

Anlage 1 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement (MA) gültig ab WS 2014/15

Modulübersicht

1. Fachsemester (Wintersemester)

Module und zugehörige Lehrveranstaltungen des 1. Fachsemesters	Inhalte	Status	ECTS	SWS	Lehrformen	Prüfungsleistungen	Prüfungsvorleistungen	Gewichtung der Modulnote	
<i>Tourismus, Umwelt und Gesellschaft</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung, insbes. ökologische und soziale Nachhaltigkeit,</li> <li>• Umwelt- und sozio-kulturelle Auswirkungen des Tourismus,</li> <li>• Einführungen in Landschaftsökologie, Biodiversität, Klimawandel,</li> <li>• Menschen- und Arbeitnehmerrechte,</li> <li>• Nachhaltigkeitsbewusstsein von Touristen.</li> </ul>	<i>PM</i>	6	6	<i>VL, S, Exk., Ü</i>	<i>mP (100 %)</i>	<i>R</i>	<i>MN*6</i>	

<p><i>Tourismusökonomie</i></p>	<p>Ökonomieschwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der neoklassischen Ökonomie,</li> <li>• Auseinandersetzung mit alternativen ökonomischer Ansätzen,</li> <li>• Internetökonomie.</li> </ul> <p>Tourismusschwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Aufbau der Branche,</li> <li>• aktuelle Entwicklungen und Themenschwerpunkte aller Teilbranchen der Tourismusindustrie,</li> <li>• Einflüsse der IuK Technologien auf die Branche und Veränderung der Strukturen,</li> <li>• digitale Unterstützung nachhaltiger Tourismusentwicklungsansätze.</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>6</p>	<p>5</p>	<p><i>VL, Ü,</i></p>	<p><i>K (100 %)</i></p>	<p><i>R</i></p>	<p><i>MN*6</i></p>	
<p><i>Grundlagen des Marketingmanagements</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketinggrundlagen, Definitionen, Entwicklung nach Marktreife, Analyse- und Strategie-/ Realisations-Tools wie z.B. AnsoffMatrix, Porfolio, SWOT, Benchmark, BalanceScore-Card,</li> <li>• Zielgruppen und Produktanalyse sowie Marktbearbeitungsstrategien,</li> <li>• eMarketing und Tools des Onlinemarketing sowie Controlling.</li> <li>• empirische Methoden der Marktforschung (Quantitativ, Qualitativ, Online-Forschung).</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>6</p>	<p>5</p>	<p><i>VL, Ü, P</i></p>	<p><i>H (50 %)</i> <i>R (50 %)</i></p>		<p><i>MN*6</i></p>	

<p><i>Nachhaltiges Unternehmensmanagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzeichen klassischer Unternehmensführung,</li> <li>• nachhaltige Ansätze von Management,</li> <li>• Wirtschaftsethik,</li> <li>• Innovations- und Entrepreneurship,</li> <li>• Qualitätsmanagementansätze und -systeme (ISO 9000, EMAS und ISO 14000).</li> </ul>	<p>PM</p>	<p>6</p>	<p>4</p>	<p>VL, S, Ü</p>	<p>H (100 %)</p>	<p>_____</p>	<p>MN*6</p>	
<p><i>Grundlagen des nachhaltigen Destinationsmanagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitionen Destination, Destinationsmanagement-Organisation (DMO),</li> </ul>	<p>PM</p>	<p>6</p>	<p>6</p>	<p>_____</p>	<p>K (100 %)</p>	<p>_____</p>	<p>MN*6</p>	
<p><i>Grundlagen nachhaltiges Destinationsmanagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ebenen der räumlichen Planung in Deutschland, Landschaftsplanung und Umweltschutzverfahren,</li> </ul>		<p>4</p>	<p>4</p>	<p>VL, S, Ü, Exk.</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>		
<p><i>Nachhaltige Standortentwicklung</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismusplanung als Aufgabe des Destinationsmanagements, Erarbeitung von Tourismuskonzepten,</li> <li>• Nachhaltigkeit in der Destinationsentwicklung: Indikatoren, Bewertungsansätze, CSR für Destinationen.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen für Machbarkeitsstudien für nachhaltige touristische Ferien- und Freizeitinfrastruktur,</li> <li>• Einzugsbereichs-, Konkurrenzanalyse,</li> <li>• betriebswirtschaftliche und weitere Indikatoren für (nachhaltige) Wirtschaftlichkeit,</li> <li>• Fallbeispiele.</li> </ul>		<p>2</p>	<p>2</p>	<p>VL, S, Ü</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>		

