiten
- Empirische Verteilungsfunktion

#### **Maßzahlen und Regression**

- für eindimensionale Merkmale (Lage-, Streu- und Konzentrationsmaße)
- Maßzahlen für den Zusammenhang zweier Merkmale
- Zweidimensionale quantitative Merkmale (Lineare und nichtlineare Regression)

#### **Zeitreihen**

- Zerlegung von Zeitreihen, gleitende Durchschnitte, saisonale Komponente

### **Verhältniszahlen und Indizes**

- Preisindex, Mengenindex, Wertindex
- Standardisierung von Raten und Quoten

## **B: Induktive Statistik**

### **Wahrscheinlichkeitstheorie**

- Kombinatorik, Elemente der Wahrscheinlichkeitstheorie, zufällige Variablen
- Diskrete und stetige Standardverteilungen
- Grenzwertsätze und Approximationen
- Induktive Statistik

### **Schätzung von Parametern**

- Theorie der Punktschätzung
- Maximum-Likelihood-Schätzung
- Konfidenzschätzung von Parametern

### **Prüfen statistischer Hypothesen**

- Testtheorie
- Einstichprobenprobleme bei Normalverteilung
- Zweistichprobenproblem bei Normalverteilung
- Prüfen der Korrelation zweier Normalverteilungen
- Prüfen von Hypothesen über Binomialverteilungen

## **Lernergebnisse**

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern aufbauend auf dem Abiturwissen ihre mathematischen Kenntnisse und lernen wichtige statistische Begriffe und Methoden sowie die Verfahren zur Bearbeitung statistischer Daten und ihre ökonomische Anwendungen kennen. Darüber hinaus werden die Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der Stichprobentheorie vermittelt.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden kennen die grundlegenden statistischen Methoden und Verfahren für die verschiedensten ökonomischen Anwendungen und sind in der Lage, ihr Wissen an spezifischen Sachverhalten anzuwenden und selbstständig zu vertiefen. Die grundlegenden Kenntnisse zur mathematischen Modellierung wirtschaftlicher Prozesse werden an ausgewählten Verfahren vertieft und beispielhaft angewendet. Die Studierenden entwickeln dabei ihre Fähigkeiten zur mathematischen Abstraktion weiter und begreifen am konkreten Fallbeispiel die Anwendung mathematischer Methoden als wichtiges Hilfsmittel zur Entscheidungsfindung.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die erlernten statistischen Methoden selbstständig und effektiv auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Dabei können sie die zugrundeliegenden ökonomischen Sachverhalte erfassen, inhaltlich abstrahieren und mathematisch korrekt darstellen. Die Struktur der zugrundeliegenden Problemstellung kann durch die Studierenden aufgrund ihrer Kenntnisse in der Prozessmodellierung in eine adäquate mathematische Form und in die jeweils sinnvollste Methode zur Bearbeitung der Problemstellung überführt werden. Die erhaltenen Ergebnisse können kritisch bewertet und entsprechend der ökonomischen Aufgabenstellung interpretiert werden.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Sachverhalte den entsprechenden statistischen Methoden zuordnen und durch deren Anwendung ihre Entscheidungen auf wissenschaftlich fundierter Basis logisch nachvollziehbar begründen. Sie sind in der Lage, sich in spezifische Problemstellungen selbstständig tiefer einzuarbeiten, konkrete praktische Prozesse zu abstrahieren, in ein geeignetes mathematisches Modell zu überführen und durch Anwendung der erlernten mathematischen Methoden effektiv zu lösen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ökonomische Sachverhalte in mathematisch korrekter Form darstellen und erläutern. Die erhaltenen Ergebnisse in der Anwendung mathematischer Methoden auf die Ökonomie können übersichtlich dargestellt und argumentativ erläutert werden.

Die Studierenden sind dabei in der Lage, ihre Ergebnisse sowohl in der jeweiligen fachlichen Terminologie zu präsentieren als auch Laien anschaulich darzustellen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	35
Seminar und Übung	45
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

**Modulverantwortlicher**

Dr. Sabine Engelmann

E-Mail: s.engelmann@ba-breitenbrunn.de

**Unterrichtssprache**

Deutsch

**Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

**Medien / Arbeitsmaterialien**

--

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Toutenburg, Helge: Deskriptive Statistik, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, 6., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2008.
- Toutenburg, Helge; Heumann, Christian: Induktive Statistik, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, 2008, 4., überarbeitete und erweiterte Auflage.
- Toutenburg, Helge; Schomaker, Michael; Wißmann, Malte; Heumann, Christian: Arbeitsbuch zur Deskriptiven und Induktiven Statistik, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2009.

### *Vertiefende Literatur*

- Bohley, Peter: Statistik – Ein einführendes Lehrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Oldenbourg Verlag, München, aktuelle Auflage.
- Bücker, Rüdiger: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Oldenbourg Verlag, München, aktuelle Auflage.
- Heinrich, Gert: Grundlagen der Mathematik, der Statistik und des Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, Oldenbourg Verlag, München, aktuelle Auflage.
- Lutz, Michael: Operations Research Verfahren – verstehen und anwenden, Fortis Verlag, Köln, aktuelle Auflage.
- Sauerbier, Thomas: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Oldenbourg Verlag, München, aktuelle Auflage.
- Unger, Fritz; Stiehr, Jens-Uwe: Statistik – Intensivtraining, Gabler Wiesbaden, aktuelle Auflage.
- Werners, Brigitte: Grundlagen des Operations Research, Springer-Verlag Berlin, Heidelberg, aktuelle Auflage.
- Zimmermann, Hans-Jürgen: Operations Research - Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker; GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, aktuelle Auflage.

## Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz

*Das Modul entwickelt soziale und kommunikative Kompetenz durch Theorie und praktische Übungen zu Konfliktmanagement, Verhandlungsführung, Moderation und Gesprächsführung im Führungsalltag. Trainiert werden eine zielgerichtete und souveräne Gesprächs- und Beziehungsgestaltung. Die Studierenden werden für die Notwendigkeit des Erwerbes interkultureller Fähigkeiten zur Gestaltung interkultureller Kommunikationsprozesse in beruflichen Situationen sensibilisiert.*

<b>Modulcode</b>	<b>Modultyp und Credits</b>
SOKOM-T-40	Pflichtmodul mit 4 Credits
<b>Belegung gemäß Studienablaufplan</b>	<b>Dauer</b>
Semester 4	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft angeboten.

Das Modul stellt die soziale und kommunikative Basis für das sich im 5. Semester anschließende Modul Unternehmensführung mit dem Schwerpunkt Mitarbeiterführung dar. Unmittelbare Anwendung findet das erworbene Wissen unter anderem in der Sprachausbildung über 6 Semester. Das vermittelte Wissen wird zudem in den Wahlpflichtmodulen Interkulturelle Kommunikation und Wirtschaftspsychologie im 6. Semester weiter vertieft. Obligatorisch ist die Wissensanwendung für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Teil 1:

#### **Gesprächsführung im Führungsalltag**

- Aspekte der erfolgreichen Prozesskommunikation
- Persönlichkeitstypen / Persönlichkeitsstruktur
- Energie und Motivation (Die psychischen Bedürfnisse)
- Anwendungsmethodik: Management nach Maß
- Schnittstellenkommunikation (Strategie und Methodik)

#### **Verhandlungsführung**

- Grundzüge der Verhandlungsführung
- Verhandlungsstile
- Sozialpsychologie des Verhaltens
- Schwierige Verhandlungssituationen
- Verhandlungskompetenz

### **Konfliktmanagement**

- Kommunikative Kompetenz und Kommunikationskonflikte
- Verständnis, Arten, Varianten, Typen
- Stadien der Konfliktentwicklung
- Frühwarnsysteme bei Gruppenproblemen
- Konfliktlösungsstrategien und Leitlinien im Führungsalltag
- Gesprächstechniken und Rollenverständnis
- Besonderheiten der Gesprächssituation im Mitarbeitergespräch

### **Moderation**

- Grundlagenwissen zu Moderation und Führung
- Rollenverständnis
- Moderationsmethoden zu Strategieentwicklung und Change Management; Geschäftsprozessen; Teamentwicklung; Konfliktklärung
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Businessmoderation

## **Teil 2: Interkulturelle Kommunikation**

### **Grundlagen der interkulturellen Kompetenz**

- Einordnung als Schlüsselkompetenz im 21. Jahrhundert mittels der Betrachtung internationaler und innergesellschaftlicher Rahmenbedingungen
- Anwendungsgebiete
- Teilkompetenzen
- Interkulturelles Lernen

### **Kulturtheoretisches Wissen**

- Kulturbegriff, Dimensionen der Kultur, Formen von kulturellem Wissen
- Kollektive Konstruktion von Wirklichkeit
- Kulturelle Standardisierung
- Dynamik und Hybridität der Kultur
- Multikulturalität, Interkulturalität und Transkulturalität

### **Identität und Interkulturalität**

- Kulturelle Konstruktion von Identität
- Kulturschock und Akkulturationsverlauf
- Stereotype Selbst- und Fremdbilder

### **Interkulturelle Kommunikation**

- Kulturspezifisch verbaler, nonverbaler und paraverbalen Botschaften
- Probleme interkultureller Kommunikation und Bewältigungsstrategien

### **Managerknigge**

#### **Lernergebnisse**

#### **Wissen und Verstehen**

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die wesentlichen Aspekte einer zielgerichteten und souveränen Gesprächs- und Beziehungsgestaltung sowie Methoden der Vermeidung von Konflikten. Sie lernen die Moderationsmethode als ein Instrument zur eigenverantwortlichen Visions-, Strategie und Optimierungsarbeit kennen. Sie verstehen, dass es sich bei interkultureller Kompetenz um eine überfachliche Schlüsselkompetenz zur erfolgreichen Gestaltung interkultureller Begegnungen in verschiedenen Berufs- und Praxisfeldern in Zeiten zunehmender Globalisierungs- und Migrationsprozesse handelt.

Sie erwerben sich Wissen zum modernen Business-Knigge und erkennen dessen Bedeutung für den Geschäftsalltag.



### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis der Aspekte der Gesprächs- und Beziehungsgestaltung, des Konfliktmanagements und der Moderation von Prozessen. Sie lernen, kulturell bedingte Unterschiede in Denken, Handeln, Wahrnehmen und Urteilen bei sich und anderen zu erfassen.

## **Können**

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können geeignete Instrumente zur Gesprächsgestaltung, Gesprächsführung und Prozesssteuerung zielkonform einsetzen. Dieses Wissen ermöglicht den Studierenden soziale Situationen in ihren Besonderheiten zu erkennen und somit angemessen reagieren zu können. Die Studierenden kennen geeignete Strategien mit Hilfe derer, sie Missverständnisse und Probleme in der interkulturellen Kommunikation analysieren bzw. vermeiden können.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen zielgerichtet aufbereiten und anwenden. Sie beherrschen unterschiedliche Methoden und Techniken, um in verschiedensten Gesprächs- und Konfliktsituationen angemessen und zielorientiert reagieren zu können. Sie können interkulturelles Wissen anwenden, um sich kulturelle Unterschiede in der interkulturellen Kommunikation zu erschließen.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind der Lage, in den verschiedensten Situationen der Kommunikation national und im Ansatz international souverän und adäquat situationsbezogen zu agieren sowie Sachverhalte und Standpunkte überzeugend zu kommunizieren. Sie können sowohl fachspezifische als auch allgemeine Gesprächsrunden ergebnisorientiert moderieren. Die Studierenden sind damit in der Lage, meinungsbildend im Team zu wirken, sich auf Besonderheiten in der Führung multikultureller Teams einzustellen, Führungsaufgaben wahrzunehmen und (interkulturelle) Konfliktpotential frühzeitig zu erkennen und positiv aufzulösen.

## **Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	10
Seminar	32
Projekttag (Managerknigge)	8
Tutorium	2
Prüfungsleistung	1
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	12
Selbststudium (Praxisphase)	35
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>

## **Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Mündliche Prüfung	20	--	Semesterende	--

### **Modulverantwortlicher**

Rosmarie Ruttloff

E-Mail: r.ruttloff@ba-breitenbrunn.de

### **Unterrichtssprache**

Deutsch

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Kamera plus TV-Anlage, Digitalkamera, Moderatorenkoffer, Skripte, Arbeits- und Übungsblätter, Internet, CD, Audio

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Weisbach, Christian-Rainer; Sonne-Neubauer, Petra: Professionelle Gesprächsführung, dtv-Verlag, München, 7., vollständige überarbeitete Auflage, 2008.
- Beck, Reinhilde; Schwarz, Gotthart: Konfliktmanagement; Ziel - Zentrum für interdisziplinäres erfahrungsorientiertes Lernen GmbH, Augsburg, 3. Auflage, 2008.
- Erbacher, Christian Eric: Grundzüge der Verhandlungsführung; vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich, Zürich, Singen, 2005.
- Seifert, Josef W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, GABAL Verlag GmbH, 23. Auflage, 2009.
- Hofstede, Geert H.; Hofstede, Gert Jan, Cultures and organizations, New York, 2. Auflage, 2005.
- Thomas, Alexander et al: Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1 und Band 2, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 2003.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Stewart, Ian; Joines, Vann S.: Die Transaktionsanalyse. Eine Einführung, Herder, Freiburg, 9. Auflage, 2009.
- Jiraneck, Heinz; Edmüller, Andreas: Konfliktmanagement. Als Führungskraft Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen, Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co.KG, Freiburg, 2. Auflage, 2007.
- Kälin, Karl; Müri, Peter: Sich und andere führen, Ott Verlag Thun, 12. Auflage, 2000.
- Deardorff, Darla K., Interkulturelle Kompetenz – Schlüsselkompetenz des 21. Jahrhunderts? Thesenpapier der Bertelsmann-Stiftung auf Basis der interkulturellen-Kompetenz-Modelle, Bertelsmann Stiftung, 2006 (online verfügbar).
- Rothlauf, Jürgen: Interkulturelles Management. Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, Oldenbourg Verlag, München, 2012.
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles: Riding the waves of cultures, Nicholas Brealey Publishing, London, 2. Auflage, 2008.
- Meyden, Nandine: Business Etikette; ISBN-10: 3411863919, ISBN-13:978-3411863914.
- Droste, Lis; Hillemacher, Monika: Stil und Etikette in unserer Zeit: Aktuelle Umgangsformen, moderne Tischsitten, souveränes Auftreten; ISBN: 3407226217; ISBN-13: 978-3407226211.
- Bonneau, Elisabeth: Stilvoll zum Erfolg: Der moderne Business-Knigge; ISBN-10: 3455094716, ISBN-13: 978-3455094718.

## Juristische Kompetenz

Das Modul gibt eine Einführung in die Grundlagen und allgemeinen Lehren des Bürgerlichen Rechts sowie in die juristische Arbeitsmethodik. Die Schwerpunkte des Moduls bilden dabei das Bürgerliche Gesetzbuch, das Handelsrecht und das Gesellschaftsrecht. Die Studierenden lernen anhand von Fallbesprechungen die abstrakten juristischen Inhalte auf praktische Sachverhalte anzuwenden. Die Studierenden werden befähigt, Vertragsverhandlungen zu führen und Verträge zu schließen.

Modulcode	Modultyp und Credits
JUKOM-T-50	Pflichtmodul mit 5 Credits

  

Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul beinhaltet die juristischen Grundkenntnisse und Kompetenzen, die für das Verständnis des ABWL-Modul Unternehmensführung (5. Semester) erforderlich sind. Ferner basieren die Wahlpflichtmodule Existenzgründung und Personalmanagement (6. Semester) unmittelbar auf Grundlagen dieses Moduls. Obligatorisch ist die Wissensanwendung für die Erarbeitung und Verteidigung der Bachelor-Thesis im 6. Semester.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

## Lerninhalte

### Allgemeiner Teil des BGB

- RG - Lehre
- Nichtigkeit / Anfechtbarkeit von RG - Stellvertretung
- Form des RG
- Verjährung von Ansprüchen

### Schuldrecht

- Begriff des Schuldverhältnisses
- Entstehung von Schuldverhältnissen
- Inhalt und Erfüllung von Schuldverhältnissen
- Leistungsstörungen in Schuldverhältnissen

### Sachenrecht

- Gegenstand und Regelleistungsprinzipien
- Eigentum an beweglichen Sachen (Erwerb, Übertragung)
- Eigentum an unbeweglichen Sachen
- Besitz

### Kreditsicherung

- Personensicherheit
- Sachsicherheit

### **Handelsrecht**

- Gegenstand und Verhältnis zum BGB
- Kfm – Begriff und Arten des Kaufmanns
- Handelsgeschäft (allg. Regeln für Handelsgeschäft)
- Die Vertretung des Kaufmanns
- Das Handelsregister und die
- Handelsfirma

### **Gesellschaftsrecht**

- Personen- und Kapitalgesellschaften
- GbR / BGB-Gesellschaft
- OHG
- KG
- GmbH & Co. KG
- GmbH

### **Vertragsrecht und Vertragsgestaltung**

- Grundlagen Vertragsrecht
- Vertragsarten
- Vertragstexte (Musterformulierungen)
- Vertragsdauer und Kündigung
- Vertragsverhandlungen

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen grundlegende Begriffe und Rechtszusammenhänge kennen und verstehen. Sie kennen die wesentlichen Inhalte und Grundprinzipien des Schuld-, Sachen- sowie Handels- und Gesellschaftsrechts. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über Kenntnisse zu den handelsrechtlichen Bestimmungen zum Sonderprivatrecht der Kaufleute und sind mit den Regelungen über die Firma, das Handelsregister und die Handelsgeschäfte vertraut. Sie kennen mögliche Rechtsformen der Gesellschaften sowie die grundlegenden Unterschiede hinsichtlich Gründung, Vertretung und Haftung.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu den Rechtsformen privatautonomer Gestaltung (Willenserklärung, Rechtsgeschäft, Vertrag) sowie den Arten und Inhalten von Schuldverhältnissen. Sie kennen mit den verschiedene Arten des Kaufmanns und den Besonderheiten der Handelsgeschäfte die spezifischen Regelungen des Handelsrechts.

### ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können einen Lebenssachverhalt juristisch begutachten und Rechtsnormen des privaten Rechts durch Subsumtion und Auslegung auf einen Lebenssachverhalt anwenden. Sie sind in der Lage, bei ihrer betrieblichen Tätigkeit die Anforderungen an den kaufmännischen Geschäftsverkehr zu berücksichtigen und selbstständig die grundsätzlichen Entstehungs-, Liquidations-, Haftungs-, Kapitalaufbringungs- und Vertretungsregeln anzuwenden.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können die aktuelle Rechtslage für die Beurteilung von Auswirkungen auf eigene betriebliche Handlungsfelder reflektieren und bei betrieblichen Handlungsfeldern die einschlägigen rechtlichen Rahmenbedingungen einhalten. Sie sind in der Lage, bei betrieblichen Entscheidungen rechtliche Problemstellungen zu erkennen und diese bei der Entscheidungsfindung sachgerecht zu berücksichtigen. Die Studierenden können das Handels- und Gesellschaftsrecht im Zusammenhang mit dem BGB anwenden und beurteilen, wann die Beziehung eines Juristen erforderlich ist. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die rechtlichen Bestimmungsfaktoren für die Wahl der betrieblichen Rechtsform zu analysieren und zu beurteilen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, gegenüber Geschäftspartnern ihre Position juristisch begründet zu vertreten und können sich mit Sachkundigen über ein rechtliches Problem verständigen. Sie sind außerdem befähigt, Vertragsverhandlungen zu führen und Verträge (in einfacher Form) abzuschließen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
Tutorium	2
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	6
Selbststudium (Praxisphase)	60
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase)	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	

**Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

**Unterrichtssprache**

Deutsch

**Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

**Medien / Arbeitsmaterialien**

--

## Literatur

### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

#### Gesetzestexte:

- Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Beck-Texte im dtv, Taschenbuch (aktuelle Ausgabe).
- Handelsgesetzbuch (HGB), Beck-Texte im dtv, Taschenbuch (aktuelle Ausgabe).
- GmbH-Gesetz (GmbHG), Beck-Texte im dtv, Taschenbuch (aktuelle Ausgabe).

