

Fachhochschule Eberswalde
Fachbereich Landschaftsnutzung und Naturschutz
Fachbereich Wirtschaft

STUDIENORDNUNG
gültig ab WS 2002
für den postgradualen Studiengang
Nachhaltiger Tourismus
(„Master of Sustainable Tourism Management“)

Präambel
Leitbild des Studiengangs

Es ist nicht genug, zu **wissen**,
man muß es auch **anwenden**

Es reicht nicht, Landschaft und Natur als Kapital zu vermarkten,
Touristiker und Touristen müssen sie auch als Ressourcen
respektieren.

Es ist nicht genug, zu **wollen**,
man muß es auch **tun**.

Es reicht nicht, touristische Leitbilder zu entwerfen,
sie müssen auch umgesetzt und gelebt werden.

Goethe

Wir vermitteln interdisziplinäres Wissen wie Tourismus zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung beiträgt und wie Tourismus im Einklang von Ökonomie, Ökologie und Soziokultur gestaltet werden kann.

Die zukunftsweisende Bewahrung und Gestaltung von Landschaften unter besonderer Berücksichtigung des ländlichen Raums sind unser Fokus.

Ein Team von Dozenten der Fachbereiche Wirtschaft sowie Landschaftsnutzung und Naturschutz, sowie gestandene und innovative Praktiker als Lehrbeauftragte leiten zu problemorientiertem Lernen und Erkunden an, und wenden die erarbeiteten Inhalte gemeinsam mit den Studierenden praktisch an.

Wir wollen nicht nur fachlich und methodisch qualifizieren, sondern auch soziale und interkulturelle Kompetenz vermitteln.

Wir bieten einen zweisprachigen Unterricht an, verpflichten ausländische Gastdozenten und eröffnen weitreichende Möglichkeiten zur Nutzung unserer Partnerschaften im Ausland für einen Austausch.

Unser Tun verpflichtet uns. Wir engagieren uns selbst gesellschaftlich und unternehmerisch im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens. Von unseren Studierenden und Absolvent/innen erwarten wir gleiches.

§ 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung regelt Ziel, Inhalt, Aufbau und Ablauf des Fachhochschulstudiums zum *Master of Sustainable Tourism Management* in dem 3-semesterigen postgradualen Studiengang *Nachhaltiger Tourismus* auf der Grundlage der Prüfungsordnung.

§ 2 Zuständigkeiten

- (1) Der postgraduale Studiengang *Nachhaltiger Tourismus* ist fachbereichsübergreifend zwischen den Fachbereichen Landschaftsnutzung und Naturschutz und Wirtschaft installiert.
- (2) Für die Betreuung dieses Studiengangs wird ein Fachbeirat, bestehend aus hauptamtlichen Mitgliedern des Lehrkörpers der Fachbereiche Landschaftsnutzung und Naturschutz und Wirtschaft sowie des postgradualen Studiengangs *Nachhaltiger Tourismus* und externen Fachleuten konstituiert.
- (3) Die Aufgaben und Kompetenzen des Fachbeirates werden durch eine Satzung geregelt.
- (4) Eine Beratung der Studierenden in studienorganisatorischen Fragen wird durch einen verantwortlichen Mitarbeiter des postgradualen Studiengangs sichergestellt.

§ 3 Gegenstand des postgradualen Studienganges

Nachhaltiger Tourismus vermittelt Fähigkeiten zur Entwicklung und Umsetzung von Konzepten nachhaltiger Tourismusentwicklung und behandelt in praxisorientierter Lehre

- die landschaftlichen, strukturellen und kulturellen Grundlagen und Voraussetzungen des nachhaltigen Tourismus
- die betriebswirtschaftlichen Aspekte des nachhaltigen Tourismus
- die Rolle des Tourismus in der nachhaltigen Regionalentwicklung
- die Entwicklung attraktiver touristischer Angebote
- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit im Tourismus
- „soft skills“ für das Tourismusmanagement
- den Einsatz von Informationstechnologien (IT) im Tourismus.

Gegenstand dieses Studiums ist damit das Wirkungssystem "Landschaft, Mensch und Tourismus" in umfassender und ganzheitlicher Sicht unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsanforderungen. Ebenso gehört dazu, die Auseinandersetzung mit dem Management von nachhaltigen, regionalen und umsetzungsorientierten Entwicklungsprozessen auf wissenschaftlicher Grundlage. Der Studiengang integriert dazu natur-, sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Disziplinen.