2. Fachsemester (Sommersemester)

Module und zugehörige Lehrveranstaltungen des 2. Fachsemesters	Inhalte	Status	ECTS	SWS	Lehrformen	Prüfungsleistungen	Prüfungsvorleistungen	Gewichtung der Modulnote	
<i>Corporate Social Responsibility (CSR) in Tourism</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen von CSR mit spezifischem Tourismusbezug,</li> <li>• Umsetzung ökologischer und sozialer und wirtschaftlicher Grundprinzipien des nachhaltigen Tourismus in das Unternehmensmanagement von Reiseveranstaltern, Reisebüros und des Gastgewerbes,</li> <li>• Reporting-/Managementsysteme und -Richtlinien im Umwelt- und Sozialbereich mit den Schwerpunkten Klimaschutz, Biodiversität, Menschenrechte,</li> <li>• Analyse und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus.</li> </ul>	<i>PM</i>	6	4	<i>VL, Ü, P</i>	<i>H (100 %)</i>	<i>R</i>	<i>MN*6</i>	

<p><i>eTourism</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die digitale Tourismuswirtschaft (Trust, Vertriebswege, Destinationsmanagement, Controlling und Monitoring, Kundenkommunikation u. Soziale Netzwerke),</li> <li>• Strukturen und Geschäftsmodelle,</li> <li>• Einfluss der IuK Technologie auf die Tourismuswirtschaft,</li> <li>• Nachhaltigkeit in Bezug auf die Teilbranchen des Tourismus (Transport, Unterkunft, Verpflegung, Animation etc.) anhand aktueller Forschungsbeiträge.</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>6</p>	<p>5</p>	<p><i>VL, S, Ü</i></p>	<p><i>P (50 %) und R (50 %)</i></p>	<p><i>H (PT einer LV)</i></p>	<p><i>MN*6</i></p>	
<p><i>Angewandtes Marketingmanagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwickeln eines Problemlösungsansatzes auf Basis einer wissenschaftlichen Theorie in Kommunikation mit der Praxis,</li> <li>• Anwendung der Marketinggrundlagen wie Analyse – Strategie – und Marktbearbeitung unter Bezug auf eine konkrete Problemstellung in kleinen Teams mit einem realen Partner.</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>6</p>	<p>4</p>	<p><i>S, P,</i></p>	<p><i>R (100 %)</i></p>	<p>=====</p>	<p><i>MN*6</i></p>	

<p><i>Destinations- und Schutzgebietsmanagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Schutzgebiets-typen und -management,</li> <li>• Besuchermanagement, Angebotsformen, Marktsegmente und Anbieter naturbezogener Tourismusformen und landschaftsbezogener Erholung einschl. Natursport,</li> <li>• touristische Inwertsetzung von Schutzgebieten und naturnaher Kulturlandschaft, UNE-SCO-Welterbegebiete, Geoparks, Sternenparks,</li> <li>• Nachhaltige Mobilität,</li> <li>• Erneuerbare Energien und Tourismus.</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>6</p>	<p>5</p>	<p><i>VL, S, Ü, Exk.</i></p>	<p><i>H (100 %)</i></p>	<p>_____</p>	<p><i>MN*6</i></p>	
<p>Fachexkursion</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gespräche mit Tourismus-Akteuren und Entscheidungsträgern des jeweiligen Ziellandes,</li> <li>• Themen-Schwerpunkte: Best Practice Beispiele im nachhaltigen Tourismus, Tourismus in Großschutzgebieten, Besucherlenkung, Stadttourismus, Kulturtourismus, Naturtourismus, Tourismusplanung, Tourismusmarketing,</li> <li>• Selbstkritische Reflektion des eigenen Reiseverhaltens.</li> </ul>	<p><i>PM</i></p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p><i>Exk. Ü</i></p>	<p><i>mit Erfolg (ES)</i></p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	