#### Lehrbücher:

- Kallwass, Wolfgang: Privatrecht. Ein Basisbuch, Verlag Franz Vahlen, München, 19. Auflage, 2007.
- Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht, Basiswissen des Bürgerlichen Rechts und des Handels- und Gesellschaftsrechts für Wirtschaftswissenschaftler und Unternehmenspraxis, Verlag Franz Vahlen, München, 9. Auflage, 2008.

### **Vertiefende Literatur**

- Brox, Hans; Walker, Wolf-Dietrich: Allgemeines Schuldrecht, Verlag C. H. Beck, München, 33. Auflage, 2009.
- Eisenhardt, Ulrich: Gesellschaftsrecht, Verlag C. H. Beck, München, 13. Auflage, 2007.
- Gruber, Joachim: Handelsrecht - Schnell erfasst, Springer-Verlag, Berlin, 5. Auflage, 2006.
- Wörlen, Rainer: BGB AT. Einführung in das Recht. Allgemeiner Teil des BGB, Carl Heymanns Verlag, Köln, 9. Auflage, 2006.
- Wörlen, Rainer: Schuldrecht AT. Lernbuch – Strukturen – Übersichten, Carl Heymanns Verlag, Köln, 9. Auflage, 2008.
- Wörlen, Rainer: Anleitung zur Lösung von Zivilrechtsfällen. Methodische Hinweise und 20 Musterklausuren (zum Bürgerlichen Recht - mit Handelsrecht und Arbeitsrecht), Carl Heymanns Verlag, Köln, 8. Auflage, 2007.
- Wörlen, Rainer; Metzler-Müller, Karin: Sachenrecht, Carl Heymanns Verlag, Köln, 7. Auflage, 2007.

## **A. Pflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>6. Wirtschaftsenglisch (ENGL)</b>	<b>Seite</b>
Wirtschaftsenglisch Niveaustufe B2	77
Wirtschaftsenglisch Niveaustufe C1	80

## Wirtschaftsenglisch Niveaustufe B2

*Aufbauend auf dem Abitur bzw. der Stufe B1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache gibt der Kurs zu Anfang eine Einführung in die Verwendung des Englischen als internationale Verkehrssprache im Geschäftsleben und vermittelt Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.*

*Basierend auf den so erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden im Anschluss die Grundkenntnisse in der Wirtschaftssprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, sich an Fachgesprächen effektiv zu beteiligen und unter Zuhilfenahme eines hinreichend breiten Spektrums an sprachlichen Mitteln schriftlich zu wirtschaftsspezifischen Sachverhalten zu äußern.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
ENGB2-W-34	Pflichtmodul mit 6 Credits (3 + 3)
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 3 und 4	2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul bildet die Grundlage für das sind im 5. und 6. Semester anschließende Modul Wirtschaftsenglisch Niveaustufe C 1.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsenglisch – Niveaustufe B1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching)

### Lerninhalte

#### Topics

- A career in management (studies, jobs in management, recruitment, applying for a job etc.)
- Sectors of economy / company organisation (types of companies, structure of a company, management styles, corporate culture etc.)
- Making contact in a business context (introducing people, small talk, telephoning, intercultural communication etc.)
- Money matters and finance (budgets and expenditures, dealing with invoices, surpluses and debts, taxation, stocks and shares etc.)
- Business processes and services (research and development, production and production processes, customer care etc.)

#### Skills

- Business communication (small talk, descriptions of company structure)
- Business correspondence (letters, faxes, memos, e-mails, written reports, graphs and statistics)
- Describing graphs and statistics
- Discussions



**Grammar:**

- Review of relevant grammar topics

**Lernergebnisse**

***Wissen und Verstehen***

Wissensverbreiterung

Ziel des Kurses ist die Festigung und systematische Erweiterung vorhandener Sprachkenntnisse und Erarbeitung zusätzlicher Kompetenzen im Bereich Wirtschaftsenglisch.

Aufbauend auf bereits erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten vervollkommen die Studierenden ihre sprachlichen Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen und -bereichen des Geschäftslebens.

Wissensvertiefung

Aufbauend auf soliden allgemeinsprachlichen Vorkenntnissen bietet der Kurs eine Einführung in die Verwendung des Englischen als internationale Verkehrssprache im Geschäftsleben.

Bereits erworbene Fähigkeiten und Fertigkeiten werden erneut aufgegriffen und anhand neuer Themen und Geschäftssituationen gefestigt und vertieft.

***Können***

Instrumentale Kompetenz

Das Modul konzentriert sich auf die Entwicklung von ‚Intermediate Business English Skills‘ in den vier Sprachtätigkeiten Hör- und Leseverstehen sowie Sprechen und Schreiben. Auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache werden die Studierenden mit dem Grundvokabular im Bereich Wirtschaftsenglisch vertraut gemacht. Dabei findet die Beteiligung an Diskussionen und kurze Präsentationen zu ausgewählten Themen wie auch das Zusammenfassen und Auswerten von Fachtexten und graphischen Darstellungen in gleicher Weise Beachtung.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden mit einem hinreichend breiten Spektrum an sprachlichen Mitteln vertraut gemacht, welches sie befähigt, sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend mündlich und schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern.

Kommunikative Kompetenz

Der Kurs befähigt die Studierenden, sich zu ausgewählten Wirtschaftsthemen detailliert äußern zu können, in Gesprächen unter Verwendung geeigneter sprachlicher Mittel das Wort zu ergreifen und sich mit eigenen Beiträgen effektiv an Gruppendiskussionen zu beteiligen. Neben einer Sensibilisierung für verschiedene Varianten des Englischen (z.B. British English / American English) werden auch interkulturelle Fähigkeiten trainiert und entwickelt.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	3. Semester	4. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Übung	52	54	<b>106</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	12	24	<b>36</b>
Selbststudium (Praxisphase)	26	0	<b>26</b>
Prüfungsvorbereitung	0	10	<b>10</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>180</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 4. Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: u.schloderer@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Englisch

### Angebotsfrequenz

jährlich (beginnend im Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

### Literatur

#### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Ashford, St.: Business Proficiency; Klett, aktuelle Auflage.
- Mascull, B.: Business Vocabulary in Use; Cambridge University Press, aktuelle Auflage.
- Einsprachige und zweisprachige Wörterbücher (z.B. Longman Dictionary of Contemporary English, Collins German Dictionary / Deutsch-Englisch / Englisch-Deutsch).

#### *Vertiefende Literatur*

- MacKenzie, Ian: English for Business Studies; Cambridge University Press, aktuelle Auflage.
- Feiertag, Ruth; Hooton, Richard; Maderdonner, Otto: Business to Business. Englische Geschäftskorrespondenz und Bürokommunikation; Klett, aktuelle Auflage.
- Harding, Keith: Going International; Oxford University Press, aktuelle Auflage.
- Jacob, Miriam; Strutt, Peter: English for International Tourism; Longman, aktuelle Auflage.
- Rowe, Ann; Smith John D.; Borein, Fiona: Career Award in Travel and Tourism: Standard Level, Cambridge, aktuelle Auflage.
- Alexander, Louis G.: Longman English Grammar Practice. Self-Study Edition with Key; Longman, aktuelle Auflage.
- Business Spotlight.
- Artikel aus Fachzeitschriften / Internet.

## Wirtschaftsenglisch Niveaustufe C1

Die im Modul „Wirtschaftsenglisch – Niveaustufe B2“ erworbenen Kenntnisse werden durch branchenspezifische Themen erweitert und die bestehenden sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten perfektioniert. Ziel des Kurses ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, ein breites Repertoire an Diskursmitteln flexibel und effektiv einzusetzen, sich dadurch mühelos in der englischen Sprache ausdrücken zu können und ihre Fachliteratur unter gelegentlicher Zuhilfenahme von Wörterbüchern zu verstehen.

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp
ENGC1-W-56	Pflichtmodul mit 6 Credits (3 + 3)
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5 und 6	2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul ist die Fortführung und Vertiefung des Moduls Wirtschaftsenglisch Niveaustufe B 2 und bildet die Voraussetzung für das Wahlpflichtmodul Internationales Marketing (6. Semester). Die vertiefte Sprachausbildung in Wirtschaftsenglisch schafft zudem die Möglichkeit für ein Auslandssemester.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsenglisch – Niveaustufe B2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching)

### Lerninhalte

#### Topics

- Meetings (types of meetings, the language of meetings, discussion techniques, taking the minutes etc.)
- Sales and negotiations (sales processes, terms and conditions of sale, negotiation techniques etc.)
- Marketing and advertising (market structure and competition, marketing mix, promotional tools and strategies, brands etc.)
- Economics and ecology
- International Trade (fairs and exhibitions, participation in International Conferences, Incoterms, International shipping documents etc.)

#### Skills:

- Oral and written reports
- Reminders and complaints
- Negotiating
- Understanding legal documents
- Giving presentations

**Grammar:**

- review of relevant grammar topics

**Lernergebnisse**

**Wissen und Verstehen**

Wissensverbreiterung

Anliegen des Kurses ist die fachspezifische Erweiterung der im ersten Modul erworbenen englischsprachigen Fähigkeiten und Fertigkeiten.

Wissensvertiefung

Auf der Grundlage branchenspezifischer Themen werden die Kenntnisse in allen Bereichen der Sprache (Lexik, Grammatik, Ausdruck etc.) vertieft und perfektioniert und die Studierenden in die Lage versetzt, ein breites Repertoire an Diskursmitteln flexibel und effektiv einzusetzen.

**Können**

Instrumentale Kompetenz

Das Modul konzentriert sich auf die Entwicklung von Sprachkompetenzen in den Bereichen ‚Advanced Business English‘ und ‚English for Specific Purposes‘. Es werden im Kurs Situationen geübt, in denen es darum geht, Probleme klar darzulegen und Lösungen auszuhandeln (z.B. Verhandlungen) sowie komplexe Fachthemen gut strukturiert und klar vorzutragen und aufgeworfene Fragen flüssig und kompetent zu beantworten (Präsentationen).

Systemische Kompetenz

Auf der Grundlage von englischsprachigen Fachtexten und ausgewählter Spezialliteratur werden die Studierenden befähigt, komplexe Fachinformationen und Vertragsdokumente zu verstehen und sich dazu mit anderen in englischer Sprache auszutauschen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Kurses in der Lage, sich zu den behandelten Themen mühelos und fließend in der englischen Sprache auszudrücken und bei Wortschatzlücken problemlos Umschreibungen zu gebrauchen, Inhalt und Form der Aussage der Situation und dem Kommunikationspartner anzupassen und ihre Fachliteratur unter gelegentlicher Zuhilfenahme von Wörterbüchern zu verstehen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	5. Semester	6. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Übung	52	52	<b>104</b>
Prüfungsleistung	2	1	<b>3</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	14	22	<b>36</b>
Selbststudium (Praxisphase)	12	0	<b>12</b>
Prüfungsvorbereitung	10	15	<b>25</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>180</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende 6. Theoriephase	50%

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Englisch

### Angebotsfrequenz

jährlich (beginnend im Wintersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

### Literatur

#### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Ashford, Stephanie: Business Proficiency, Klett, aktuelle Auflage.
- Mascull, Bill: Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press, aktuelle Auflage.
- Einsprachige und zweisprachige Wörterbücher (z.B. Longman Dictionary of Contemporary English, Collins German Dictionary / Deutsch-Englisch / Englisch-Deutsch).

#### **Vertiefende Literatur**

- MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Cambridge University Press, aktuelle Auflage.
- Harding, Keith: Going International: Oxford University Press, aktuelle Auflage.
- Alexander, Louis G.: Longman English Grammar Practice. Self-Study Edition with Key, Longman, aktuelle Auflage.
- Business Spotlight.
- Artikel aus Fachzeitschriften / Internet.

## **B. Wahlpflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>1. Zweite Fremdsprache (1)</b>	<b>Seite</b>
Spanisch Niveaustufe A1	84
Russisch Niveaustufe A1	87
Spanisch Niveaustufe A2	90
Russisch Niveaustufe A2	93
Spanisch Niveaustufe B1	96
Russisch Niveaustufe B1	99

## Spanisch Niveaustufe A1

Das Modul macht die Studierenden mit den Grundlagen der zu unterrichtenden Sprache (Spanisch oder Russisch) vertraut und befähigt sie, sich in einfachen, strukturierten Alltagssituationen mit einem elementaren Spektrum sprachlicher Mittel schriftlich und mündlich äußern zu können.

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
SPAA1-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt das Basiswissen A 1 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe A 2 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Themen

- Ausspracheregeln, Alphabet, Betonung
- Begrüßung / Vorstellung (Beruf / Studium, Familie, Wohnen etc.)
- Tagesablauf (Uhrzeiten, Wochentage, Tätigkeiten etc.)
- Freizeitgestaltung (Hobby, Uhrzeiten, Café, Einkauf etc.)
- Gesundheit (Körperteile, Arztbesuch, Krankheiten etc.)
- Reisen (Verkehrsmittel, Hotel, Orientierung in der Stadt etc.)
- Beschreibungen (Ereignisse der Vergangenheit, Reisebeschreibungen etc.)

#### Grammatik

- Satzbildung
- Konjugation / Deklination
- Regelmäßige und unregelmäßige Verben
- Zeitformen
- Aktiv / Passiv
- Fragebildung

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Grundlagen der zu unterrichtenden Fremdsprache. Sie verfügen über ein einfaches Repertoire an alltagstypischen Wörtern und Redewendungen sowie einfachen grammatischen Strukturen und Satzmuster.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind durch einfache Übungen zur Entwicklung von rezeptiven (Hör- und Leseverstehen) und produktiven (Sprechen und Schreiben) Sprachtätigkeiten befähigt, elementare soziale Kontakte herzustellen, indem sie alltägliche Höflichkeitsformeln zur Begrüßung und Verabschiedung verstehen und benutzen können, sich auf einfache Art zu bekannten Themen mündlich und schriftlich äußern können und den Inhalt kurzer, einfacher Texte verstehen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der zu vermittelnden Sprache vertraut. Darüber hinaus werden sie dazu befähigt, Alltagssituationen in der Fremdsprache zu bewältigen, Sachinformationen zu verstehen und weiterzugeben sowie sich relativ leicht in strukturierten Situationen verständigen zu können.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verfügen über einen ausreichenden Wortschatz und Strukturkenntnisse der Sprache, um die wesentlichen Sprachfunktionen (Informationen austauschen, Bitten vorbringen, Meinungen ausdrücken etc.) mündlich und schriftlich ausführen und auf sie reagieren zu können, alltägliche Situationen (Arztbesuch, Hotelbuchung etc.) ohne große Mühe sprachlich meistern zu können und unbekannte Lexik aus dem Kontext zu erschließen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch



## Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

## Literatur

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Görrissen, Margarita; Häuptle-Barceló, Marianne; Sanchez Benito, Juana: Caminos plus; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch, Langenscheidt, aktuelle Auflage.

### ***Vertiefende Literatur***

- Lourdes, Miquel; Sans, Neus: Vacaciones al sol, Ernst Klett Verlag, Stuttgart, 2004.
- Suris, Jordi: La chica del tren; Ernst Klett Verlag, Stuttgart, 1999.
- Halm, Wolfgang: Modernes Spanisch, Hueber Verlag GmbH & Co. KG, Ismaning, 2001.
- ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.

## Russisch Niveaustufe A1

Das Modul macht die Studierenden mit den Grundlagen der zu unterrichtenden Sprache (Spanisch oder Russisch) vertraut und befähigt sie, sich in einfachen, strukturierten Alltagssituationen mit einem elementaren Spektrum sprachlicher Mittel schriftlich und mündlich äußern zu können.

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
RUSA1-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt das Basiswissen A 1 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe A 2 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Themen

- Ausspracheregeln, Alphabet, Betonung
- Begrüßung / Vorstellung (Beruf / Studium, Familie, Wohnen etc.)
- Tagesablauf (Uhrzeiten, Wochentage, Tätigkeiten etc.)
- Freizeitgestaltung (Hobby, Uhrzeiten, Café, Einkauf etc.)
- Gesundheit (Körperteile, Arztbesuch, Krankheiten etc.)
- Reisen (Verkehrsmittel, Hotel, Orientierung in der Stadt etc.)
- Beschreibungen (Ereignisse der Vergangenheit, Reisebeschreibungen etc.)

#### Grammatik

- Satzbildung
- Konjugation / Deklination
- Regelmäßige und unregelmäßige Verben
- Zeitformen
- Aktiv / Passiv
- Fragebildung

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Grundlagen der zu unterrichtenden Fremdsprache. Sie verfügen über ein einfaches Repertoire an alltagstypischen Wörtern und Redewendungen sowie einfachen grammatischen Strukturen und Satzmuster.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind durch einfache Übungen zur Entwicklung von rezeptiven (Hör- und Leseverstehen) und produktiven (Sprechen und Schreiben) Sprachtätigkeiten befähigt, elementare soziale Kontakte herzustellen, indem sie alltägliche Höflichkeitsformeln zur Begrüßung und Verabschiedung verstehen und benutzen können, sich auf einfache Art zu bekannten Themen mündlich und schriftlich äußern können und den Inhalt kurzer, einfacher Texte verstehen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der zu vermittelnden Sprache vertraut. Darüber hinaus werden sie dazu befähigt, Alltagssituationen in der Fremdsprache zu bewältigen, Sachinformationen zu verstehen und weiterzugeben sowie sich relativ leicht in strukturierten Situationen verständigen zu können.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verfügen über einen ausreichenden Wortschatz und Strukturkenntnisse der Sprache, um die wesentlichen Sprachfunktionen (Informationen austauschen, Bitten vorbringen, Meinungen ausdrücken etc.) mündlich und schriftlich ausführen und auf sie reagieren zu können, alltägliche Situationen (Arztbesuch, Hotelbuchung etc.) ohne große Mühe sprachlich meistern zu können und unbekannte Lexik aus dem Kontext zu erschließen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch

## Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

## Literatur

### *Basisliteratur* (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- MOST A1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.

### *Vertiefende Literatur*

- MOST Grammatikübungsbuch und Online Software.
- MOST Vokabeltrainer.