§ 4 Studienziel

- (1) Ziel des Studiums ist der Erwerb von theoretischen und praktischen Erkenntnissen auf wissenschaftlicher Grundlage auf dem Gebiet des Management eines nachhaltigen Tourismus mit besonderer Ausrichtung auf nachhaltige Entwicklungskonzepte für Regionen. Der Abschluss *Master of Sustainable Tourism Management* ist berufsqualifizierend und berechtigt zur Promotion.
- (2) Die speziellen Studienziele liegen entsprechend den Anforderungen der beruflichen Praxis in der Vermittlung von
 - Fach- und Methodenkompetenz (Fachwissen unter besonderer Berücksichtigung wissenschaftlicher Methodenkenntnisse);
 - Entscheidungs- und Handlungskompetenz (Fähigkeiten zur Problemlösung);
 - Sozialkompetenz („soft skills“ wie Kommunikations-, Motivations- und Konfliktfähigkeit, Teamgeist).

§ 5 Zugangsvoraussetzungen

- (1) Es werden pro Jahr ca. 40 Studienbewerber/innen zugelassen.
- (2) Für den postgradualen Studiengang werden nur in- und ausländische Bewerber/innen zugelassen, die einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss wie Bachelor, Diplom (FH), Magister, Diplom oder 1. Staatsexamen nachweisen.
- (3) Alle Bewerber/innen müssen als sprachliche Zulassungsvoraussetzung folgende englische Sprachkenntnisse nachweisen: "Test of English as a Foreign Language (TOEFL) mit mind. 550 Punkte für den regulären oder 213 Punkte für den Computergestützten Test, vergleichbare Qualifikationen sowie Muttersprache oder Amtssprache Englisch im Heimatland. Liegt keiner der geforderten Nachweise vor, ist eine befristete Zulassung unter der Voraussetzung möglich, dass spätestens bis zum Ende des 1. Semesters einer der aufgeführten Nachweise nachgeholt wird.
- (4) Als sprachliche Zulassungsvoraussetzung gilt zusätzlich für alle ausländischen Bewerber/innen der Nachweis der „Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang“ (DSH) oder vergleichbare Qualifikationen.
- (5) Der Nachweis von Vorkenntnissen und praktischen Erfahrungen auf dem Gebiet des Tourismus wird empfohlen, ist jedoch nicht Bedingung für die Zulassung.

§ 6 Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester zur Erreichung des Mastergrades. Diese untergliedern sich in:
 - 1. Semester: Fachwissen
 - 2. Semester: Fachwissen und Projektarbeiten
 - 3. Semester: Masterthesis
- (2) Innerhalb der Regelstudienzeit stehen den Studierenden mindestens 54 Semesterwochenstunden für Lehrveranstaltungen zur Verfügung. Genauer regelt die Prüfungsordnung. Dem Selbststudium der Studierenden wird breiter Raum zugemessen. In Projekten sollen die erworbenen Kenntnisse praktisch erprobt werden. Im Rahmen der Masterthesis wird die Fähigkeit nachgewiesen, die erlernten Kenntnisse und Methoden praxisrelevant, wissenschaftlich fundiert sowie in straffer Zeitorganisation anzuwenden.
- (3) Nach erfolgreich absolvierten Studien- und Prüfungsleistungen in den einzelnen Modulen werden Creditpoints gemäß ECTS vergeben und angerechnet. Pro Semester müssen aus allen angebotenen Modulen insgesamt mindestens 30 Creditpoints erzielt werden.
- (4) Die Lehrveranstaltungen finden in Form von Vorlesungen, Seminaren, Übungen, Projekten und Exkursionen teilweise in Deutsch und teilweise in Englisch statt. Art und Umfang der einzelnen Lehrveranstaltungen, wie z.B. die Organisation einzelner Lehrgebiete in thematischen Blöcken, gehen aus dem Stundenplan hervor.
- (6) Das Studium beginnt zum Wintersemester.