Wahl-Pflicht-Module (4 ECTS müssen erreicht werden)	Inhalte	Status	ECTS	SWS	Lehrformen	Prüfungsleistungen	Prüfungsvorleistungen	Gewichtung der Modulnote	
<i>Tourism in Developing Countries</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse/Diskussion von Entwicklungstheorien u. Armut als zentralem Problemkomplex,</li> <li>Spezifische ökonomische, soziale und ökologische Herausforderungen von Entwicklungs- und Transformationsländern,</li> <li>Potenziale und Probleme von Tourismus in Entwicklungsländern (Schwerpunkte: Ökotourismus, Gemeindebasierter Tourismus, Pro-poor Tourism, Fair Trade Tourismus),</li> <li>Grundlagen der Entwicklungszusammenarbeit und Einsatz des nachhaltigen Tourismus als Instrument zur Armutsbekämpfung,</li> <li>Grundlagen interkultureller Kommunikation.</li> </ul>	<i>WPM</i>	4	4	VL, Ü	R (100 %)	=====	<i>MN*4</i>	
<i>Cultural Tourism and Sustainability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Angebot und Nachfrage im Kulturtourismus,</li> <li>Entwicklung und Vermarktung kulturtouristischer Angebote,</li> <li>Nachhaltiges Eventmanagement, Kultursponsoring,</li> <li>Beispielhafte kulturtouristischen Angebotsformen: Garten-, Literatur- und Filmtourismus, kulinarischer Tourismus/regionale Spezialitätenküchen,</li> <li>Nachhaltigkeit im Kulturtouris.</li> </ul>	<i>WPM</i>	2	2	VL, S, Exk.	R (100 %)	=====	<i>MN*2</i>	

<p><i>Planung nachhaltige Fach- exkursion</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Organisation und Durchführung einer nachhaltigen Fachexkursion mit dem ganzen Semester,</li> <li>• zielgruppengerechte Auswahl der Fachthemen unter Berücksichtigung der Spezifik des jeweiligen Ziellandes,</li> <li>• organisatorischen Besonderheiten einer nachhaltigen Gruppenreise,</li> <li>• jährlich wechselndes Zielland.</li> </ul>	<p>WPM</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>S, VL</p>	<p>Präsentation (Reiseleitung) (33,3%) und H (66,6 %)</p>	<p>—————</p>	<p>MN*2</p>	
<p><i>Umweltbildung in Urlaub und Freizeit/ Kulturinterpretation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsabgrenzung (formell, non-formal, informell),</li> <li>• Methoden non-formaler Umweltbildung (Ausstellungen, Themenwege),</li> <li>• Interpretation, personale Interpretation, mediale Interpretation, Leitidee, Kurzinterpretation, Interpretationsgang, Anwendung und Training,</li> <li>• Aufbau und Praxis von Bildungszentren und Organisationen (z.B. NGOs, Museen, Zoos).</li> </ul>	<p>WPM</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>S, Exk.</p>	<p>H (100 %)</p>	<p>—————</p>	<p>MN*2</p>	



<p><i>Kommunikation/ Moderation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Gesprächsführung (Eisbergmodell, Axiome, Sender-Empfänger-Modell, 4-Seiten einer Nachricht),</li> <li>• Selbstpräsentation &amp; Wirkung (inkl. Feedback),</li> <li>• Gruppenprozesse steuern (Gruppenphasenmodell),</li> <li>• Moderationssettings gestalten (Moderationszyklus).</li> </ul>	<p>WPM</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>VL, Ü</p>	<p>R (100 %)</p>	<p>_____</p>	<p>MN*2</p>	
<p><i>Online Marketing Cases</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampagnenentwicklung in einer Suchmaschine,</li> <li>• Entwicklung einer AdWord-Strategie für ein/e reale/s KMU/NGO,</li> <li>• Erarbeitung und Umsetzung von Marketingzielen für eine Onlinekampagne in Kooperation mit einem Unternehmen/NGO</li> <li>• Aufbau in Phasen mit jeweils einem Abschlussdokument: Informationsphase – PreCampaign-Strategie, Campaign – Durchführung der Kampagne, PostCampaign und Ergebnis-Paper,</li> <li>• Durchführung der Kampagne in enger Abstimmung mit/für einen Partner Unternehmen/NGO),</li> </ul>	<p>WPM</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	<p>VL, S, Ü</p>	<p>R (100 %)</p>	<p>_____</p>	<p>MN*4</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auseinandersetzung mit Begrifflichkeiten und der Zielgruppe als Grundlage der Beschäftigung mit Suchtechnologie. Reflektion der inhaltlichen Bedeutung des Begriffs „Nachhaltigkeit“ in diesem Kontext.</li> </ul>								
<i>Social Entrepreneurship</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennenlernen des Konzeptes des Social Entrepreneurships,</li> <li>Entwicklung einer eigenen Idee mit Hilfe von Kreativitätstechniken und Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Problemfeldern,</li> <li>Planung mit Projektmanagement und Finanzrahmen,</li> <li>Definition einer Zielgruppe und eines Umsetzungsplanes,</li> <li>Vermittlung mit modernen OnlineLearning Tools und durch Aufgaben, Reflektionsvorlesungen sowie Kreativitätstechniken und Projektmanagement-Tools .</li> </ul>	<i>WPM</i>	4	4	<i>VL, S</i>	<i>H (50 %) und Präsentation (50 %)</i>	=====	<i>MN*4</i>	
<i>Aktuelle Spezialthemen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>variiert, abhängig vom ausgewählten Thema, nicht jährlich, nur bei aktuellen Anlässen wie aktuelle Entwicklungen, Gastprofessoren, Angebote von Partner-Universitäten u.ä.</i></li> </ul>	<i>WPM</i>	2	2	<i>VL, S, Exk</i>	<i>variiert</i>	=====	<i>MN*2</i>	