## Spanisch Niveaustufe A2

*Aufbauend auf bereits vor Beginn des Studiums erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten auf der Niveaustufe A1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (Spanisch oder Russisch) werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
SPAA2-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt die Niveaustufe A 2 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe B 1 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Spanisch Niveaustufe A1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching) in der jeweiligen Fremdsprache

### Lerninhalte

#### Themen

- Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Produktionsabläufe im Unternehmen
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv etc.)
- Adjektiv / Adverb
- Pronomen
- Gerundium

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern bereits vorhandene Grundkenntnisse in ausgewählten Kommunikationssituationen. Darüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allgemeinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und trainieren diese.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

zu unterrichtende Fremdsprache

## Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

## Literatur

### *Basisliteratur* (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Görrissen, Margarita; Häuptle-Barceló, Marianne; Sanchez Benito, Juana: Caminos plus, Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch.
- Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernerwörterbuch Spanisch, Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.

### *Vertiefende Literatur*

- Steinitz, René; Beitscher, Gina: Teoría y práctica del español comercial, Hueber Verlag, Ismaning, 2004.
- Hernandez de Escobar, Raquel: La herencia, Ernst Klett Verlag, Stuttgart, 1986.
- ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.

## Russisch Niveaustufe A2

*Aufbauend auf bereits vor Beginn des Studiums erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten auf der Niveaustufe A1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (Spanisch oder Russisch) werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
RUSA2-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt die Niveaustufe A 2 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe B 1 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Russisch Niveaustufe A1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching) in der jeweiligen Fremdsprache

### Lerninhalte

#### Themen

- Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Produktionsabläufe im Unternehmen
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv etc.)
- Adjektiv / Adverb
- Pronomen
- Gerundium



## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern bereits vorhandene Grundkenntnisse in ausgewählten Kommunikationssituationen. Darüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allgemeinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und trainieren diese.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

zu unterrichtende Fremdsprache

## Angebotsfrequenz

jährlich (Wintersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

## Literatur

### *Basisliteratur* (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- MOST A2 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.

### *Vertiefende Literatur*

- MOST Grammatikübungsbuch und Online Software.
- MOST Vokabeltrainer.

## Spanisch Niveaustufe B1

*Aufbauend auf dem Abitur bzw. der Stufe A2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (Spanisch oder Russisch) zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
SPAB1-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt die Niveaustufe B 1 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe B 2 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Abitur mit Grund- oder Leistungskurs Spanisch bzw. Spanisch Stufe A2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching)

### Lerninhalte

#### Themen

- Eine Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf etc.)
- mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation etc.)
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse etc.)
- Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen etc.)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten alltagssprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

## **Unterrichtssprache**

Zu unterrichtende Fremdsprache

## **Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

## **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

## **Literatur**

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Milagros Iglesias, N.: La correspondencia commercial, aktuelle Auflage.
- Eurolingua Espanol 2. Kursbuch, mit Vocabulario, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch.
- Langenscheidt: Diccionario de Español para Extranjeros, Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.

### ***Vertiefende Literatur***

- Steinitz, René; Breitscher, Gina: Teoría y practica del español comercial. Theorie und Praxis der spanischen Handelssprache, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.

## Russisch Niveaustufe B1

*Aufbauend auf dem Abitur bzw. der Stufe A2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (Spanisch oder Russisch) zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
RUSB1-W-50	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Semester 5	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vermittelt die Niveaustufe B 1 in der zweiten Fremdsprache und wird mit dem entsprechenden Anschlussmodul mit der Niveaustufe B 2 im 6. Semester fortgeführt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Abitur mit Grund- oder Leistungskurs Russisch bzw. Russisch Stufe A2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (CEF – A Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching)

### Lerninhalte

#### Themen

- Eine Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf etc.)
- mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation etc.)
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse etc.)
- Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen etc.)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten alltagssprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	64
Prüfungsvorbereitung	10
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: u.schloderer@ba-breitenbrunn.de

### **Unterrichtssprache**

Zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- MOST B1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Loos, Harald: Business – Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft.
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.

#### ***Vertiefende Literatur***

- MOST Grammatikübungsbuch und Online Software.
- MOST Vokabeltrainer.



## **B. Wahlpflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>2. Zweite Fremdsprache (2)</b>	<b>Seite</b>
Spanisch Niveaustufe A2	103
Russisch Niveaustufe A2	106
Spanisch Niveaustufe B1	109
Russisch Niveaustufe B1	112
Spanisch Niveaustufe B2	115
Russisch Niveaustufe B2	118

## Spanisch Niveaustufe A2

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
SPAA2-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe A 1 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe A 2 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe A1.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Spanisch Niveaustufe A1 / SPAA1-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Produktionsabläufe im Unternehmen
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv etc.)
- Adjektiv / Adverb
- Pronomen
- Gerundium

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1‘ erworbenen Grundkenntnissen ihre Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen. Da-rüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allgemeinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und trainieren diese.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: u.schloderer@ba-breitenbrunn.de

### **Unterrichtssprache**

zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Görrissen, Margarita; Häuptle-Barceló, Marianne; Sanchez Benito, Juana: Caminos plus, Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch.
- Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernerwörterbuch Spanisch. Langenscheidt, aktuelle Auflage.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Steinitz, René; Beitscher, Gina: Teoría y práctica del español comercial, Hueber Verlag, aktuelle Auflage.
- ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.

## Russisch Niveaustufe A2

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
RUSA2-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe A 1 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe A 2 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe A1.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Russisch Niveaustufe A1 / RUSA1-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Produktionsabläufe im Unternehmen
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv etc.)
- Adjektiv / Adverb
- Pronomen
- Gerundium

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1‘ erworbenen Grundkenntnissen ihre Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen. Da-rüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allgemeinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und trainieren diese.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: u.schloderer@ba-breitenbrunn.de

### **Unterrichtssprache**

zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- MOST A2 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.

#### ***Vertiefende Literatur***

- MOST Grammatikübungsbuch und Online Software.
- MOST Vokabeltrainer.

## Spanisch Niveaustufe B1

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
SPAB1-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe A 2 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe B 1 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe A 2.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Spanisch Niveaustufe A2 / SPAA2-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Eine Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf etc.)
- mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation etc.)
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse etc.)
- Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen etc.)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen



## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten alltagssprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

## Modulverantwortlicher

### **Unterrichtssprache**

Zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Milagros Iglesias, N.: La correspondencia comercial, aktuelle Auflage.
- Eurolingua Espanol 2. Kursbuch, mit Vocabulario, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch.
- Langenscheidt: Diccionario de Español para Extranjeros, Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Steinitz, René; Breitscher, Gina: Teoría y practica del español comercial. Theorie und Praxis der spanischen Handelssprache, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.

## Russisch Niveaustufe B1

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
RUSB1-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe A 2 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe B 1 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe A 2.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Russisch Niveaustufe A2 / RUSA2-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Eine Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf etc.)
- mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche etc.)
- Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen etc.)
- Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation etc.)
- Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.)
- Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse etc.)
- Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen etc.)

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten alltagssprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

## Modulverantwortlicher

### **Unterrichtssprache**

Zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Wintersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- MOST B1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.
- Loos, Harald: Business – Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.

#### ***Vertiefende Literatur***

- MOST Grammatikübungsbuch und Online Software.
- MOST Vokabeltrainer.

## Spanisch Niveaustufe B2

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der Wirtschaftssprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, sich an Fachgesprächen effektiv zu beteiligen und unter Zuhilfenahme eines hinreichend breiten Spektrums an sprachlichen Mitteln schriftlich zu fachspezifischen Sachverhalten zu äußern.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
SPAB2-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe B 1 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe B 2 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe B 1.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Spanisch Niveaustufe B1 / SPAB1-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Internationaler Handel (Messen und Ausstellungen, Dienstreisen, Incoterms etc.)
- Marketing (Marketing Mix, Werbemittel, Zielgruppen etc.)
- Verhandlungen
- Wirtschaft und Umwelt
- Präsentationen zu Fachthemen

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1‘ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten über sprachliche Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen und -bereichen des Geschäftslebens.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein hinreichend breites Spektrum an sprachlichen Mitteln, welches sie befähigt, sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern. Sie können Vorträge, Fachtexte und graphische Darstellungen zusammenfassen sowie auswerten.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu ausgewählten Wirtschaftsthemen ausdrücken und dabei ein breites Spektrum der vier Sprachtätigkeiten Hör- und Leseverstehen sowie Sprechen und Schreiben flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein breites Vokabular der Fachsprache und besitzen tiefere Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden werden mit einem hinreichend breiten Spektrum an sprachlichen Mitteln vertraut gemacht, welches sie befähigt, Werbetexte selbstständig in der Fremdsprache zu verfassen und sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind befähigt, sich zu verschiedenen Themen detailliert äußern zu können, in Gesprächen unter Verwendung geeigneter sprachlicher Mittel das Wort zu ergreifen und sich mit eigenen Beiträgen effektiv an Gruppendiskussionen zu beteiligen. Sie können Präsentationen zu ausgewählten Themen erstellen und Fachtexte und graphische Darstellungen mit ihren Sprachkenntnissen erläutern sowie interpretieren.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
EvL semesterbegleitend	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: u.schloderer@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

zu unterrichtende Fremdsprache

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Multimediales Sprachlabor, Skript

### Literatur

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

#### **Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Bommel, Antoon van; Esch, Cees J. M. van: Puerta abierta: Spanisch für Geschäft, Handel und Reise, Ernst Klett Verlag, Stuttgart, aktuelle Auflage.
- Malinowski, Heike; Pellicer Palacin, Maria R: Eurolingua Espanol 2, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.
- Malinowski, Heike; Pellicer Palacin, Maria R: Eurolingua Espanol 3, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.
- Wörterbuch Spanisch-Deutsch / Deutsch-Spanisch
- Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernerwörterbuch Spanisch. Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Steinitz, René; Beitscher, Gina: Teoría y practica del español commercial, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.
- Zeitschriften / Fachzeitschriften.



## Russisch Niveaustufe B2

*Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der Wirtschaftssprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, sich an Fachgesprächen effektiv zu beteiligen und unter Zuhilfenahme eines hinreichend breiten Spektrums an sprachlichen Mitteln schriftlich zu fachspezifischen Sachverhalten zu äußern.*

**Der Kurs entspricht der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.**

Modulcode	Modultyp und Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
RUSB2-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul baut auf das im 5. Semester gelehrt Modul der Niveaustufe B 1 auf und vertieft die Sprachkenntnisse. Das Modul Niveaustufe B 2 ist die systemische Fortführung der Niveaustufe B 1.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Russisch Niveaustufe B1 / RUSB1-W-50

### Lerninhalte

#### Themen

- Internationaler Handel (Messen und Ausstellungen, Dienstreisen, Incoterms etc.)
- Marketing (Marketing Mix, Werbemittel, Zielgruppen etc.)
- Verhandlungen
- Wirtschaft und Umwelt
- Präsentationen zu Fachthemen

#### Grammatik

- Wiederholung relevanter Grammatikthemen

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1‘ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten über sprachliche Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen und -bereichen des Geschäftslebens.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein hinreichend breites Spektrum an sprachlichen Mitteln, welches sie befähigt, sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern. Sie können Vorträge, Fachtexte und graphische Darstellungen zusammenfassen sowie auswerten.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können sich zu ausgewählten Wirtschaftsthemen ausdrücken und dabei ein breites Spektrum der vier Sprachtätigkeiten Hör- und Leseverstehen sowie Sprechen und Schreiben flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein breites Vokabular der Fachsprache und besitzen tiefere Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden werden mit einem hinreichend breiten Spektrum an sprachlichen Mitteln vertraut gemacht, welches sie befähigt, Werbetexte selbstständig in der Fremdsprache zu verfassen und sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind befähigt, sich zu verschiedenen Themen detailliert äußern zu können, in Gesprächen unter Verwendung geeigneter sprachlicher Mittel das Wort zu ergreifen und sich mit eigenen Beiträgen effektiv an Gruppendiskussionen zu beteiligen. Sie können Präsentationen zu ausgewählten Themen erstellen und Fachtexte und graphische Darstellungen mit ihren Sprachkenntnissen erläutern sowie interpretieren.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Übung	74
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
EvL semesterbegleitend	58
Prüfungsvorbereitung	16
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	90	--	Ende Theoriephase	50%
Mündliche Prüfung	20-25	--	Ende Theoriephase	50%

### **Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Ute Schloderer

E-Mail: [u.schloderer@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schloderer@ba-breitenbrunn.de)

### **Unterrichtssprache**

zu unterrichtende Fremdsprache

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Multimediales Sprachlabor, Skript

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

**Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab; Literaturbeispiele:**

- Loos, Harald: Business – Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft.
- Wörterbuch Russisch-Deutsch / Deutsch-Russisch.
- Einsprachiges Wörterbuch Russisch.

#### ***Vertiefende Literatur***

- Saprykina / Pribyl: Wirtschaftsrussisch, Verlag Oldenbourg, aktuelle Auflage.
- Zeitschriften / Fachzeitschriften.

## **B. Wahlpflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>3. Fachrichtungsvertiefung (FR1&amp;FR2)</b>	<b>Seite</b>
Destinationsmanagement	122
Eventmanagement	126
Reiseveranstalter- und Vertriebsmanagement	130
Hotelmanagement	135
Management im Gesundheitstourismus / SPA	140

## Destinationsmanagement

*Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen, Elemente und Strukturen touristischer Destinationen und deren Gestaltung durch das Destinationsmanagement. Gleichzeitig findet eine Verknüpfung von betriebswirtschaftlich-organisatorischen und destinationsspezifischen Themen statt. Vermittelt wird die Anwendung des komplexen betriebswirtschaftlichen Wissens auf konkrete Destinationsarten unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsquellen, der Serviceketten und der Qualitätssicherung.*

### Modulcode

DESTI-T-45

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul / Wahlpflichtmodul mit 7 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4 und 5

### Dauer

2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul spezifiziert die vorangegangenen Module der ABWL und der TBWL (insbesondere Einführung TBWL / Verkehrsträger, Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus sowie Tourismusmarketing / E-Business) auf die konkreten Erfordernisse des Marktes, der Leistungsanbieter und deren Produkte im Bereich Destinationsmanagement.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Tourismuspolitik und nachhaltiger Tourismus / TPOLI-T-20
- Tourismusmarketing und E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### Grundbegriffe und weitere Grundlagen des Destinationsmanagements

- Merkmale einer Destination
- Anforderungen an und Bewertungskriterien für Destinationen
- Notwendigkeit eines Destinationsmanagements
- Tourismusorganisationen und ihre Organisationsformen
- Finanzierungsquellen des Destinationsmanagements
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede des Managements von Unternehmen und von Destinationen
- Entwicklung und Profilierung von Destinationen

#### Destinationsarten

- Tourismusort und Tourismusregion
- Land als Destination
- Tourismus in Schutzgebieten
- Ferienstraßen
- Temporäre Destinationen

### **Funktionen des Destinationsmanagements (I):**

- Produktpolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Marketing-Mix in der Destination

### **Funktionen des Destinationsmanagements (II):**

- Planung und strategische Steuerung
- Produktmanagement
- Innenmarketing
- Interessenvertretung

### **Management der Produkt- und Servicequalität für Destinationen**

- Qualitätsmanagement
- Beschwerdemanagement

### **Strategische Herausforderungen für das Destinationsmanagement**

- Destinationsmanagement und ökologische Herausforderungen
- Destinationsmanagement und demografischer Wandel
- Destinationsmanagement und sozioökonomische Problemstellungen

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihr Wissen um die Begrifflichkeiten der Destinationswissenschaft und lernen den spezifischen Betrachtungswinkel des Destinationsmanagements auf die Tourismuswirtschaft kennen. Sie erkennen den komplexen und vielschichtigen Charakter der Aufgaben des Destinationsmanagers.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, sich in der breitgefächerten Fachliteratur zum Destinationsmanagement zu orientieren, unterschiedliche fachliche Sichtweisen der Autoren zu erkennen und zu bewerten sowie eigene Positionen dazu zu entwickeln. Das tiefgründige Eindringen in die Funktionen des Destinationsmanagements ermöglicht den Studenten das Erkennen der komplizierten Wechselwirkungen und damit dieses Management-Gesamt-Systems.

## **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, mittels geeigneter Analysemethoden die Art und den Charakter einer Destination zu erkennen. Sie können ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse mit den Abläufen des Destinationsmanagements verknüpfen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können unter Zuhilfenahme relevanter Quellen Praxisbeispiele analysieren und bewerten sowie komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge im Unternehmen erkennen. Sie sind in der Lage, dabei Kennzahlen und Statistiken auszuwerten, ihren eigenen Kenntnisstand weiterzuentwickeln und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Außerdem können sie Managementaufgaben formulieren, die sowohl organisatorischen, betriebswirtschaftlichen als auch personenbezogenen Anforderungen gerecht werden. Sie verfügen über Methodenkompetenz, die sie befähigt, fachspezifische Projekte mitwirkend oder eigenverantwortlich zu gestalten. Außerdem sind die Studierenden in der Lage, den Vergleich und die marktgerechte Positionierung Kriterien zu formulieren und gezielt anzuwenden.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen Kommunikationsformen und -ebenen in einer Destination – als entscheidenden Erfolgsfaktor – situationsbezogen anzuwenden. Sie können gezielt

an der Kommunikation zwischen den Akteuren und den Gästen einer Destination teilnehmen. Die Studierenden können ihr Wissen im fachbezogenen Erfahrungs- und Meinungsaustausch innerhalb der Destination sowie zu Leistungs- und Kooperationspartnern einbringen. Sie sind befähigt, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	4. Semester	5. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	30	24	<b>54</b>
Seminar	36	20	<b>56</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	54	24	<b>78</b>
Prüfungsvorbereitung	20	0	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>210</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Harald Kunze

E-Mail: [h.kunze@ba-breitenbrunn.de](mailto:h.kunze@ba-breitenbrunn.de)

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

--

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Bieger, Thomas; Beritelli, Pietro: Management von Destinationen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 8. Auflage, 2012.
- Bieger, Thomas: Tourismuslehre – Ein Grundriss, UTB für Wissenschaft, Stuttgart, 3. Auflage, 2010.
- Eisenstein, Bernd: Grundlagen des Destinationsmanagements, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2010.
- Luft, Hartmut: Destination Management in Theorie und Praxis. Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Gmeiner-Verlag, Meßkirch, 2007.
- Wiesner, Knut: Strategisches Destinationsmanagement, Gmeiner-Verlag, Meßkirch, 2008.
- Mundt, Jörn W.: Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 4. Auflage, 2013.
- Fuchs, Wolfgang; Mundt, Jörn W.; Zollondz, Hans Dieter: Lexikon Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2008.
- Schroeder, Günter: Das Tourismus Lexikon von Travel Talk. 5000 Fachbegriffe aus der Touristik verständlich erklärt, Tourcon Verlag, Niedecken, 5. Auflage, 2007.
- Linkenbach: Innenmarketing im Tourismus. Ein Leitfaden für die Praxis, KSB-Media, Gerlingen, 2. Auflage, 2009.