§ 7 Module und Studieninhalte

(1) Das Lehrprogramm des postgradualen Studienganges umfasst folgende Module:

Module	ECTS- Anrechnungspunkte
<u>1. Semester (Winter)</u>	
(1) Tourismus und Umwelt	5
(2) Tourismusökonomie	5
(3) Angebotsentwicklung und Nachfragemanagement	6
(4) Öko-Tourismus	5
(5) Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus I	2
(6) Tourismus-IT I	3
(7) Tourismus-Englisch	2
(8) Kommunikation im Tourismus	2
Gesamt: 30	
<u>2. Semester (Sommer)</u>	
(9) Projektarbeit	8
(10) Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus II	3
(11) Tourismusmarketing	3
(12) Umweltmanagement	2
(13) Customer-Relationship-Management	4
(14) Tourismus-IT II	2
(15) Interkulturelle Kommunikation	5
(16) Exkursion	3
Gesamt 30	
<u>3. Semester (Winter)</u>	
Masterthesis	30
Gesamt: 30	

(2) Die Stoffgebiete zu den einzelnen Modulen gehen aus der Anlage 2 hervor.

(2) Die Lehrformen zu den einzelnen Modulen gehen aus der Anlage 3 hervor.

§ 8 Prüfungen

- (1) Für alle Module sind studienbegleitend Leistungsnachweise zu erbringen.
- (2) Näheres hierzu sowie zu weiteren Prüfungsvoraussetzungen ist in der Prüfungsordnung geregelt.

§ 9 Einbringen von Studienleistungen in ein ECTS-Konto

Die während des Studiums erbrachten Leistungen führen, differenziert nach Art und Umfang der benoteten Leistung, zu Anrechnungspunkten im Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen (ECTS); durch Akkumulierung dienen diese Anrechnungspunkte zur Erreichung des Mastergrades und ermöglichen die Anrechnung von Studienleistungen beim Hochschulwechsel, insbesondere auch ins Ausland.

§ 10 Inkrafttreten

- (1) Diese Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Mit Inkrafttreten dieser Studienordnung wird die gültige Studienordnung vom 19.09.2001 außer Kraft gesetzt.
- (2) Sie gilt für Studierende, die ihr Studium an der FH Eberswalde ab dem Wintersemester 2002/2003 aufnehmen.

Anlage 1: Aufbau des Studiums

Studienabschluss: Master of Sustainable Tourism Management				
3 Monate	Masterarbeit			
	Modul 13: Customer-Relationship- Management	Modul 14: Tourismus-IT II	Modul 15: Interkulturelle Kommunikation	Modul 16: Exkursion
2. Semester	Modul 9: Projektarbeit	Modul 10: Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus II	Modul 11: Tourismusmarketing	Modul 12: Umweltmanagement
	Modul 5: Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus I	Modul 6: Tourismus-IT I	Modul 7: Tourismus-Englisch	Modul 8: Kommunikation im Tourismus
1. Semester	Modul 1: Tourismus und Umwelt	Modul 2: Tourismusökonomie	Modul 3: Angebotsentwicklung und Nachfragemanagement	Modul 4: Öko-Tourismus

Anlage 2: Inhalte des Curriculums

1. Semester

Modul	Lehrinhalte
Modul 1 Tourismus und Umwelt	Struktur und Funktion des Systems Tourismus; Tourismus und Umwelt: Wechselwirkungen und Handlungsfelder; Historische Entwicklung des Tourismus
Modul 2 Tourismusökonomie	Betriebswirtschaftliche Grundlagen im Tourismus; Unternehmensgründung; Profit Planning; Projektmanagement
Modul 3 Angebotsentwicklung und Nachfragemanagement	Struktur der Nachfrage; Nachfrageermittlung; Anforderungen an die Angebotsentwicklung; Nachhaltiges Destinationsmanagement; Stärken-Schwächen-Analysen / Chancen-Risiken- Analysen
Modul 4 Öko-Tourismus	Tourismus und Naturschutz; Merkmale und Auswirkungen des Naturtourismus und Ökotourismus; Öko-Tourismus in der Praxis; Nachhaltiges Tourismusmanagement in Schutzgebieten
Modul 5 Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus I	Aufgaben und Strategien der Raumordnung sowie der Regionalpolitik; Anforderungen an nachhaltige Regionalentwicklung; Regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus
Modul 6 Tourismus-IT I	Möglichkeiten und Techniken der effektiven Informationsgewinnung; Datenerfassung, -verarbeitung und –auswertung; Datenpräsentation und Distribution
Modul 7 Tourismus-Englisch	Fachvokabular ‚nachhaltiger Tourismus‘; fachbezogenes Kommunikationstraining; Übungen zur Korrespondenz
Modul 8 Kommunikation im Tourismus	Aufbau, Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen; Visualisierungstechniken; Grundlagen der Moderation (Anforderungen, Einsatz, Methoden, Techniken)