3. Fachsemester (Wintersemester)

Module und zugehörige Lehrveranstaltungen des 3. Fachsemesters	Inhalte	Status	ECTS	SWS	Lehrformen	Prüfungsleistungen	Prüfungsvorleistungen	Gewichtung der Modulnote	
<i>Projektpraktikum</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung in Projektmanagement,</li> <li>Projekt zur Erarbeitung anwendungsbezogener Lösungen zur nachhaltigen Entwicklung von Destinationen oder Unternehmen in Zusammenhang mit einem Praktikum,</li> <li>bzw. Projekt in Kooperation mit einem Praxispartner.</li> </ul>	<i>PM</i>	30	6	VL, S, P	H (75 %), R (25 %)	<i>Projektstrukturplan</i>	<i>MN*30</i>	

4. Fachsemester (Sommersemester)

Module und zugehörige Lehrveranstaltungen des 4. Fachsemesters	Inhalte	Status	ECTS	SWS	Lehrformen	Prüfungsleistungen	Prüfungsvorleistungen	Gewichtung der Modulnote	
<i>Masterarbeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fallbesprechungen zum Konzept der Master Thesis der Teilnehmer/-innen,</li> <li>Hinweise zum methodischen Vorgehen,</li> </ul>	<i>PM</i>	30	6	_____	Masterarbeit (75%) und mündliche Prüfung (Verteidigung) (25%)		<i>MN*30</i>	
<i>Wissenschaftliches Kolloquium</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentation mit Definition: Problem, Definition des Gegenstandsbereiches, der Forschungsfragen, zugrundeliegende Theorien, geplantes methodisches Vorgehen, erwartete Ergebnisse.</li> </ul>		4	4	VL, S		R (mit Diskussion) oder Hausarbeit		
<i>Forschungsmethoden</i>			2	2	VL, S	_____	H (Exposé zur Master Thesis)		
<i>Erstellen der Masterarbeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>analysieren und rekapitulieren der im Studium vermittelten Forschungsmethoden,</li> </ul>		24	-		_____	_____		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• systematisieren und reflektieren im Hinblick auf ihre Anwendbarkeit für verschiedene Forschungsfragen im Rahmen der Masterarbeit.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung einer wissenschaftlichen Arbeit,</li> <li>• theoretische Reflexion und Abstraktion bisheriger Erfahrungen,</li> <li>• Analyse und Weiterentwicklung aktueller Fragestellungen oder Projekte,</li> <li>• Entwicklung von konzeptionellen und umsetzungsorientierten Ansätzen anhand von Fallbeispielen.</li> </ul>													
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Abkürzungen**

Status	Lehrform	Prüfungsleistung	Sonstiges
<i>PM - Pflichtmodul</i> <i>WPM - Wahlpflichtmodul</i>	<i>VL – Vorlesung</i> <i>S – Seminar</i> <i>Ü – Übung</i> <i>GÜ – Geländeübung</i> <i>LÜ – Laborübung</i> <i>Exk. – Exkursion</i> <i>P – Betreute Projektarbeit</i>	<i>K – Klausur</i> <i>mP – Mündliche Prüfung</i> <i>ES – Erfolgsschein für praktische Studienabschnitte</i> <i>H – Hausarbeit (sonstige schriftliche Arbeit)</i> <i>R – Referat</i> <i>PT – Protokoll</i>	<i>LV – Lehrveranstaltung</i> <i>MN – Modulnote</i>