### *Vertiefende Literatur*

- Fischer, Elisabeth: Das kompetenzorientierte Management der touristischen Destination, Gabler Verlag, Wiesbaden 2009.
- Becher, Manuel: Entwicklung eines Kennzahlensystems zur Vermarktung touristischer Destinationen, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2007.
- Papatheodorou, Andreas: Managing Tourism Destinations, Edgar Elgar Ltd, Cheltenham, 2006.
- World Tourism Organization: A Practical Guide to Destination Management, 2007.
- Die fww, Verlag Dieter Niedecken GmbH, Hamburg.



## Eventmanagement

*Das Modul vermittelt vertiefendes Fachwissen und praxisorientierte Managementkenntnisse zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Eventprojekten bzw. zur Führung von Unternehmen in der Eventbranche. Im Mittelpunkt steht die problemorientierte Anwendung des komplexen betriebswirtschaftlichen Wissens auf die Planung, Organisation, Durchführung, Finanzierung, technische Durchführung und Steuerung von Veranstaltungen bzw. von in der Eventbranche wirtschaftlich tätigen Unternehmen.*

### Modulcode

EVENT-T-45

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul / Wahlpflichtmodul mit 7 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4 und 5

### Dauer

2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul spezifiziert die vorangegangenen Module der ABWL und der TBWL (insbesondere Einführung TBWL / Verkehrsträger, Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus sowie Tourismusmarketing / E-Business) auf die konkreten Erfordernisse des Marktes, der Leistungsanbieter und deren Produkte im Bereich Eventmanagement.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Tourismuspolitik und nachhaltiger Tourismus / TPOLI-T-20
- Tourismusmarketing und E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### Eventmarkt

- Grundbegriffe: Veranstaltung, Event, Marketingevent, Incentive
- Struktur und Akteure des Eventmarktes
- Typologie und Systematisierung von Events

#### Eventmarketing

- Entwicklung und Bedeutung von Marketingevents und Eventmarketing
- Einordnung von Eventmarketing in den Marketing- und Kommunikationsmix
- Marketing-Events und Kundenbindung
- Integriertes Eventmarketing
- Marketing-Events und Markenbildung
- Strategisches Eventmarketing
- Marktforschung und Marktsegmentierung
- Konzept- und Produktentwicklung
- Preispolitik und Budgetierung
- Sponsoring, Fund Raising, Merchandising
- Yield Management
- Vertrieb und Kommunikationspolitik
- Eventcontrolling

### **Eventrecht**

- Verträge (Mietverträge, Besuchervertrag, Konzessionsverträge und GEMA-Gebühren, Urheberrechte, Verträge mit Ausführenden)
- Versicherungen
- Musterversammlungsstätten-VO
- Steuerrecht / Markenrecht
- Sicherheit
- Genehmigungen

### **Management ausgewählter Veranstaltungsarten**

- Tagungen und Kongresse
- Messen, Ausstellungen
- Kulturveranstaltungen
- Sportveranstaltungen
- Veranstaltungen der Politik

### **Eventtechnik**

- Informationstechnologien, branchenspezifische Software
- Tagungs-, Kongress- und Medientechnik
- Messebau und -technik
- Veranstaltungsaufbauten
- Beleuchtungstechnik
- Effekttechnik

### **Fallbeispiel** (Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung am konkreten Beispiel)

- Auswahl Location
- Rechtliche und versicherungsspezifische Aspekte
- Terminplanung
- Genehmigungen
- Programmplanung
- Ermittlung Bedarf (Räume, Technik, Standaufbau und Ausstattung, Personal, Künstler, Catering, Transport, Dekorationen, Sicherheit)
- Finanzplanung
- Notfallmanagement
- Aufbauorganisation
- Projektstrukturplan
- Ablauforganisation
- Teilnehmermanagement
- Auftragsvergabe Fremdleistungen
- Personalplanung
- Marketing

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden besitzen die Fähigkeiten, Konzepte für Veranstaltungen und Veranstaltungsbeteiligungen als Grundlage für die Planung und Durchführung erfolgreicher Projekte zu entwickeln.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden aktualisieren und vertiefen ständig ihr spezielles Wissen zur Entwicklung von Angebot und Nachfrage auf dem Eventmarkt national und international. Durch die Wissenserweiterung und Wissensvertiefung sind sie in der Lage, Grundkenntnisse der Fachliteratur mit aktuellen Forschungsergebnissen projektbezogen und problemorientiert zu verknüpfen.

## Können

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ihr spezielles und vernetztes Fachwissen auf Tätigkeiten im Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftlich relevante Problemstellungen zu erkennen, zu analysieren und aus dem Verständnis von komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen heraus Lösungsansätze zur Planung und Optimierung von Veranstaltungen zu erarbeiten, zu formulieren und managementseitig in Handlungskompetenz umzusetzen.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Informationen aus der Fachliteratur mit aktuellen Forschungsergebnissen projektbezogen und problemorientiert verknüpfen und auf diesem Wege komplexe Zusammenhänge des Eventmanagements erkennen, bewerten und umsetzen. Sie verfügen über ein hohes Maß an organisatorischen Fähigkeiten, die sie in die Lage versetzen, bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen mitzuwirken.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen im fachbezogenen Erfahrungs- und Meinungsaustausch zu Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden des Unternehmens sowie in Fachgremien einbringen. Sie sind in der Lage, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	4. Semester	5. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	30	24	<b>54</b>
Seminar	36	20	<b>56</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	54	24	<b>78</b>
Prüfungsvorbereitung	0	20	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>	<b>90</b>	<b>210</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	--

## Modulverantwortlicher

Michaela Ziegenbalg

m.ziegenbalg@ba-breitenbrunn.de

## Unterrichtssprache

Deutsch

## Angebotsfrequenz

Jährlich

## Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte, Notebook, Taschenrechner

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Nickel, Oliver: Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele, Verlag Vahlen, München, 2. Auflage, 2007.
- Schmitt, Irmtraut: Praxishandbuch Eventmanagement. Das A – Z der perfekten Veranstaltungsorganisation – Mit zahlreichen Checklisten und Mustervorlagen, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2. Auflage, 2006.

### *Vertiefende Literatur*

- Kinnebrock, Wolfgang: Integriertes Event-Marketing – Vom Marketing-Erleben zum Erlebnis-Marketing, Gabler Verlag, Wiesbaden, 1993.
- Zanger, Cornelia: Eventmarketing, Verlag Lucius & Lucius, Stuttgart, 2006.
- Holzbaur, Ulrich; Jettinger, Edwin; Knauss, Bernhardt; Moser, Ralf; Zeller, Markus: Eventmanagement – Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Springer-Verlag, Heidelberg, 4. Auflage, 2010.
- Schäfer-Mehdi, Stephan: Event-Marketing. Kommunikationsstrategie – Konzeption und Umsetzung – Dramaturgie und Inszenierung, Cornelson-Verlag, Berlin, 4. Auflage, 2012.

## Reiseveranstalter- und Vertriebsmanagement

*Gegenstand des Moduls sind die Geschäftssysteme von Reiseveranstaltern und Reisebüros sowie die verschiedenen Möglichkeiten der Strukturierung der Managementbereiche. Gleichzeitig findet eine Verknüpfung von betriebswirtschaftlich-organisatorischen sowie reiseveranstaltungs- und vertriebsspezifischen Themen statt. Gleichzeitig werden Grundkenntnisse des Reiserechts vermittelt.*

*Dazu gehört auch spezifisches Wissen über den Vertrieb touristischer Leistungen in den Bereichen Leisure Travel und Travel Technology zwischen dem Leistungsträger, dem Reiseveranstalter und den verschiedenen stationären und virtuellen Vertriebswegen und die problemorientierte Anwendung des komplexen betriebswirtschaftlichen Wissens auf das Management von Reisebüros mit den Schwerpunkten Qualitätsmanagement, Reiserecht und Controlling. Weiterhin werden der Markt der Geschäftsreisen sowie der gesamte Managementprozess im Bereich Business Travel dargestellt.*

### Modulcode

RVURM-T-45

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul / Wahlpflichtmodul mit 7 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4 und 5

### Dauer

2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul spezifiziert die vorangegangenen Module der ABWL und der TBWL (insbesondere Einführung TBWL / Verkehrsträger, Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus sowie Tourismusmarketing / E-Business) auf die konkreten Erfordernisse des Marktes, der Leistungsanbieter und deren Produkte im Bereich Reiseveranstalter- und Vertriebsmanagement.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Einführung TBWL / Verkehrsträger / ETBWL-T-10
- Tourismusmarketing / E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### Grundlagen des Reiseveranstalter-Managements

- Normatives, strategisches und operatives Management
- Profitcenter-Struktur und Quellmarkt-Struktur
- Die technologischen Kernprozesse der Reiseveranstalter
- Yield-Management bei Reiseveranstaltern
- Vertriebskanalmanagement

#### Arten der Reiseveranstalter

- Die integrierten Touristikkonzerne TUI Travel plc und Thomas Cook plc,
- Der teilintegrierte Konzern DER-Touristik
- Mittelständische Reiseveranstalter
- Sonderformen von Reiseveranstaltern: Paketer, Direkt-RV, Incentive-RV, Inbound-Operators

#### Neue Tendenzen der Produktpolitik

- Dynamic Packaging
- Produkt-Broadening und -Deepening

### **Kommunikationspolitik der Reiseveranstalter**

- Werbung, Verkaufsförderung
- Event-Marketing
- Product Placement

### **Informationstechnologien der Reiseveranstalter und des stationären Vertriebs**

- Inhouse-Systeme der Reiseveranstalter
- Globale Distributions Systeme (GDS)
- Frontoffice-Systeme
- Midoffice-Systeme
- Backoffice-Systeme

### **Vertrieb Leisure Travel**

- Struktur des stationären Reisevertriebs in Deutschland
- Unternehmensgründung, Business-Plan Standort, Strategie und Organisation von Reisebüros
- Quality-Management im Reisebüro
- Controlling im Reisebüro
- Reisebüro-Benchmarking
- Reisebüro als Reiseveranstalter (Eigenveranstaltung)
- Internet als Vertriebsweg

### **Business Travel Management**

- Geschäftsreisemarkt in Deutschland
- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR)
- Wirtschaftliche Bedeutung von Geschäftsreisen deutscher Unternehmen
- Auswertung der jährlichen VDR-Analyse
- Interkulturelle Besonderheiten auf Geschäftsreisen

### **Management von Geschäftsreisen**

- Business Travel Manager
- Kostenstruktur
- Leistungskette / Geschäftsreise
- Normatives Management
- Strategisches Management
- Operatives Management

### **EG-Pauschalreiserichtlinie**

- Gegenstand, Grundbegriffe und wichtigste Abschnitte
- Pflicht zur Insolvenzschutzversicherung der Reiseveranstalter

### **Reisevertrag und Reiserecht**

- Inhalt, Rechte und Pflichten der Vertragspartner
- Reisemangel: Abhilfe und Selbstabhilfe
- Minderung des Reisepreises
- Kündigung wegen Reisemangels bzw. wegen höherer Gewalt
- Verschuldensabhängiger Schadensersatz
- Informationspflichten der Reiseveranstalter

## **Lernergebnisse**

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die wichtigsten deutschen Reisekonzerne und führende mittelständische Reiseveranstalter. Mit der Kenntnis der rechtlichen Grundlagen des deutschen Pauschalreiserechts können sie die Pflichten des Reisemittlers ableiten. Sie können auf der Basis ihres Wissens über Reiseveranstalter-Management die Wertigkeit und Bedeutung der verschiedenen Vertriebskanäle im Bereich Freizeitreisen einschätzen.

### Wissensvertiefung

Die Studierenden kennen die Geschäftsfeldpolitik der Touristikkonzerne und ausgewählter Spezialveranstalter und die technologischen Abläufe des modernen Reiseveranstalter-Managements, insbesondere die aktuellen Informationstechnologien. Sie besitzen einen Überblick über die aktuellen Beratungs- und Preisvergleichssysteme im Markt. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Vertriebswege und können darauf aufbauend einen optimalen Vertriebswege-Mix entwickeln. Sie kennen die wirtschaftliche und die interkulturelle Bedeutung von Geschäftsreisen als Investition eines Unternehmens im Kontext der Globalisierung.

## **Können**

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, das Fachwissen unter Berücksichtigung des sich ständig verändernden Reiseveranstaltermarktes auf konkrete Bedingungen im Unternehmen anzuwenden. Sie können ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse mit den ständig verändernden technischen und wirtschaftlichen Bedingungen verknüpfen und hinsichtlich der Erfordernisse im Reiseveranstalter- und Vertriebsmanagement kritisch bewerten. Die Studierenden können ihr spezielles und vernetztes Fachwissen zur Gründung und Betreibung eines stationären Reisebüros anwenden. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftlich relevante Problemstellungen für das Management von Reisen zu erkennen, zu analysieren und aus dem Verständnis von komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen heraus Lösungsansätze zu erarbeiten und zu formulieren. Sie erwerben Handlungskompetenz zur Verwaltung und Optimierung großer Reisekostenbudgets.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können unter Zuhilfenahme relevanter Quellen Praxisbeispiele analysieren und bewerten sowie komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge im Unternehmen erkennen. Sie sind in der Lage, dabei Kennzahlen und Statistiken auszuwerten, ihren eigenen Kenntnisstand weiterzuentwickeln und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Außerdem können sie Managementaufgaben formulieren, die sowohl organisatorischen, betriebswirtschaftlichen als auch personenbezogenen Anforderungen gerecht werden. Sie verfügen über Methodenkompetenz zur Entwicklung von Pauschalreisen sowie zur Evaluierung von Vertriebswegestrategien bei verschiedenen Reisearten. Außerdem sind die Studierenden in der Lage, für den Vergleich und die marktgerechte Positionierung Kriterien zu formulieren und gezielt anzuwenden. Darüber hinaus beherrschen die Studierenden die üblichen Buchungs- und Reservierungssysteme und sind in der Lage, Veränderung im Reisemarkt aufgrund der schnellen Entwicklung der Informationstechnologien selbstständig weiter zu verfolgen und ihr Wissen darüber zu aktualisieren.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen Kommunikationsformen und die aktuelle branchenbezogene Software der Reiseveranstalter anzuwenden. Die Studierenden können ihr Wissen im fachbezogenen Meinungsaustausch zu Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden einbringen. Dabei können die Studierenden fundierte Standpunkte argumentativ vertreten und präsentieren sowie darüber hinaus an fachbezogenen Diskussionen teilnehmen. Sie sind in der Lage, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Insbesondere können die Studierenden mit Geschäftspartnern Vertriebskonditionen aushandeln und zielgruppengenaue Informationen zum Reisevertrieb und zum Business Travel Management geben.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	4. Semester	5. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	30	24	<b>54</b>
Seminar	36	20	<b>56</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	54	24	<b>78</b>
Prüfungsvorbereitung	0	20	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>	<b>90</b>	<b>210</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Ina Zeband

E-Mail: [i.zeband@ba-breitenbrunn.de](mailto:i.zeband@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

Jährlich

### Medien / Arbeitsmaterialien

Skript, Handouts und Anleitungen zum Selbststudium, aktuelle Distributionssysteme: GDS AMADEUS, aktuelle Preisvergleichs- und Beratungssoftware: BistroPortal



## Literatur

### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

#### Reiseveranstaltermanagement

- Mundt, Jörn W.: Reiseveranstaltung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 7. Auflage, 2011.
- Born, Karl; Bastian, Harald: Der integrierte Touristikkonzern. Strategien, Erfolgsfaktoren und Aufgaben, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2003.
- Mundt, Jörn W.; Fuchs, Wolfgang; Zollondz, Hans-Dieter: Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2008.

#### Vertrieb Leisure Travel:

- Freyer, Walter; Pompl, Wilhelm: Reisebüro-Management. Gestaltung der Vertriebsstrukturen im Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2. Auflage, 2008.
- Pompl, Wilhelm; Lieb, Manfred G.: Qualitätsmanagement im Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 1997.

#### Business Travel Management:

- Espich, Gerald: Business Travel-Management – Kostenoptimierte und effektive Planung, Durchführung und Kontrolle von Geschäftsreisen, expert Verlag, Renningen, 2001.
- Freyer, Walter; Naumann, Michaela; Schröder, Alexander: Geschäftsreise-Tourismus, FIT Forschungsinstitut für Tourismus, Dresden, 2. Auflage, 2006.

### **Vertiefende Literatur**

- Freyer, Walter: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 7. Auflage, 2011.
- Schulz, Axel: Informationsmanagement im Tourismus / E-Tourismus: Prozesse und Systeme, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 2010.
- Hässel, Günter: Besteuerung, Buchführung und Vertragsrecht der Reisebüros, Verlag C. H. Beck, München, 4. Auflage, 2008.
- Otto-Rieke, Gerd: Modernes Geschäftsreisemanagement, Alabaster-Verlag 2000, München, aktuelle Ausgabe.
- Lehrburger, Hans: Geschäftsreise-Analyse. MIS im Travel Management, Alabaster-Verlag 2000, München, 2001.
- Zimmermann, Andrea: Wirksame Reiserichtlinien. Vom Genehmigungsverfahren bis zur Abrechnung, Alabaster-Verlag 2000, München, 2. Auflage, 2005.
- VDR Verband Deutsches Reisemanagement: VDR Geschäftsreiseanalyse, 2013.
- BizTravel, Verlag Dieter Niedecken GmbH, Hamburg.
- Die fww, Verlag Dieter Niedecken GmbH, Hamburg.