2. Semester

Modul	Lehrinhalt
Modul 9 Projektarbeit	Erarbeitung anwendungsbezogener Lösungen für konkrete Fragestellungen zur nachhaltigen touristischen Entwicklung in Regionen
Modul 10 Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus II	Entwicklung und Umsetzung von touristischen Konzepten in Regionen; Steuerung von regionalen Entwicklungsprozessen; Zusammenarbeit der Akteure ; Praxisbeispiele
Modul 11 Tourismusmarketing	Umfeldbedingungen und Marktanalyse; Strategisches Marketing; Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik); Marketing-Implementierung
Modul 12 Umweltmanagement	Umwelt- und Qualitätsmanagements im Tourismus auf betrieblicher und regionaler Ebene (u.a. Qualitäts- / Umweltkennzeichnungen im Tourismus); Umweltorientierte Unternehmensführung
Modul 13 Customer-Relationship-Management	CRM als ganzheitlicher Ansatz der Unternehmensführung; Strategisches CRM; Operatives CRM (u.a. Interaktionsformen); Webbasierte CRM-Lösungen
Modul 14 Tourismus-IT II	Vertiefung: Datenerfassung, -verarbeitung und –auswertung; Datenpräsentation und Distribution; CRS / IRS – Systeme; Präsentation im Web
Modul 15 Interkulturelle Kommunikation	Kulturelle Aspekte der Kommunikation; interkulturelle Kompetenz; beispielhafte Projekte für interkulturelle Kommunikation
Modul 16 Exkursion	Kennen lernen von Modellregionen der nachhaltigen Tourismusentwicklung

3. Semester

Modul	Lehrinhalt
Masterthesis	Theoretische Reflexion und Abstraktion bisheriger Erfahrungen (Behandlung aktueller Fragestellungen / Entwicklung von konzeptionellen und umsetzungsorientierten Ansätzen)

Anlage 3: Lehrformen der Module

1. Semester

Modul	Lehrform *)	SWS	ECTS-Anrechnungspunkte
Modul 1 Tourismus und Umwelt	V, S, Ü, E	4	5
Modul 2 Tourismusökonomie	V, S, Ü	4	5
Modul 3 Angebotsentwicklung und Nachfragemanagement	V, S, Ü, P	4	6
Modul 4 Öko-Tourismus	V, S, Ü, P, E	4	5
Modul 5 Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus I	V, S, Ü, E	2	2
Modul 6 Tourismus-IT I	V, S, Ü	2	3
Modul 7 Tourismus-Englisch	V, S, Ü	2	2
Modul 8 Kommunikation im Tourismus	V, S, Ü	2	2

2. Semester

Modul	Lehrform *)	SWS	ECTS-Anrechnungspunkte
Modul 9 Projektarbeit	P	4	8
Modul 10 Nachhaltige Regionalentwicklung und Tourismus II	V, S, Ü, P, E	2	4
Modul 11 Tourismusmarketing	V, S, Ü, P	4	5
Modul 12 Umweltmanagement	V, S, Ü, P	2	3
Modul 13 Customer-Relationship-Management	V, S, Ü	2	3
Modul 14 Tourismus-IT II	V, S, Ü	2	2
Modul 15 Interkulturelle Kommunikation	V, S, Ü; E	2	2
Modul 16 Exkursion	S, E	2	3

3. Semester

Modul	Lehrform *)	SWS	ECTS- Anrechnungspunkte
Masterthesis	Masterarbeit	10	30

V = Vorlesung

S = Seminar

Ü = Übung

E = Exkursion

P = Projekt

*) der Anteil der jeweiligen Lehrformen wird vom Dozenten spätestens zu Semesterbeginn festgelegt