## Hotelmanagement

*Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen, Erscheinungsformen und Entwicklungen der nationalen und internationalen Hotellerie in Bezug auf funktionelle Entkopplung, Formen des Eigentums von Hotelimmobilien und des Betriebens von Hotelbetrieben in der Verknüpfung von betriebswirtschaftlich-organisatorischen und hotelspezifischen Themen. Das Modul vermittelt weiterführend Fachwissen und Kenntnisse zum strategischen und operativen Management von Hotelbetrieben. Dabei werden die Aufgaben des Hotelbetriebes verdeutlicht und hotelspezifisches Wissen zu ausgewählten funktionellen Managementfeldern wie Personal, Marketing und Controlling sowie Querschnittsbereichen unter Qualitäts-, Compliance- und Nachhaltigkeitsaspekten vermittelt. Außerdem werden die unternehmerischen Zusammenhänge zwischen der Dynamik ausgewählter Märkte und Marktsegmente sowie dem Hotelmanagement dargestellt.*

### Modulcode

HOTMA-T-45

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul / Wahlpflichtmodul mit 7 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4 und 5

### Dauer

2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul spezifiziert die vorangegangenen Module der ABWL und der TBWL (insbesondere Einführung TBWL / Verkehrsträger, Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus sowie Tourismusmarketing / E-Business) auf die konkreten Erfordernisse des Marktes, der Leistungsanbieter und deren Produkte im Bereich Hotelmanagement.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Einführung TBWL / Verkehrsträger / ETBWL-T-10
- Tourismusmarketing / E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### **Eigentumsformen von Hotelimmobilien und Betreiberkonzepte von Hotels sowie verschiedene Formen der Zusammenarbeit**

- funktionelle Entkoppelung zwischen Eigentümern und Betreibern von Hotels, Formen von Hotteleigentum, Betreiberformen (Eigentümer-, Pacht- und Managementbetriebe)
- Formen der kooperativen Zusammenarbeit (Verbände, Franchising, Hotelkooperationen i.e.S., Joint Venture)

#### **Hotelkapazität und Hotelmarkt**

- Entwicklung der Hotelkapazitäten und Anforderungen an die wirtschaftliche Nutzung incl. branchenspezifischer Kennzahlen
- Grundstruktur des Hotelmarktes (Bewertung nach Branchenstatistiken)
- Entwicklungsrichtungen der Ketten- und Individualhotellerie national und international

### **Merkmale und Charakteristika der Hotelleistungen**

- Leistungsstruktur von Hotels (Hotelhaupt-, -neben- und -hilfsleistungen; Dienstleistungs-, Handels- und Produktionsfunktion)
- Merkmale Hotel(dienst)leistungen

### **Hauptleistungsbereich Beherbergung (Logis)**

- Leistung und Leistungsentwicklung bei Beherbergungsleistungen
- Ziele, Leistung, Organisation und Kontrolle sowie Rechtsvorschriften des Empfangs- und Housekeepingbereiches
- Abteilungsspezifische Managementaufgaben wie Preisgestaltung und Budgetierung

### **Hauptleistungsbereich Bewirtung (Food und Beverage)**

- Leistung und Leistungsentwicklung bei Food und Beverage
- Kostensenkungspotenziale der Beschaffung durch professionelleres Supply Management und Lagerhaltungsmanagement
- Rationalisierungsmöglichkeiten der Küchenproduktion, insbesondere durch Convenience Food
- Absatzbereiche im Hotel einschließlich Catering
- Abteilungsspezifische Managementaufgaben wie Preisgestaltung und Budgetierung

### **Komplementäre Leistungsbereiche des Hotels**

- Komplementäre Leistungen und ihre Entwicklung
- Markteinordnung, Organisation und Management von Tagungs- und Kongressleistungen
- Markteinordnung, Organisation und Management von Wellness / Spa in der Hotellerie

### **Personalmanagement in der Hotellerie**

- Aktuelle und künftige Personalsituation der Hotellerie und hotelspezifische Personalmanagementaufgaben / Internes Marketing
- Spezifische Aspekte der Personalplanung und des flexiblen Personaleinsatzes
- Personalentlohnung und Personalkosten

### **Strategisches und Operatives Hotelcontrolling**

- Instrumente des Controlling und der Erfolgsrechnung im Hotel, Implementierung von Zielen und Strategien durch das Unternehmenskonzept, Strategische Planung, Einsatz der Balanced Scorecard (BSC), Uniform System of Account for the Lodging Industry (USALI) – internationale Hotellerie
- Budgetierung in der Hotellerie
- Maßnahmen zur aktiven Gewinnsteuerung

### **Strategisches und Operatives Hotelmarketing**

- Grundlagen des Marketing-Managements in der Hotellerie, Marketingkonzept und Schritte seiner Erarbeitung für ein Hotel
- Strategisches Hotelmarketing, Informationsbeschaffung, Marketingziele und -Strategien
- Bestimmung und Management operativer hotelrelevanter Marketingmaßnahmen im Marketing-Mix

### **Querschnittsbereiche im Management von Hotelbetrieben**

- Qualitätsmanagement in der Hotellerie, Deutsche und Europäische Hotelklassifizierungen, Schweizer Qualitätsmodell I bis III (Servicequalitätsmodelle) in Anwendung auf Hotels, Europäisches Qualitätsmodell und DIN ISO EN 9000:2000 ff., Zertifizierungen / Awards
- Nachhaltigkeit in der Hotellerie, Instrumente und Maßnahmen des Öko-Managements, Zertifizierungen, DIN EN ISO 14001:2005, EMAS (Environmental Management and Audit Scheme), Green Buildings, Green Globe
- Compliance Management

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Aufbauend auf das in der Einführung in die Tourismuswirtschaft (*resp. Einführung in den Tourismus*) erworbene Wissen zur Hotellerie als wichtiger Leistungsträger der Tourismuswirtschaft wird Fachwissen zum Hotel und der Hotelbranche erworben, das die Studierenden in die Lage versetzt, Zusammenhänge und Entwicklungen des Hotelmarktes zu erkennen und zu verstehen, um betriebswirtschaftlich und fachwissenschaftlich begründete Einzelentscheidungen für Hotelbetriebe ableiten zu können.

#### Wissensvertiefung

Auf Basis der vertieften Kenntnisse zur Hotelbranche sind – unter Einbeziehung des erworbenen Praxiswissens – die Studenten zu befähigen, wesentliche Managementaufgaben und organisatorische Abläufe der Hauptleistungsbereiche Logis und Food und Beverage zu beherrschen sowie Rationalisierungspotenziale zu erkennen, das schließt entsprechend der Spezifika von Bewirtschaftungsleistungen neben der Absatzorganisation erweiterte Kenntnisse zur Gestaltung von Beschaffungs-, Lager- und Produktionsprozessen ein.

Weiterführend werden wesentliche Entwicklungen des Tagungs- und Wellnessmarktes als Voraussetzung für strategische und operative Entscheidungen bei der möglichen Integration und Ausgestaltung dieser Leistungen im Hotel dargestellt. Fundierte Grundlagen zu allen nach Betriebsart und -größe angewandten differenzierten Controllingmethoden sowie zum operativen und strategischen Controlling für den Hotelbetrieb insgesamt und zu ausgewählten funktionellen Aufgabenfeldern der Hotellerie werden in aktueller Problemstellung vertieft und diskutiert.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, das Fachwissen unter Berücksichtigung des sich ständig verändernden wirtschaftlichen Umfeldes und der Veränderungsdynamik in der Hotelbranche sowie unter den konkreten Bedingungen verschiedener Hoteltypen und -größen anzuwenden und kritisch hinsichtlich der Auswirkung auf Leistung, Qualität und Ergebnis zu bewerten.

#### Systemische Kompetenzen

Die Studierenden können unter Nutzung relevanter Quellen Praxisbeispiele systematisch analysieren und bewerten sowie komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge im Unternehmen auch im internationalen Kontext erkennen. Sie sind in der Lage, dabei Kennzahlen und Statistiken auszuwerten, ihren eigenen Kenntnisstand weiterzuentwickeln und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Außerdem können sie Managementaufgaben formulieren, die sowohl organisatorischen, betriebswirtschaftlichen als auch personenbezogenen Anforderungen gerecht werden.

#### Kommunikative Kompetenzen

Die Studenten können eigene fachwissenschaftlich begründete Positionen in Anwendung auf die Branche sowie den Logis- und Food und Beverage-Bereich und weiterer Leistungsbereiche vertreten und sich kritisch mit Erscheinungsformen in der Praxis auseinandersetzen. Unter Nutzung moderner Kommunikationstechniken können sie überzeugende und fundierte Standpunkte postulieren und konstruktive Diskussionen führen.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	4. Semester	5. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	30	24	<b>54</b>
Seminar	36	20	<b>56</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	54	24	<b>78</b>
Prüfungsvorbereitung	0	20	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>	<b>90</b>	<b>210</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Cornelia Huhn

E-Mail: [c.huhn@ba-breitenbrunn.de](mailto:c.huhn@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

Jährlich

### Medien / Arbeitsmaterialien

Interaktive Vorlesung, studentische Diskurse, Skripts, Leitfaden zum Eigenverantwortlichen Lernen, Literaturstudium, Internet für vertiefende Recherchen.

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Hänssler, Karl-Heinz: Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 7. Auflage, 2008.
- DEHOGA (Hrsg.): Einheitliche Betriebsabrechnung – Die Erfolgssteuerung für Hotels, Gastgewerbliche Schriftenreihe Nr. 89, Bonn, 2000.
- Hotelverband Deutschland (Hrsg.): Hotelmarkt, jährliche Branchenreports.
- Henschel, Karla U.: Hotelmanagement, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 4. Auflage, 2013.
- Gardini, Marco A.: Handbuch Hospitality Management, Matthaes Verlag, Stuttgart, 2008.
- Gardini, Marco A.: Marketing-Management in der Hotellerie, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2. Auflage, 2009.
- Gewalt, Stefan: Hotel-Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2. Auflage, 2001.
- Soller, Jörg (Hrsg.): Finanzierungsleitfaden Mittelstandshotellerie – Strategien und Konzepte für dauerhaften Erfolg, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin, 2008.
- Von Freyberg, Burkhard: Hospitality Controlling. Erfolgreiche Konzepte für die Hotellerie. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin, 2010.

### *Vertiefende Literatur*

- Dettmer, Harald; Degott, Paul; Hausmann, Thomas; Kausch, Ralph; Schneid, Werner; Schulz, Julia M.; Witt, Werner: Marketing-Management im Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2011.
- Educational Institute of American Hotel & Motel Association (Hrsg.): Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (Englisch), Educational Institute of the Amer Hotel, 10. Auflage, 2008.
- Gewalt, Stefan: Hotelcontrolling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 1999.
- Henselek, Hilmar F.: Hotelmanagement. Planung und Kontrolle, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 1999.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Saunders, John; Wong, Veronica: Grundlagen des Marketing (Pearson Studium - Economic BWL), Pearson Education Deutschland GmbH, München, 5. aktualisierte Auflage, 2011.
- Kotler, Philip; Bowen, John; Makens, Ph. D.; Kotler, James: Marketing for Hospitality & Tourism (Englisch), Prentice Hall, 5th (fifth) edition, 2009.
- Frehse, Jörg; Weiermair, Klaus: Hotel Real Estate Management. Grundlagen, Spezialbereiche, Fallbeispiele, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2007.
- Hofbauer, Günter; Mashhour, Tarek; Fischer, Michael: Lieferantenmanagement. Die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2. Auflage, 2012.
- Pfleger, Andrea: Housekeeping Management im Hotel, Trauner Verlag und Buchservice, Linz, 2. Auflage, 2007.
- Richter, Günter; Richter, Detlef: Küchenkalkulation. Vom Wareneinsatz zur Preisgestaltung, Matthaes Verlag, Stuttgart, 2007. Schätzing, Edgar E.: Management in Hotellerie und Gastronomie, Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main, 8. Auflage, 2008.
- Wöfl, Peter; Merl, Thomas; Khom, Ernst; Ruetz, Christine; Weissensteiner, Ines; Knoll, Fritz: Rezeption. Frontofficemanagement im Hotel, Trauner Verlag und Buchservice, Linz, 2007.
- Top hotel – Fachillustrierte für das Hotel-Management, Freizeit-Verlag Landsberg GmbH, Landsberg am Lech.
- Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung (AHGZ), Matthaes Verlag GmbH, Stuttgart.
- Elektronische Wochenzeitschrift: hospitalityInside, (auf persönliche Anmeldung!).

## Management im Gesundheitstourismus / SPA

*Gegenstand des Moduls sind die makroökonomischen und mikroökonomischen Zusammenhänge der Gesundheitspolitik, des Gesundheitssystems und des Gesundheitsmarktes sowie die Inhalte, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Kurortmanagement und SPA-Management. Im Mittelpunkt stehen dabei fundierte Fachkenntnisse zu Prozessen in Kur-, Spa- und Wellnesseinrichtungen und deren Gestaltung. Gleichzeitig findet eine Verknüpfung von betriebswirtschaftlich-organisatorischen und wellnessthematischen Themen statt.*

*Das Modul vermittelt Fachwissen und praxisorientierte Managementkenntnisse zum Führen von Kur-, Spa- und Wellnesseinrichtungen, insbesondere die problemorientierte Anwendung des komplexen betriebswirtschaftlichen Wissens auf den Bau, den erfolgreichen Betrieb und die Vermarktung von SPA- und Wellnessanlagen. Zusammenfassend findet die simulierte Unternehmensgründung und -betriebsführung einer Gesundheits- und SPA-Unternehmung statt.*

### Modulcode

GTSPA-T-45

### Modultyp und Credits

Pflichtmodul / Wahlpflichtmodul mit 7 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 4 und 5

### Dauer

2 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul spezifiziert die vorangegangenen Module der ABWL und der TBWL (insbesondere Einführung TBWL / Verkehrsträger, Tourismuspolitik / Nachhaltiger Tourismus sowie Tourismusmarketing / E-Business) auf die konkreten Erfordernisse des Marktes, der Leistungsanbieter und deren Produkte im Bereich Gesundheitstourismus / SPA.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Einführung TBWL / Verkehrsträger / ETBWL-T-10
- Tourismusmarketing / E-Business / TMARK-T-30

### Lerninhalte

#### Gesundheitspolitik

- Grundsätze und Ziele der Gesundheits- und Sozialpolitik
- Instrumente, Akteure und Partner
- Zusammenarbeit Gesundheits- und Tourismuspolitik

#### Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen

- Gesundheitssysteme im internationalen Vergleich
- Struktur und Organisation des deutschen Gesundheitswesens
- Markt und Wettbewerb im Gesundheitswesen
- Paradigmenwechsel im Gesundheitswesen
- Finanzierung im Gesundheitswesen
- Versicherungssystem, Kosten- und Kassenpolitik
- Schulmedizin und Komplementärmedizin

### **Kurtourismus und Kurortmanagement**

- Grundlagen der medizinischen Kur, Prävention und Rehabilitation
- Natürliche Heilmittel, Indikationen
- Begriffsbestimmungen und Rechtsfragen
- Bädertypen und Prädikatisierung
- Leistungsanbieter und Verbände
- Kurortmanagement als Destinationsmanagement
- Strukturen und Rechtsformen der Tourismusorganisationen
- Strategisches Kurortmarketing, Innenmarketing, operatives Kurortmarketing
- Marken und Gütesiegel

### **Gesundheitstourismus**

- Formen und Märkte im Gesundheitstourismus
- Leistungsanbieter im Gesundheitstourismus
- Kooperationspartner im Gesundheitstourismus
- Marken und Gütesiegel
- Komplementäre Gesundheitsangebote
- Wellness, Medical Wellness und Prävention
- Medizintourismus und Patiententourismus
- Geschäftsmodelle im Gesundheitstourismus

### **SPA- und Wellnesstourismus**

- Einordnung SPA und Wellness in den Gesundheitstourismus
- Entwicklung des internationalen SPA- und Wellnessmarktes
- Internationale Wellness-Modelle
- Internationale Komplementärmedizin / Alternative Heilmethoden
- Erfolgsfaktoren des SPA- und Wellnessmanagements (Strategie, Unternehmensführung, Information und Positionierung, Zielgruppenorientierung, Qualität, Kommunikation und Verkauf, Wirtschaftlichkeit)
- Wellness- und SPA-Angebote der Reiseveranstalter / Kreuzfahrtschiffe / Resort- und Clubanlagen
- Entwicklungstrends der internationalen SPA- und Wellnessbranche

### **Simulierte Gründung eines Unternehmens der SPA- und Wellness-Branche**

- Projektentwicklung
- Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Finanzplanung
- Angebotsgestaltung und Kalkulation
- Betriebsorganisation
- Technische, energetische und hygienische Aspekte der Betreibung

### **Simulierte Steuerung / erfolgreiche Führung einer SPA- und Wellnessanlage**

- Kennzahlen und operative Steuerung
- Personalplanung und Personalentwicklung
- Innovationsmanagement
- Qualitätsmanagement



## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Inhalte, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Kurtourismus, Gesundheitstourismus und SPA- bzw. Wellness-tourismus und sind in der Lage, die daraus resultierenden segmentspezifischen Managementanforderungen zu bewältigen.

Die Studierenden können ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse mit den Kenntnissen über Abläufe und Prozesse in Gesundheits- und Wellness-einrichtungen verknüpfen.

Sie vernetzen ihre volkswirtschaftlichen, betriebswirtschaftlichen und touristischen Kenntnisse mit den aktuellen Theorien und Methoden im Gesundheits-, Kur- und SPA-Management.

Die Studierenden verfügen neben ihren vernetzten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen über fachspezifisches und fachübergreifendes Wissen zur Betreuung von Kur-, Spa- und Wellness-einrichtungen sowie spezielle Fachkenntnisse zu strategischen und operativen Gestaltungskomplexen des Marketing-Management in Gesundheits-, Wellness- und SPA-Einrichtungen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden aktualisieren ihr interdisziplinäres Fachwissen sowie die volkswirtschaftlichen Zusammenhänge der Gesundheitspolitik und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge in gesundheitstouristischen Einrichtungen.

Sie vertiefen ihr spezielles und vernetztes Fachwissen zur Entwicklung von Angebot und Nachfrage auf dem Gesundheits- und Wellnessmarkt. Sie erweitern die Kenntnisse von aktuellen Marktentwicklungen und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Weiterentwicklung von Unternehmen und gesundheitstouristischen Destinationen. Die Studierenden vertiefen ihre theoretischen Lösungsansätze als auch Instrumentarien zur Lösung umfassender betriebswirtschaftlicher Problemstellungen in gesundheitstouristischen Einrichtungen.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ihr spezielles und vernetztes Fachwissen auf Tätigkeiten im Beruf anwenden. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftlich relevante Problemstellungen zu erkennen, zu analysieren und aus dem Verständnis von komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen heraus Lösungsansätze zu erarbeiten, zu formulieren und managementseitig in Handlungskompetenz umzusetzen.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Informationen aus der Fachliteratur mit aktuellen Forschungsergebnissen projektbezogen und problemorientiert verknüpfen und auf diesem Wege komplexe Zusammenhänge erkennen, bewerten und umsetzen. Sie verfügen über Methodenkompetenz, die sie befähigt, fachspezifische Projekte mitwirkend oder eigenverantwortlich zu gestalten. Darüber hinaus sind die Studierenden befähigt, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten den Erfordernissen des dynamischen und innovativen Gesundheits- und Wellnessmarktes strukturiert anzupassen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen im fachbezogenen Erfahrungs- und Meinungsaustausch innerhalb des Unternehmens zu Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden sowie außerhalb des Unternehmens in Fachgremien einbringen. Sie sind in der Lage, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)		
	4. Semester	5. Semester	Gesamt
<b>Präsenzveranstaltungen</b>			
Vorlesung	30	24	<b>54</b>
Seminar	36	20	<b>56</b>
Prüfungsleistung	0	2	<b>2</b>
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>			
Selbststudium	54	24	<b>78</b>
Prüfungsvorbereitung	0	20	<b>20</b>
<b>Workload Gesamt</b>	<b>120</b>	<b>90</b>	<b>210</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende 5. Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Michaela Ziegenbalg

m.ziegenbalg@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

Jährlich

### Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte, Notebook, Taschenrechner

## Literatur

### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 1. Auflage, 2008.
- Illing, Kai-Torsten: Gesundheitstourismus und SPA-Management, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 1. Auflage, 2009.
- Autorenteam: Begriffsbestimmungen – Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen, Deutscher Heilbäderverband e.V. Bonn, 12. Auflage, 2005.
- Luft, Hartmut: Destination Management in Theorie in Praxis. Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen, Gmeiner-Verlag, Meßkirch, 1. Auflage, 2007.
- Bieger, Thomas: Management von Destinationen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 7. Auflage, 2007.

### **Vertiefende Literatur**

- Simon, Michael: Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. Verlag Hans Huber, Bern, 1. Auflage, 2005.
- Rosenbrock, Rolf; Gerlinger, Thomas: Gesundheitspolitik. Eine systematische Einführung, Verlag Hans Huber, Bern, 2. Auflage, 2004.
- Weiermair, Klaus; Krczal, Albin: Wellness und Produktentwicklung, Erfolgreiche Gesundheitsangebote im Tourismus, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 1. Auflage, 2006.
- Wiesner, Knut: Wellnessmanagement. Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 1. Auflage, 2007.
- Lanz Kaufmann, Eveline: Wellness-Tourismus, Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen, Hrsg.: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, 1. Auflage, 2002.
- Rulle, Monika: Der Gesundheitstourismus in Europa – Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, Eichstätter Tourismuswissenschaftliche Beiträge, Profil Verlag, München, 1. Auflage, 2004.
- Müller-Seitz, Peter: Bäder-Management, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München, 1. Auflage, 2004.
- Rösch, Anne: Wellness im Hotel. Chancen und Risiken einer hotelbetrieblichen Produktinnovation, Shaker Verlag, Herzogenrath, 1. Auflage, 2005.
- Linkenbach, Renate: Innenmarketing im Tourismus. Ein Leitfaden für die Praxis, KSB-Media, Gerlingen, 2. Auflage, 2002.
- Spa Business Magazine, spa business verlag Karlsruhe, Karlsruhe.
- Top hotel – Fachzeitschrift für das Hotel-Management, Freizeit-Verlag Landsberg GmbH, Landsberg am Lech.
- Daily Newsletter of [www.hotelmarketing.com](http://www.hotelmarketing.com).

## **B. Wahlpflichtmodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft**

<b>4. Spezialisierungen (SPEZ)</b>	<b>Seite</b>
Existenzgründung	146
Interkulturelle Kompetenz	149
Internationales Marketing (Englisch)	153
Wirtschaftspsychologie	156
Integriertes Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement	159
Personalmanagement	162

## Existenzgründung

*Gegenstand des Moduls ist die Vermittlung von Kompetenzen zur Gründung eines Unternehmens. Schwerpunkt bildet dabei die Vermittlung von Kompetenzen, notwendige Schritte und nützliche Tools für individuelle Gründungssituationen zu erkennen und einzusetzen. Es werden zentrale Phasen der Gründung simuliert und eingeübt. Dazu zählen die Erarbeitung und Präsentation eines Businessplanes, die Vorbereitung auf ein Bankgespräch und die Suche nach Fördermitteln.*

Modulcode	Modultyp und Credits
EXGRD-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vertieft und führt das in den Modulen Investition und Finanzierung (4. Semester), Controlling (4. Semester), Juristische Kompetenz (5. Semester) und Unternehmensführung (5. Semester) erworbene Wissen unter dem Thema Existenzgründung von Unternehmen zusammen.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Unternehmensführung / UNFHG-W-50
- Controlling / CONTR-T-40
- Juristische Kompetenz / JUKOM-T-40

## Lerninhalte

### Grundlagen der Existenzgründung

- Gründe für die Existenzgründung
- Chancen und Risiken
- Formen der Existenzgründung
- Der Existenzgründer
- Ablauf einer Existenzgründung

### Der Businessplan

- Elemente und inhaltlicher Aufbau
- Geschäftsidee
- Gründer und Team
- Produkt und Leistung
- Markt und Branche
- Marketingkonzept
- Finanzierung
- Organisation

### Praxis und Umsetzung

- Netzwerke und Partner
- Kreditinstitute
- Fördermittel, Risikokapital
- Formalitäten
- Schutzrechte und Lizenzen

### Erfolgskontrolle im Rahmen der Existenzsicherung

- Problemfelder
- Früherkennung
- Krisenmanagement

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Voraussetzungen und Anforderungen, die mit einer Existenzgründung verbunden sind. Die Studierenden sind in der Lage, eine Geschäftsidee in einen aussagefähigen Business Plan umzusetzen und komplexe Zusammenhänge darzustellen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse durch weitere inhaltliche und methodische Untersetzung im Gründungsmanagement. Sie verfügen über Kenntnisse der Aufgaben und Instrumente für den Prozess der Unternehmensgründung und der permanenten Aufgaben im Innovationsmanagement.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ihr im Rahmen des Studiums erlangtes theoretisches Wissen in die Realität der unternehmerischen Praxis anzuwenden. Sie integrieren die relevanten Tools und Instrumente und profitieren von der Vernetzung mit der Praxis.

#### Systemische Kompetenzen

Die Studierenden sind befähigt, konkrete Geschäftsideen zu analysieren, zu bewerten und zu interpretieren.

#### Kommunikative Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, einen selbst erstellten Businessplan argumentativ zu verteidigen sowie sich mit Fachexperten auszutauschen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

### Modulverantwortlicher

Michaela Ziegenbalg

E-Mail: m.ziegenbalg@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeits- und Übungsblätter, Taschenrechner

### Literatur

#### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Arnold, Jürgen: Existenzgründung Businessplan und Chancen, UVIS-Verlag, Ulm, 2. Auflage, 2009.
- Siller, Hubert; Zehrer, Anita: Entrepreneurship und Tourismus, Linde Verlag, Wien, 1. Auflage, 2010.
- Dowling, Michael; Drum, Hans-Jürgen: Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum, Springer Verlag Berlin, 2. Auflage, 2003.

#### *Vertiefende Literatur*

- Existenzgründerportal: BMWi.
- Weiermaier, Klaus; Pechlaner, Harald: Unternehmertum im Tourismus – Führung mit Erneuerungen, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2. Auflage, 2008.

Auf aktuell verfügbare Quellen und Informationen zum Fachgebiet wird im Verlaufe des Moduls vom Dozenten hingewiesen.

## Interkulturelle Kompetenz

*Das Modul dient dem Erwerb interkultureller Kompetenz. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, kulturbedingte Unterschiede im Wahrnehmen, Denken, Fühlen, Handeln und Urteilen bei sich selbst und bei anderen zu erfassen, diese vor dem Hintergrund des eigenen und fremden kulturellen Orientierungssystem zu analysieren und Kommunikationsprozesse in beruflichen Situationen effektiv zu gestalten.*

<b>Modulcode</b>	<b>Modultyp und Credits</b>
IKUKO-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
<b>Belegung gemäß Studienablaufplan</b>	<b>Dauer</b>
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul vertieft und spezifiziert das im 4. Semester im Modul Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz erworbene Wissen auf Länder und Zielregionen mit hoher wirtschaftlicher Relevanz. Unterstützt wird die Wissensvermittlung durch die erworbenen Vorkenntnisse in der Sprachausbildung Wirtschaftsenglisch (3. bis 6. Semester) und zweite Fremdsprache (5. und 6. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz / SOKOM-T-40

### Lerninhalte

#### Grundlagen interkultureller Kommunikation und Kompetenz in einer „glokaliserten“ Welt

- Was ist Kultur?
- Was ist (interkulturelle) Kommunikation?
- Was ist (interkulturelle) Kompetenz?
- Was ist (interkulturelles) Lernen?
- Was ist Inter- und Multikulturalität?

#### Soziologische, psychologische und betriebswirtschaftliche Konzepte und Problembereiche

- Kulturdimensionen (G. Hofstede, E.T. Hall, F. Trompenaars)
- Kulturstandards (A. Thomas, S. Schroll-Machl)
- Fremdwahrnehmung: das Eigene und Fremde, Stereotype und Vorurteile, Ethnozentrismus
- Interkulturelles Lernen, Akkulturation und Kulturschock
- Modelle und Strategien zur Bewältigung von Missverständnissen und Konflikten in der interkulturellen Kommunikation

#### Interkulturelle Kommunikation, Kooperation und Kompetenz in beruflicher Praxis

- Interkulturelles Projektmanagement und Teamarbeit
- Interkulturelles (Personal-) Management im Kontext berufsbedingter Auslandsaufenthalte
- Interkulturelle Wettbewerbsstrategien und Marketing
- Interkulturelles Konfliktmanagement und Mediation im Geschäftsalltag
- Interkultureller Verhandlungsführung und globale Unternehmenskommunikation



## Länder- und Zielregionen (für Präsenz und E-Learning)

- USA, China, Russland, Türkei, China, Polen, Indien

### Lernergebnisse

#### *Wissen und Verstehen*

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen elementare Begriffe, Konzepte und methodische Ansätze der interkulturellen Kommunikation, Kompetenz und Kooperation. Sie sind in der Lage, kulturelle Unterschiede in der zwischenmenschlichen Kommunikation zu verstehen. Sie lernen Strategien zur Bewältigung von Problemen in der interkulturellen Kommunikation in verschiedenen Zielregionen und Zielländern in Bezug auf ihre Berufspraxis kennen.

##### Wissensvertiefung

Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über ein kritisches Verständnis der eigen- und fremdkulturellen Traditionen, Denkformen und Verhaltensweisen, die mit Beispiel-situationen der beruflichen Praxis verbunden sind. Sie verfügen nicht nur über Kenntnisse zu wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und historischen Rahmenbedingungen, sondern auch zu kulturspezifischen Wertüberzeugungen, Rollenmodellen, sozialen Normen, Umgangsformen und Kulturstandards in ausgewählten Zielländern / -regionen.

#### *Können*

##### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Instrumente der Gesprächs- und Verhandlungsführung sowie Konfliktlösung in berufsbezogenen Situationen zur Anwendung bringen. Die Studierenden sind in der Lage, interkulturelle Missverständnisse, Probleme und Konflikte zu erkennen, daraus erwachsende Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln sowie kultursensibel und kontextangemessen darauf zu reagieren.

##### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können interkulturelle Fragestellungen formulieren, ihr Wissen aufbereiten und präsentieren. Sie beherrschen unterschiedliche Methoden der Kulturanalyse, um in interkulturellen Begegnungs- und Konfliktsituationen angemessen und zielorientiert handeln zu können. Auf dieser Grundlage sind sie auch in der Lage, andere Denk- und Verhaltensweisen zu wertschätzen und zu tolerieren sowie das eigene Verhalten selbstkritisch zu reflektieren.

##### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, in interkulturellen Situationen souverän zu agieren sowie Sachverhalte und Standpunkte in beruflichen Situationen überzeugend zu kommunizieren. Sie können in multikulturellen Teams an der Bewältigung von gemeinsamen Aufgaben und der Erreichung gesetzter Ziele mitarbeiten sowie effektiv Lösungsansätze für berufliche Alltagsprobleme entwickeln und aktiv kommunizieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

E-Learning-Plattform OLAT (inkl. interaktive Quizaufgaben, Audio und Video, Internet), Beamer, Moderatorenkoffer, Skripte, Arbeits- und Übungsblätter sowie Fallbeispiele für Simulationen und Rollenspiele

## Literatur

### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Bolten, Jürgen: Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. UTB, Stuttgart, 2007.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen: Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, Metzler, Stuttgart, 2012.
- Straub, Jürgen; Weidemann, Arne; Weidemann, Doris (Hrsg.) Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder, Metzler, Stuttgart, 2007.
- Thomas, Alexander; Kinast, Eva-Ulrike; Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.) Handbuch interkultureller Kommunikation und Kooperation. 2 Bd. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 2. Auflage, 2007.
- Thomas, Alexander: Interkulturelle Handlungskompetenz: Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft, Gabler, Wiesbaden, 2011.
- Thomas, Alexander: (Hrsg.) Handlungskompetenz im Ausland (Buchserie, 37 Bände), Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.

### *Vertiefende Literatur (Auswahl)*

- Hall, Edward T.: Hidden Differences: Studies in International Communication, Gruner & Jahr, Hamburg, 1985.
- Hall, Edward T.; Hall, Mildred Reed: Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans, Intercultural Press, Yarmouth/ME, 1990.
- Hofstede, Geert H.: Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values, Sage, Beverly Hills/CA, 1980.
- Hofstede, Geert H.: Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations. Sage, Thousand Oaks/CA, 2001.
- Scholz, Christian; Stein, Volker: Interkulturelle Wettbewerbsstrategien, UTB, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 1. Auflage, 2013.
- Thomas, Alexander: Kultur und Kulturstandards. In: Thomas, Alexander; Kinast, Eva-Ulrike; Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder (S. 19-31), Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 2005.
- Thomas, Alexander; Grosse-Leege, D.: Management interkultureller Aspekte bei Mergers and Acquisitions. In: Thomas, Alexander; Kinast, Eva-Ulrike, Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder (S. 354-371), Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 2005.
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles: Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business, 2nd ed., Nicholas Brealey Publishing, London, 2008.
- Weidemann, Doris: Akkulturation und interkulturelles Lernen. In Straub, Jürgen; Weidemann, Arne; Weidemann, Doris: (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz (S. 488-498), Metzler, Stuttgart, Weimar, 2007.
- Zeuschel, Ulrich: Interkulturelle Projektmanagement. In: Thomas, Alexander; Kinast, Eva-Ulrike; Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder (S. 307-323), Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 2005.

## Internationales Marketing (Englisch)

*Das Modul vermittelt – ausgehend von der Globalisierung der Wirtschaft und der zunehmenden Internationalisierung der Märkte – Grundkenntnisse, Trends, Instrumente und Zusammenhänge des Internationalen Marketings. Das Wissen um die konsequente Marktorientierung verbunden mit internationalen Kompetenzen in Sprache und Kultur wird als Erfolgsfaktor für international agierende Unternehmen behandelt. Das Modul wird in englischer Sprache durchgeführt.*

Modulcode	Modultyp und Credits
INMAR-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Die allgemeinen inhaltlichen Grundlage für dieses Modul werden im ABWL-Modul Marketing im 2. Semester sowie im TBWL-Modul Tourismusmarketing / E-Business im 3. Semester gelegt und in den Fachvertiefungen branchenbezogen spezifiziert. Die sprachlichen Grundlagen für das Modul werden im Zeitraum 3. bis 6. Semester im Modul Wirtschaftsendlisch vermittelt.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Wirtschaftsendlisch Niveaustufe B 2 / ENGB2-W-34
- Wirtschaftsendlisch Niveaustufe C 1 / ENGC1-W-56
- Marketing / MAKTG-W-20

### Lerninhalte

#### Fundamentals of International Marketing

#### International Trade and Globalization Trends

#### Information on foreign markets

#### Global marketing research and decision making

#### Strategies on market presence and on market selection

#### Market entry

- International market segmentation
- Timing
- Forms of market entry

#### Global product policy

#### Global pricing, distribution and communication

#### Being International

- International brand management
- International product launches

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein breites und vernetztes Wissen zu den Inhalten und den Instrumentarien des Internationalen Marketings für weltweit agierende Unternehmen.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden aktualisieren und vertiefen ihr spezielles Wissen über die Entwicklung der internationalen Märkte und der daraus abgeleiteten Konsequenzen für das internationale Marketing global aufgestellter Unternehmen. Ihr Wissen und Verstehen der Zusammenhänge von internationalen Märkten und internationalen Marketing entspricht der aktuellen Fachliteratur.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die in deutscher Sprache erworbenen Kenntnisse zu den Inhalten und der Organisation des Marketings auf die internationale Ebene zu übertragen und anzuwenden. Sie können das inhaltliche und methodische Wissen zum internationalen Marketing projekt- und themenbezogen zur Ausarbeitung betrieblicher Lösungen im Marketing-Mix einsetzen. Sie sind in der Lage, internationale Entwicklungen im Marketing zu reflektieren und hinsichtlich ihrer Relevanz auf betriebliche Managementprozesse zu erfassen und Lösungsvorschläge zu unterbreiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, eigenverantwortlich Informationen zu betrieblichen Themen mit globalem wirtschaftlichem Bezug zu sammeln und zu bewerten. Sie verfügen über die Sachkompetenz, wissenschaftlich fundierte Empfehlungen unter besonderer Berücksichtigung aktueller internationaler Entwicklungen für das betriebliche Marketing zu formulieren. Die Studierenden besitzen die Methodenkompetenz zur lebenslangen Weiterbildung – insbesondere zu international ablaufenden Prozessen im Marketing-Management.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können fachbezogene Problemlösungen in Wort und Text auch in englischer Sprache formulieren. Sie können englischsprachige Literatur studieren und mit Fachvertretern auch in englischer Sprache zu Fachthemen kommunizieren. Die Vernetzung von Fachwissen zum Marketing und der Sprachkompetenz in Wirtschaftsenglisch befähigt die Studierenden in international aufgestellten Teams mitzuarbeiten und Verantwortung zu übernehmen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	30
Seminar	30
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: u.schneider@ba-breitenbrunn.de

### Unterrichtssprache

Englisch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Skripte, Notebook, Wörterbuch, Arbeitsblätter

### Literatur

#### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Czinkota, Michael R.; Ronkainen, Ilka A.; Zvobgo, Gilbert: International Marketing, South-Western Cengage Learning, Emea, 9th edition, 2010.
- Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen: Global Marketing Management, John Wiley & Sons, 5th edition, 2010.

#### **Vertiefende Literatur** (Auswahl)

- Backhaus, Klaus; Büschken, Joachim; Voeth, Markus: Internationales Marketing, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 5. Auflage, 2003.
- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Becker, Christian: Internationales Marketing-Management, W. Kohlhammer, Stuttgart, Berlin, Köln, 4. Auflage, 2009.

## Wirtschaftspsychologie

*Das Modul dient dem Erwerb von Grundkenntnissen der Wirtschaftspsychologie. Die Wirtschaftspsychologie überträgt wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse der Psychologie auf wirtschaftliche Aufgabenstellungen. Durch die Verbindung von psychologischen Kompetenzen und unternehmerischem Denken werden die Studierenden in die Lage versetzt, betriebliche Situationen umfassender bewerten und damit zielführender lösen zu können.*

Modulcode	Modultyp und Credits
WIPSY-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul ist eigenständig und baut nicht unmittelbar auf bisher vermittelte Module auf. Das Modul korrespondiert jedoch mit den Modulen Unternehmensführung und Tourismusmanagement, da es psychologische Grundinhalte vermittelt, die im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern Anwendung finden.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz / SOKOM-T-40
- Unternehmensführung / UNFHG-W-50

### Lerninhalte

#### Grundlagen und Inhalte der Wirtschaftspsychologie

- wissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
- Kerninhalte und Methoden der Wirtschaftspsychologie

#### Grundrichtungen bzw. Felder der Wirtschaftspsychologie

- Markt- und Konsumpsychologie
- Medienpsychologie
- Interkulturelle Psychologie
- Organisationspsychologie
- Personalpsychologie

#### Erwerb psychologischer Kompetenz

- psychologische Fallbeispiele
- psychologische Handlungskompetenz in der Konfliktlösung

#### Anwendung des psychologischen Know-hows in der betrieblichen Praxis

- Wirtschaftspsychologie und Mitarbeiterführung
- Wirtschaftspsychologie und Kundenbindung

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen elementare Begriffe, Konzepte und methodische Ansätze der interkulturellen Kommunikation, Kompetenz und Kooperation. Sie sind in der Lage, kulturelle Unterschiede in der zwischenmenschlichen Kommunikation zu verstehen. Sie lernen Strategien zur Bewältigung von Problemen in der interkulturellen Kommunikation in verschiedenen Zielregionen und Zielländern in Bezug auf ihre Berufspraxis kennen.

#### Wissensvertiefung

Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über ein kritisches Verständnis der eigen- und fremdkulturellen Traditionen, Denkformen und Verhaltensweisen, die mit Beispiel-situationen der beruflichen Praxis verbunden sind. Sie verfügen nicht nur über Kenntnisse zu wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und historischen Rahmenbedingungen, sondern auch zu kulturspezifischen Wertüberzeugungen, Rollenmodellen, sozialen Normen, Umgangsformen und Kulturstandards in ausgewählten Zielländern / -regionen.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Instrumente der Gesprächs- und Verhandlungsführung sowie Konfliktlösung in berufsbezogenen Situationen zur Anwendung bringen. Die Studierenden sind in der Lage, interkulturelle Missverständnisse, Probleme und Konflikte zu erkennen, daraus erwachsende Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln sowie kultursensibel und kontextangemessen darauf zu reagieren.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können interkulturelle Fragestellungen formulieren, ihr Wissen aufbereiten und präsentieren. Sie beherrschen unterschiedliche Methoden der Kulturanalyse, um in interkulturellen Begegnungs- und Konfliktsituationen angemessen und zielorientiert handeln zu können. Auf dieser Grundlage sind sie auch in der Lage, andere Denk- und Verhaltensweisen zu wertschätzen und zu tolerieren sowie das eigene Verhalten selbstkritisch zu reflektieren.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, in interkulturellen Situationen souverän zu agieren sowie Sachverhalte und Standpunkte in beruflichen Situationen überzeugend zu kommunizieren. Sie können in multikulturellen Teams an der Bewältigung von gemeinsamen Aufgaben und der Erreichung gesetzter Ziele mitarbeiten sowie effektiv Lösungsansätze für berufliche Alltagsprobleme entwickeln und aktiv kommunizieren.

### **Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	20
Seminar	40
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>



### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Dr. med. Ulrich Zönnchen

E-mail: [u.zoennchen@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.zoennchen@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Vorbereitete Skripte zu folgenden Themen bzw. Schwerpunkten:

- Basistext Wirtschaftspsychologie
- Basistext Medienpsychologie
- Selbstpräsentation in der Personalauswahl
- Diskrepanz zwischen Industrie- und Schwellenländern
- Research-Practice Gap in der Personalauswahl
- Personalabbau und professionelles Trennungsmanagement
- Zeitmanagement
- Verhalten und Erleben des Menschen in Organisationen

### Literatur

#### **Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Schuler, Heinz: Lehrbuch Organisationspsychologie, Verlag Hans Huber, Bern, 4. Auflage, 2007.
- Wiswede, Gunter: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Verlag Ernst Reinhardt, München, 5. Auflage, 2012.
- Antoni, Conny H.: Gruppenarbeit in Unternehmen, Psychologie Verlags Union, Weinheim, 1996.
- Neuberger, Oswald: Führen und führen lassen. Verlag Lucius & Lucius. Stuttgart, 6. Auflage, 2002.
- Wunderer, Rolf: Führung und Zusammenarbeit. Verlag Luchterhand Fachverlag, München, 9. Auflage, 2011.

#### **Vertiefende Literatur (Auswahl)**

- Mayer, Claude-Helene; Teichel, Dietmar: Lehrbuch Kultur - Lehr-und Lernmaterialien zur Vermittlung kultureller Kompetenzen, Waxmann Verlag, Münster, 2011.
- Wieland-Eckelmann, Rainer: Kognition, Emotion und psychische Beanspruchung, Verlag Hogrefe, Frankfurt, 1992.
- Wieland, Rainer; Scherrer, Karin: Arbeitswelten von morgen, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2001.

## Integriertes Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement

Das Modul beinhaltet das Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagement – als integriertes System – als Kernaufgaben des modernen Managements. In diesem Zusammenhang werden ebenfalls Systeme wie Leanmanagement und Six Sigma thematisiert. Im Mittelpunkt stehen alle organisatorischen Maßnahmen, die darauf gerichtet sind, die Prozesse, Produkte und Leistungen ständig und nachhaltig zu verbessern. Des Weiteren werden Aspekte des Total Quality Managements aufgegriffen und in den Kontext zu den einzelnen Managementsystemen gebracht. Die Sicht erfolgt aus der Stakeholder- und Shareholderperspektive und stellt eine Wissensbasis für nachhaltige Unternehmensführung dar.

Modulcode	Modultyp und Credits
QUGM-W-60	Wahlpflichtmodul mit 5 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

### Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Aufbauend auf dem ABWL-Modul Personal und Organisation / Arbeitsrecht im 3. Semester werden die bereits im ABWL-Modul Unternehmensführung im 5. Semester angesprochenen Themen des Qualitäts-, Umwelt- und Gesundheitsmanagements inhaltlich und praxisrelevant vertieft.

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Personal und Organisation / PEORG-T-30
- Unternehmensführung / UNFHG-W-50
- Controlling / CONTR-T-40

### Lerninhalte

#### Grundkenntnisse der betrieblichen Aufbau- und Ablauforganisation

- Erstellen und Beschreiben von Organigrammen, SADT-Aktigrammen, Flussdiagrammen, Netzplantechnik, GANTT- Diagramm
- Erstellung von Prozesslandkarten
- Bedeutung, Inhalt und Formen der Prozessmodellierung und Prozessbeschreibung
- Beschreibung von Geschäftsprozessen

#### Zusammenhang zwischen Unternehmensführung, Marketing, Personal & Organisation, Controlling und Managementsystemen

- Unternehmenshorizonte der normativen, der strategischen und der operativen Sichtweise (Stakeholder, Shareholder, Gewinnziele)
- Ableitung des Nachhaltigkeitsgedankens
- Die Hilfsmittel für die Corporate Social Responsibility (CSR) hier ISO 9001-2008, EFQM, ISO 26000, ISO 1401 ISO 1404

### **Einführung in das betriebliche Qualitäts-, Umwelt-, Gesundheitsmanagement sowie TQM**

- Notwendigkeit, Ziele, Inhalt, Grundlagen und Formen des Qualitätsmanagements ISO 9001:2008
- Struktur, Vorgehensweise und Unterschiede von Six Sigma / Lean Management und der ISO 9001
- Notwendigkeit, Ziele, Inhalt, Grundlagen und Formen des Umweltmanagements ISO 14004 und ISO 14001 sowie EMAS
- Ziele, Inhalt, Grundlagen und Formen des Gesundheitsmanagements
- Zusammenfassung durch CSR und somit die ISO 26000 und EFQM (TQM)

## **Lernergebnisse**

### ***Wissen und Verstehen***

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über die grundlegenden Kenntnisse zum Inhalt, zur Organisation und zur Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in einem Industrie- bzw. Dienstleistungsunternehmen. Sie kennen das Qualitätsmanagementsystem ISO 9001:2008, Six Sigma / Lean Management, die Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 bzw. EMAS und sie verstehen die Notwendigkeit eines Gesundheitsmanagementsystems. Die Studierenden verstehen den Zusammenhang der Managementsysteme aus Sicht der Normative und wenden den CSR-Gedanken an. In diesem Zusammenhang erhalten sie grundlegende Kenntnisse über die ISO 26000 und dem TQM-System EFQM.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihr Wissen aus den Bereichen Organisationslehre, Unternehmensführung, Controlling, Personalwesen und Marketing. Sie erkennen den Zusammenhang dieser einzelnen Teilbereiche zu einem gesamten Netzwerk, welches strukturiert ist durch bewusste Zielstellungen und strategische, sowie operative Weggestaltung zu diesen Zielen.

## ***Können***

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, durch Wissen und bereitgestellten Instrumenten, betriebswirtschaftliche Problemstellungen im Qualitäts-, Umwelt-, Gesundheitsmanagement und des TQM von mittelständischen Industrie- bzw. Dienstleistungsunternehmen zu erfassen, zu analysieren und zu bewerten. Sie können an der Einführung oder Aktualisierung eines betrieblichen Managementsystems durch Erarbeitung und Fortschreibung der erforderlichen Dokumentationen entscheidend mitwirken.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können die einzelnen Managementsysteme strukturieren bzw. umstrukturieren. Weiterhin verstehen Sie es, die einzelnen Managementsysteme miteinander zu vernetzen und einer gemeinsamen Zielführung zu unterwerfen. Sie verstehen, wie man die zielführende interne Audits durchführt, welche die Grundvoraussetzung zum kontinuierlichen Verbesserungsprozess darstellen.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können an den Kommunikationsprozessen zur Vorbereitung, Einführung und Aktualisierung eines betrieblichen Managementsystems mitwirken. Sie sind in der Lage, am fachbezogenen Meinungsaustausch zu Qualitäts-, Umwelt und Gesundheitsfragen innerhalb und außerhalb des Unternehmens teilzunehmen. Sie verfügen über die Fähigkeiten, Positionen zu formulieren, argumentativ zu untersetzen und in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Managementbeauftragten im Unternehmen sowie gegenüber der Zertifizierungsstelle zu vertreten.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	22
Seminar	38
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Ende Theoriephase	--

### Modulverantwortlicher

Bodo Schuster

E-Mail: [b.schuster@ba-breitenbrunn.de](mailto:b.schuster@ba-breitenbrunn.de)

### Unterrichtssprache

Deutsch

### Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

### Medien / Arbeitsmaterialien

Notebook

### Literatur

#### *Basisliteratur (prüfungsrelevant)*

- Schwendt, Stefanie; Funck, Dirk: Integrierte Managementsysteme - Konzepte, Werkzeuge, Erfahrungen.
- Pfeifer, Tilo; Schmitt, Robert: Qualitätsmanagement – Strategien, Methoden, Techniken, Carl Hanser Verlag, München, Wien, 4. Auflage, 2009.

#### *Vertiefende Literatur*

- Fischermanns, Guido: ibo-Schriftenreihe: Praxishandbuch Prozessmanagement, Verlag Dr. Götz Schmidt, Gießen, 8. Auflage, 2009.
- Schober, Holger: Prozessorganisation. Theoretische Grundlagen und Gestaltungsoptionen, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden, 2002.

## Personalmanagement

*Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende, personalwirtschaftliche Kenntnisse zu Umgang und Einsatz des betrieblichen Produktionsfaktors „Menschliche Arbeitsleistung“. Die Studierenden vertiefen dabei die verschiedenen Prozessfunktionen im Personalmanagement und werden befähigt, personalwirtschaftliche Probleme zu erfassen und Lösungsmöglichkeiten zu finden.*

### Modulcode

PERSM-W-60

### Modultyp und Credits

Wahlpflichtmodul mit 5 Credits

### Belegung gemäß Studienablaufplan

Semester 6

### Dauer

1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul wird in den Studiengängen Industrie und Tourismuswirtschaft vermittelt.

Das Modul korrespondiert mit den Modulen Juristische Kompetenz und Unternehmensführung im 5. Semester und vertieft insbesondere das Modul Personal und Organisation / Arbeitsrecht (3. Semester) aus der Sicht des Personalmanagements.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

- Personal und Organisation / PEORG-T-30
- Juristische Kompetenz / JUKOM-T-50

## Lerninhalte

- Aufgaben, Ziele, Funktionsbereiche und Entwicklungstendenzen der Personalwirtschaft;
- Ziele und Teilbereiche der Personalplanung, Personalbestands- und Personalbedarfsplanung und ihre Instrumentarien;
- Ausgewählte Instrumente der Personalarbeit, Personalkostenmanagement, Personalcontrolling, Personalinformationssysteme, neue Ansätze und Entwicklungen;
- Anforderung und Ziele der Personalentwicklung, wesentliche Methoden der Fortbildung und ihre Bewertung, Controlling der Fortbildung;
- Arbeitswissenschaft – Historische Entwicklung, REFA, Arbeitsanalyse, Ergonomie; Grundlagen der Arbeitspsychologie und -physiologie;
- Überblick über das Sozialversicherungsrecht, Ansprüche und Leistungen, Finanzierung, neue Entwicklungen

## Lernergebnisse

### **Wissen und Verstehen**

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden sollen basierend auf den in vorgelagerten Semestern eingeordneten Modulen „Juristische Kompetenz“, „Personal und Organisation“ etc. personalpolitische und arbeitsrechtliche Fragestellungen interpretieren und ihnen die entsprechenden Methoden zuordnen können. Sie besitzen grundlegende Kenntnisse im Bereich des Arbeits- und Sozialrechts, und dem Umgang mit personenbezogenen Daten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sollen Erfolgsfaktoren wie z.B. Gewinnen und Binden guter Mitarbeiter, flexible Arbeitszeiten, leistungsorientierte Entlohnung, Mitarbeiterbeteiligungen und Weiterbildung schwerpunktorientiert an aktuellen Beispielen diskutieren.

In Verbindung mit dem Modul Unternehmensführung / Mitarbeiterführung sind die Studierenden in der Lage, situationsadäquat reagieren zu können und Verantwortung für die Entwicklung der Personalarbeit im Unternehmen mit dem Ziel der Förderung der Motivation, Qualifikation und Selbstverantwortung zu übernehmen.

Die Studierenden sollen erkennen, dass Mitarbeiter der entscheidende Erfolgsfaktor und zugleich sensitive Ressource zukunftsorientierter Unternehmen sind.

**Können**

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden verfügen im Bereich des Personalmanagements über fundierte Kenntnisse und sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen unterschiedlicher Komplexität zu lösen. Sie können die Relevanz von Entscheidungen im Wirkbereich des Personalmanagements für das Gesamtunternehmen würdigen.

Systemische Kompetenz

Wechselwirkungen bei personalwirtschaftlichen Entscheidungen können durch die Studierenden bewertet und in Handlungsfelder umgesetzt werden.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihren Standpunkt zu Entscheidungen im Rahmen des Personalmanagements unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sich an fachlichen Diskussionen beteiligen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Vorlesung	40
Seminar	20
Prüfungsleistung	2
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	68
Prüfungsvorbereitung	20
<b>Workload Gesamt</b>	<b>150</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Klausur	120	--	Semesterende	--

**Modulverantwortlicher**

Jürgen Rachold

E-Mail: j.rachold@ba-breitenbrunn.de

**Unterrichtssprache**

Deutsch

## Angebotsfrequenz

jährlich (Sommersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

Arbeits- und Übungsblätter

## Literatur

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Berthel, Jürgen; Becker, Fred G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 8. Auflage, 2007.
- Büdenbender, Ulrich; Strutz, Hans: Wichtige Begriffe zu Personalwirtschaft, Personalmanagement, Arbeits- und Sozialrecht, Wiesbaden Gabler Verlag, 3. Auflage, 2011. (E-BOOK)
- Oechsler, Walter A.: Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 8. Auflage, 2006.

### ***Vertiefende Literatur***

- Drumm, Hans Jürgen: Personalwirtschaft: Berlin, Heidelberg, Springer-Verlag, 6. Auflage, 2008. (E-BOOK)
- Oechsler, Walter A.: Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 8. Auflage, 2006.
- Zeitschrift „Personalmagazin“.

<b>C. Praxismodule für den Studiengang Tourismuswirtschaft (PRAX)</b>	<b>Seite</b>
Praxismodul Unternehmensüberblick	166
Praxismodul Marketing	169
Praxismodul Personal / Organisation	171
Praxismodul Rechnungswesen / Finanzierung	174
Praxismodul Unternehmensführung	177



## Praxismodul Unternehmensüberblick

Die Studierenden reflektieren angeleitet und zielgerichtet ihre in den Modulen Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und in die Tourismusbetriebswirtschaftslehre erworbenen Kenntnisse zum Unternehmensziel, zum Unternehmensgegenstand und zur Unternehmensstruktur im Kontext ihres Praxispartners. Im Rahmen der Erstellung einer Projektarbeit beschreiben die Studierenden den Unternehmensgegenstand und interpretieren das Organigramm als grundlegendes Instrumentarium der gesamten betrieblichen Aufbauorganisation.

### Modulcode

PRAX1-T-10

### Modultyp und Credits

Praxismodul mit 6 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 1

### Dauer

1 Praxisphase

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Unmittelbare inhaltlich-theoretische Voraussetzung für das erste Praxismodul ist das zeitlich in der Wissensvermittlung vorgelagerte ABWL-Modul Einführung Propädeutik und ABWL (1. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Unternehmensgegenstand / Unternehmensorganisation

- Geschäftskonzept und unternehmerische Ziele
- Rechtsform des Unternehmens
- Stellung des Unternehmens auf dem Markt
- Unternehmensorganisation

### Lernergebnisse

#### Wissen und Verstehen

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihr Wissen zu den wirtschaftlichen Grundlagen eines Betriebes und kennen sowohl die Inhalte als auch die Zusammenhänge von Unternehmenszielen, Unternehmensgegenstand und Unternehmensorganisation.

##### Wissensvertiefung

Die Studierenden kennen die einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens und verknüpfen diese mittels eines Organigramms als Voraussetzung für die gesamte betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation.

## Können

### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, aus der Kenntnis der einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens ein Organigramm mit Zuordnung der wichtigsten Arbeitsaufgaben und Verantwortlichkeiten zu erstellen.

### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können betriebliche Leistungsbereiche und die damit verbundene Aufbauorganisation bewerten und interpretieren. Sie sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den Unternehmenszielen und der Aufbauorganisation herauszuarbeiten und diese grafisch darzustellen.

### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden erwerben inhaltliche Fachkenntnisse und Termini zum Unternehmensgegenstand und zur betrieblichen Aufbauorganisation und können am fachbezogenen Meinungsaustausch teilnehmen.

## Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
--	--
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	120
Prüfungsvorbereitung	60
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

## Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Projektarbeit	--	10	Während der Praxisphase	--

## Modulverantwortlicher

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

## Unterrichtssprache

Deutsch

## Angebotsfrequenz

Jährlich (Sommersemester)

## Medien / Arbeitsmaterialien

--

## **Literatur**

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Franz Vahlen, München, 23. Auflage, 2008.

### ***Vertiefende Literatur***

- Olfert, Klaus; Rahn, Hans-Joachim: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 9. Auflage, 2008.

## Praxismodul Marketing

Die Studierenden reflektieren zielgerichtet ihre im Modul Marketing erworbenen Kenntnisse im Bereich Marketingkonzeptionen im Kontext ihres Praxispartners. Im Rahmen der Erarbeitung einer Projektarbeit analysieren und bewerten die Studierenden die im Unternehmen vorhandene Marketingkonzeption und geben Empfehlungen für die Aktualisierung einer vorhandenen bzw. Implementierung einer neuen Marketingkonzeption.

### Modulcode

PRAX2-T-20

### Modultyp und Credits

Praxismodul mit 6 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 2

### Dauer

1 Praxisphase

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Unmittelbare inhaltlich-theoretische Voraussetzung für das zweite Praxismodul ist das zeitlich in der Wissensvermittlung vorgelagerte Modul Marketing (2. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lehrinhalte

#### Marketingkonzepte im Unternehmen

- Marktanalyse / Benchmarking
- Zielformulierung / Strategiebildung im Unternehmen
- Marketing-Mix
- Implementierung / Aktualisierung von Marketingkonzepten

### Lernergebnisse

#### **Wissen und Verstehen**

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden ergänzen ihr Wissen zu den Instrumenten des Marketings aus dem unternehmerischen Blickwinkel.

##### Wissensvertiefung

Die Studierenden verknüpfen die einzelnen Instrumentarien des Marketings zum Marketing-Mix und stellen diese Erkenntnisse in den Kontext einer systematischen Marketingkonzeption.

#### **Können**

##### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ausgehend vom konkreten Unternehmensgegenstand und Marktauftritt die Instrumentarien des Marketings auszuwählen, die einer langfristigen Unternehmenssicherung dienen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können betriebliche Marketingkonzepte unter verschiedenen Perspektiven bewerten und Lösungsansätze unter Berücksichtigung der unternehmerischen Entwicklungsziele erarbeiten. Sie sind in der Lage, Marketingkonzepte unter betrieblichen Umweltbedingungen zielgruppengerecht zu formulieren.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden erwerben inhaltliche Kenntnisse zum Einsatz der Instrumentarien des Marketing-Mix und sind so in der Lage, die unternehmensbezogenen Marketingmaßnahmen zu bewerten und hinsichtlich ihrer Rolle, Bedeutung und Wirksamkeit gegenüber Vorgesetzten bzw. einbezogenen Marketing- und Werbefirmen zu kommunizieren.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
--	--
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	120
Prüfungsvorbereitung	60
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Projektarbeit	--	10	Während der Praxisphase	--

**Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

**Unterrichtssprache**

Deutsch

**Angebotsfrequenz**

Jährlich (Sommersemester)

**Medien / Arbeitsmaterialien**

--

**Literatur**

**Basisliteratur** (prüfungsrelevant)

- Freyer, Walter: Tourismusmarketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, Wien, 6. Auflage, 2008.

**Vertiefende Literatur**

--

## Praxismodul Personal / Organisation

Die Studierenden reflektieren ihre in den Modulen Personal / Organisation und Juristische Kompetenzen erworbenen Kenntnisse zur Personalwirtschaft im Kontext ihres Praxispartners. Im Mittelpunkt stehen dabei die wechselseitigen Zusammenhänge zwischen der betrieblichen Organisation und der Personalwirtschaft. Die Studierenden entwickeln vom Organigramm ausgehend einen Stellenplan für ein Unternehmen und verknüpfen diesen mit der Personalkostenplanung.

### Modulcode

PRAX3-T-30

### Modultyp und Credits

Praxismodul mit 6 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 3

### Dauer

1 Praxisphase

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Unmittelbare inhaltlich-theoretische Voraussetzung für das dritte Praxismodul ist das zeitlich in der Wissensvermittlung vorgelagerte Modul Personal und Organisation/Arbeitsrecht (3. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Betriebliche Organisation

- Umsetzung von Unternehmenszielen über geeignete Organisationslösungen
- Grundformen der Aufbau- und Ablauforganisation (Organigramm)
- Aufgaben der einzelnen Abteilungen und ihre Zusammenarbeit erklären
- Zentrale und dezentrale Arbeitsweisen mit Datenbanken einschätzen

#### Betriebliches Personalwesen und Personalwirtschaft

- Aufgabengebiete des Personalwesens
- Vor- und Nachteile der externen und internen Personalbeschaffung
- Unterlagen und Arbeitspapiere der Personalverwaltung (Stellenplan)
- Inhalte der Lohn- und Gehaltsabrechnung (geltende Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen)
- Vorschriften zur Kranken-, Renten-, Arbeitslosen- und Unfallversicherung
- Personalkosten und Personalnebenkosten (Personalkostenplanung)

### Lernergebnisse

#### Wissen und Verstehen

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihr Wissen zu Aufgaben, Inhalten, Organisation sowie Steuerung und Kontrolle der Personalwirtschaft – auf der Grundlage bestehender betrieblicher Organisationslösungen und Prozessbeschreibungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden kennen die Komplexität personalwirtschaftlicher Prozesse und verstehen die Personalwirtschaft bzw. das Personalwesen als einen strategischen Erfolgsfaktor für Unternehmen. Sie kennen alle relevanten Instrumentarien der Personalwirtschaft in Unternehmen.

**Können**

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente der Personalwirtschaft auszuwählen und im Sinne einer langfristigen, stabilen Unternehmensentwicklung vernetzt anzuwenden. Sie bewerten die Personalkosten eines Unternehmens im Verhältnis zur Gesamtleistung und verfügen über die Fachkompetenz zur Einbringung von Optimierungslösungen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die personalwirtschaftlichen Prozesse zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Sie stellen die Personalkosten als eine wesentliche Aufwandsposition in einem Dienstleistungsunternehmen im Kontext zur betrieblichen Gewinn- und Verlustrechnung dar.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, bezüglich personalrelevanter Themen mit Vorgesetzten und Mitarbeitern eine fachbezogene Diskussion zu führen. Sie können sowohl die Bestandteile der Lohn- und Gehaltsrechnung erläutern als auch Personalkostenrechnungen bewerten, mit Argumenten untersetzen und kommunizieren. Die Studierenden erwerben dabei soziale Kompetenzen und Erfahrungen im Personalwesen, die sie zur Übernahme von Führungsaufgaben befähigen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
--	--
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	120
Prüfungsvorbereitung	60
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Projektarbeit	--	10	Während der Praxisphase	--

**Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

**Unterrichtssprache**

Deutsch

**Angebotsfrequenz**

Jährlich (Sommersemester)

## **Medien / Arbeitsmaterialien**

Betriebliches Organisationshandbuch

## **Literatur**

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Jung, Hans: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 8. Auflage, 2008.

### ***Vertiefende Literatur***

--



## Praxismodul Rechnungswesen / Finanzierung

*Die Studierenden reflektieren zielgerichtet die in den Modulen Investitionen / Finanzierung / Steuern sowie Kosten- und Ergebnisrechnung erworbenen Kenntnisse zum Aufbau und Ablauf des betrieblichen Rechnungswesens im Kontext ihres Praxispartners. Im Mittelpunkt steht dabei die Kenntnis buchhalterischer Prozesse im Unternehmen, der Kalkulation von Produkten und Leistungen sowie der Finanzplanung eines Unternehmens.*

Modulcode	Modultyp und Credits
PRAX4-T-40	Praxismodul mit 6 Credits
Belegung gemäß Regelstudienplan	Dauer
Semester 4	1 Praxisphase

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Unmittelbare inhaltlich-theoretische Voraussetzungen für das vierte Praxismodul sind die zeitlich in der Wissensvermittlung vorgelagerten Module Externes Rechnungswesen / Steuern (1. und 2. Semester) sowie Internes Rechnungswesen (3. Semester) und das Modul Investitionen und Finanzierung (4. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Rechnungswesen

- Zweck und Aufbau der betrieblichen Buchhaltung
- Kontenrahmen und Kontenplan eines Unternehmens
- EDV-Software in der Buchhaltung
- Zahlungsverkehr

#### Kalkulation des Praxispartners

- Kalkulation von Leistungen an konkreten Beispielen
- Preisgestaltung an konkreten Beispielen

#### Finanzierungsfragen im Unternehmen

- Aufstellen von Finanzierungs- und Liquiditätsplänen
- Liquiditätssicherung / Liquiditätskontrolle

### Lernergebnisse

#### Wissen und Verstehen

##### Wissensverbreiterung

Die Studierenden ergänzen ihr Wissen zu den Instrumentarien und Methoden der betrieblichen Buchhaltung, der Kalkulation von Produkten und Leistungen und damit der Preisgestaltung sowie der kurz- und langfristigen Finanz- und Liquiditätssicherung im Unternehmen.

### Wissensvertiefung

Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen den buchhalterischen Prozessen, der anfallenden Steuern und der Liquiditätsplanung im Unternehmen. Sie vertiefen ihre Kenntnisse zur Finanzplanung eines langfristig agierenden Unternehmens.

### **Können**

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen die branchenübliche Buchhaltungssoftware inklusive Kalkulationssoftware und sind in der Lage, diese einzusetzen und anzuwenden. Die Studierenden können den Verlauf und die Ergebnisse der Buchhaltungs- und der Kalkulationsprozesse hinsichtlich ihrer betriebswirtschaftlichen Relevanz bewerten und Handlungsempfehlungen aus konkreten betrieblichen Situationen ableiten.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden können unter differenzierten betrieblichen Rahmenbedingungen einen kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Finanzplan für das ganz konkrete Unternehmen aufstellen. Gleichzeitig sind sie in der Lage, vorliegende Unterlagen des betrieblichen Rechnungswesens zu analysieren und zu bewerten und daraus Zusammenhänge und Konsequenzen für die zukünftige Gestaltung betrieblicher Prozesse abzuleiten.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Aufgaben und Problemstellungen des betrieblichen Rechnungswesens zu erkennen und zu kommunizieren. Auf der Grundlage betriebswirtschaftlicher Unterlagen können sie einen persönlichen Standpunkt zur wirtschaftlichen und finanziellen Lage des Unternehmens herausarbeiten und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten vertreten.

### **Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Prüfungsleistung	1
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	120
Prüfungsvorbereitung	59
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

### **Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Mündliche Prüfung	30	--	Ende Praxisphase	--

### **Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

### **Unterrichtssprache**

Deutsch

### **Angebotsfrequenz**

Jährlich (Wintersemester)

## **Medien / Arbeitsmaterialien**

Betrieblicher Kontenrahmen, betriebliche Arbeitsanweisung Rechnungswesen (Prozessbeschreibung)

## **Literatur**

### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Burchert, Heiko; Hering, Thomas: Betriebliche Finanzwirtschaft. Aufgaben und Lösungen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München, 1999.

### ***Vertiefende Literatur***

--

## Praxismodul Unternehmensführung

*Die Studierenden reflektieren ihre in den Modulen Unternehmensführung und Managementmethoden erworbenen Kenntnisse zur strategischen und operativen Unternehmensführung im Kontext ihres Praxispartners. Im Mittelpunkt steht der komplexe Prozess der Planung, Steuerung und Kontrolle eines Unternehmens im Sinne einer zielgerichteten Wertschöpfung mit Unternehmenserfolg. Dabei geht es um die Auswahl und Anwendung von Instrumentarien des Controllings im Zusammenhang mit Strategiebildung, Qualitäts- und Umweltmanagement. In der Projektarbeit wird das im Unternehmen bestehende Qualitätssicherungssystem bewertet.*

### Modulcode

PRAX5-T-50

### Modultyp und Credits

Praxismodul mit 6 Credits

### Belegung gemäß Regelstudienplan

Semester 5

### Dauer

1 Praxisphase

### Verwendbarkeit

Das Modul wird im Studiengang Tourismuswirtschaft vermittelt.

Unmittelbare inhaltlich-theoretische Voraussetzungen für das fünfte Praxismodul sind die zeitlich in der Wissensvermittlung vorgelagerten ABWL Module – insbesondere Unternehmensführung im 5. Semester. Wesentliche Inhalte für das Verständnis komplexer betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge im 5. Praxissemester basieren zudem auf Kenntnissen aus den Modulen Soziale, kommunikative und interkulturelle Kompetenz (4. Semester), Controlling (4. Semester) und Juristische Kompetenz (5. Semester).

### Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

--

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

### Lerninhalte

#### Unternehmensführung

- Formulierung strategischer Ziele eines Unternehmens
- Methoden der Unternehmensführung
- Instrumentarien der Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen
- Marketing und Controlling sind Erfolgsfaktoren
- Mitarbeiterführung und Mitarbeitermotivation

#### Qualitätsmanagement des Praxispartners

- Qualitätsmanagement im Unternehmen (ISO 9001:2008)
- Betriebliches Risikomanagement
- Betriebliches Umweltmanagement
- Beschwerdemanagementsystem als Kundenzufriedenheitsmessung

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihr Wissen zu den Aufgaben, Inhalten und Instrumentarien der betrieblichen Unternehmensführung im Kontext mit den konkreten Bedingungen des Praxispartners.

#### Wissensvertiefung

Die Studierenden vernetzen ihr komplexes betriebswirtschaftliches Wissen, indem sie die einzelnen Inhalte zeitlich und logisch in das System der Unternehmensführung integrieren. Sie kennen die „Management-Tools“ die zur Lösung bestimmter betrieblicher Aufgabenstellungen oder Problemlösungen notwendig sind und geben Empfehlungen für deren Anwendung.

### Können

#### Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ausgehend von der konkreten betrieblichen Situation die entsprechenden Managementmethoden auszuwählen, zu verifizieren und zur Lösung von betrieblichen Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie verfügen über die entsprechende Methoden-Kompetenz sowohl hinsichtlich der Auswahl der Instrumentarien als auch bezüglich deren wirkungsvolle und zielführende Anwendung.

#### Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, basierend auf der konkreten Umwelt- und Unternehmensanalyse, die strategischen und / oder operativen Instrumentarien der Unternehmensführung auszuwählen und zu verwenden, die zum wirtschaftlichen Erfolg führen. Sie erwerben auf diesem Wege Managementkompetenz als Ausdruck von Fach- und Sozialkompetenz in Verbindung mit der Fähigkeit zur Mitarbeiterführung.

#### Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, strategische und operative Unternehmensziele sowie die Instrumentarien zu deren Realisierung auszuwählen, zu bearbeiten und gegenüber Vorgesetzten und Mitarbeitern zu kommunizieren. Sie beherrschen die „Kunst der Unternehmensführung“ sowohl inhaltlich als auch methodisch durch die richtige Auswahl der für die Zielerreichung besten Kommunikationsform. Sie können zu Fachthemen der Unternehmensführung in Gremien diskutieren und Standpunkte fundiert kommunizieren.

### Lehr- und Lernformen / Workload

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Prüfungsleistung	1
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium	120
Prüfungsvorbereitung	59
<b>Workload Gesamt</b>	<b>180</b>

### Prüfungsleistungen (PL)

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Mündliche Prüfung	30	--	Ende Praxisphase	--

### **Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

### **Unterrichtssprache**

Deutsch

### **Angebotsfrequenz**

Jährlich (Wintersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Qualitätshandbuch des Unternehmens (ISO DN 9001:2008 – falls vorhanden)

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, Verlag Franz Vahlen, München, 4. Auflage, 2013.
- ISO-Norm: ISO 9001:2008.

#### ***Vertiefende Literatur***

--

<b>D. Bachelorarbeit für den Studiengang Tourismuswirtschaft (BA)</b>	<b>Seite</b>
Bachelorarbeit	181

## Bachelorarbeit

Die Bachelorarbeit umfasst die Thesis und die Verteidigung. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, auf der Basis ihrer bisherigen Kenntnisse und Fertigkeiten eigenständig eine praxisrelevante Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Thesis wird während der Praxisphase erstellt.

Modulcode	Modultyp und Credits
BACHA-T-60	Bachelorarbeit mit 12 Credits
Belegung gemäß Studienablaufplan	Dauer
Semester 6	1 Semester

## Verwendbarkeit

Das Modul schließt den Studiengang Tourismuswirtschaft über die fachspezifische Ausarbeitung einer Thesis ab.

Zur inhaltlichen Erstellung und Verteidigung der Bachelor-Thesis dienen alle im Studiengang vermittelten Module. Die konkrete Basis ist hierbei vom jeweiligen Themengebiet abhängig. Das ABWL-Modul Einführung Propädeutik und ABWL (1. Semester) stellt das erforderliche methodische Wissen für die Erstellung der Abschlussarbeit bereit.

## Zulassungsvoraussetzungen für die Modulprüfung

- Nachweis des bisherigen Erwerbs von mindestens 120 Credits im Studiengang
- Verteidigung der Thesis: Thesis muss mindestens mit der Note „ausreichend“ bewertet worden sein.

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul

--

## Lerninhalte

### Anfertigung der Thesis

- Entwicklung eines Konzepts
- Darstellung von Aufbau und Struktur
- Literaturrecherche und analytische Tätigkeiten
- Eigenständige Erstellung der Thesis

### Verteidigung der Thesis

- Präsentation der in der Thesis gewonnenen Ergebnisse
- Wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion

## Lernergebnisse

### Wissen und Verstehen

#### Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens. Sie überblicken den aktuellen wissenschaftlichen Diskurs der Wirtschaftswissenschaften und kennen formale Anforderungen an wirtschaftswissenschaftliche Texte sowie die Möglichkeiten der Präsentation von wissenschaftlichen Erkenntnissen.



Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen eine Thematik aus dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre und knüpfen hier an den aktuellen Forschungs- und Literaturstand an. Dabei setzen sie sich intensiv mit einer praxisnahen Aufgabenstellung auseinander und erwerben diesbezüglich vertiefte Fachkenntnisse und erweitern diese bezüglich des Themas der Bachelorarbeit durch umfangreiche Literaturrecherchen. Außerdem verfügen sie über spezielle Kenntnisse zur geeigneten Präsentation der Ergebnisse aus ihrer Thesis.

**Können**

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisrelevante Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und praktischer Erkenntnisse selbstständig bearbeiten, kritisch bewerten und weiterentwickeln. Sie sind in der Lage, konkrete und eigenständige Lösungen für wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen zu finden und diese in geeigneter Art und Weise darzustellen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftlich und systematisch zu arbeiten, ihr Vorgehen zu planen und ihre Darstellung sachgerecht zu gliedern. Sie können komplexe und praxisbezogene Aufgabenstellungen umfassend und strukturiert analysieren. Außerdem sind die Studierenden befähigt, praktikable Lösungsvorschläge in verschiedenen Varianten zu erarbeiten. Sie können ihr bisher erworbenes Wissen durch intensive Literaturrecherchen erweitern und damit problemorientiert wissenschaftliche Erkenntnisse darstellen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die Erkenntnisse aus ihrer Thesis in einer Präsentation darzustellen. Sie können auf kritische Fragen fachlich fundiert reagieren und sind befähigt, sich fachgemäß und aktiv an Diskussionen zum entsprechenden Thema zu beteiligen. Darüber hinaus können die Studierenden ihr Vorgehen bei der Erstellung der Thesis erläutern und die gewonnenen Erkenntnisse argumentativ verteidigen.

**Lehr- und Lernformen / Workload**

Lehr- und Lernformen	Workload (h)
<b>Präsenzveranstaltungen</b>	
Tutorium	18
Prüfungsleistung (Praxisphase; Verteidigung)	1
<b>Eigenverantwortliches Lernen</b>	
Selbststudium (Praxisphase)	160
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase; Thesis)	140
Prüfungsvorbereitung (Praxisphase; Verteidigung)	41
<b>Workload Gesamt</b>	<b>360</b>

**Prüfungsleistungen (PL)**

Art der PL	Dauer (min)	Umfang (Seiten)	Prüfungszeitraum	Gewichtung
Thesis	--	60 - 100	Während der Praxisphase	70%
Verteidigung	30	--	Semesterende	30%

**Modulverantwortlicher**

Prof. Dr. Uwe Schneider

E-Mail: [u.schneider@ba-breitenbrunn.de](mailto:u.schneider@ba-breitenbrunn.de)

### **Unterrichtssprache**

Deutsch

### **Angebotsfrequenz**

jährlich (Sommersemester)

### **Medien / Arbeitsmaterialien**

Wissenschaftliche Arbeiten, Fachzeitschriften, Internet, diverse Quellen der Unternehmen

### **Literatur**

#### ***Basisliteratur*** (prüfungsrelevant)

- Fachliteratur entsprechend der Thematik der Bachelorarbeit

#### ***Vertiefende Literatur***

--