

# Rahmenplan Hotel- und Tourismusmanagement

Touristische Märkte ändern sich zunehmend schneller. Neue Trends verlangen von Anbietern, Dienstleistern und Veranstaltern gleichermaßen ein hohes Maß an Flexibilität und Kompetenz in der Beratung, der Angebotsgestaltung und der Umsetzung individueller Kundenwünsche. Die Studierenden werden innerhalb eines komplexen und managementorientierten Studiums mit betriebswirtschaftlichen und fachspezifischen Inhalten branchenaktuell und effizient auf die Lösung dieser Aufgaben vorbereitet. Durch Auswahl spezifischer Wahlpflicht-Veranstaltungen können die Studierenden Schwerpunkte in dem Bereich Hotellerie oder Tourismus setzen.

## 1. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Studierenden lernen die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge kennen. Wichtige Bestandteile sind dabei die Grundlagen des Managements, die betriebswirtschaftlichen Rahmenentscheidungen sowie die Aufgabenstellungen der wesentlichen Funktionsbereiche im Unternehmen. Die Einführung in das externe Rechnungswesen umfasst neben theoretisch vermittelten Inhalten praktische Übungen, die die Studierenden mit unterschiedlichen Buchungsvorgängen vertraut machen. Weitere Themen sind z.B. die Einführung in die für das Unternehmensumfeld relevanten rechtlichen Zusammenhänge sowie die Vermittlung von Präsentations- und Moderationstechniken.

#### **Fachspezifische Inhalte**

Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Tourismusökonomik vertraut gemacht. Sie verstehen die volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Sie überblicken die Nachfrageseite des Tourismusmarktes sowie die Teilleistungen der verschiedenen Anbieter. Außerdem werden die Strukturen und Potentiale des Beherbergungswesens vermittelt. Innerhalb des Teilmoduls „Tourismusgeographie“ stehen vertiefte Kenntnisse über touristische Zielgebiete, deren geografische Besonderheiten sowie die beliebtesten Destinationen im Mittelpunkt.

#### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Den Studierenden werden die betriebswirtschaftlichen Strukturen des Praxisbetriebes vermittelt. Sie lernen die unternehmensinternen Begriffsdefinitionen sowie die Auftrags-, Produkt- und Kundenstruktur kennen. Darüber hinaus erhalten sie einen Einblick in die Finanzbuchhaltung. Die Studierenden werden mit der Aufbau- und Ablauforganisation des Praxisbetriebes sowie den betriebsspezifischen Betriebs- und Arbeitsordnungen vertraut gemacht. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Bedeutung des Praxisbetriebes im Gesamtkontext der Tourismuswirtschaft. Hierbei erfahren die Studierenden die wirtschaftliche Bedeutung des Betriebes für die Destination und für den Tourismus vor Ort. Sie kennen mögliche Kooperationen mit anderen Unternehmen.

## 2. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Kenntnisse über das externe Rechnungswesen, insbesondere den Jahresabschluss, werden vertieft. Die Studierenden erlernen, wie Steuer- und Handels-Bilanzen und die GuV nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren erstellt werden. Ansatzwahlrechte und -gebote werden ebenso aufgezeigt wie die Möglichkeiten der Bilanzanalyse mithilfe von Kennzahlensystemen. Mit der Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung werden wichtige Inhalte des internen Rechnungswesens vermittelt wie Kostenarten, -stellen und -trägerrechnung sowie verschiedene Kalkulationsverfahren. Der gezielte Einsatz von Marketing- und Vertriebsinstrumenten zur Steigerung des Absatzvolumens ist weiterer betriebswirtschaftlicher Schwerpunkt des 2. Semesters. Zudem werden die Kenntnisse der juristischen Arbeitsmethodik vertieft sowie Grundlagen volkswirtschaftlicher Modelle und Zusammenhänge vermittelt.

#### **Fachspezifische Inhalte**

Inhalt des Teilmoduls „Tourismusmanagement“ sind Managementkenntnisse einzelner touristischer Leistungsträger. Die Studierenden lernen die Besonderheiten von Wertschöpfungsprozessen bei Reiseveranstaltern, Reisemittlern und im Transportwesen kennen. Wie die Wertschöpfungsprozesse im Bereich der Hotellerie und der Gastronomie aussehen, wird in einer weiteren Lehrveranstaltung vermittelt, ebenso die Besonderheiten des Destinationsmanagements. Diese Veranstaltung befasst sich u.a. mit den Themen Angebotsgestaltung, Finanzierung und Destinationsentwicklung.

#### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Den Studierenden werden die Grundlagen der Managementaufgaben aufgezeigt. Dabei lernen sie die einzelnen Dienstleistungsprodukte kennen, sie überschauen die betriebliche Wertschöpfungskette, die Marktposition und das Wettbewerbsumfeld ihres Praxisunternehmens, das sie zu vergleichbaren Dienstleistern abgrenzen können. Außerdem erhalten sie Einblicke in das Rechnungswesen, insbesondere in die Kosten- und Leistungsrechnung.

## 3. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Grundkenntnisse des Controllings werden erweitert. Die Studierenden lernen den Zusammenhang zwischen Budgetierung und Forecast, Kennziffern, Jahresabschluss und Kosten- und Leistungsrechnung. Des Weiteren werden Finanzierungsarten, Investitionsrechnungen sowie die Bedeutung der Investitions- und Finanzplanung als strategischer Erfolgsfaktor vermittelt. Im Modul „Informatik“ lernen Studierende erkennen, wie durch geeignete Informations- und Kommunikationstechnologien Unternehmensprozesse effizient abgewickelt und unterstützt werden. Das Modul „Projektmanagement“ befähigt insbesondere zur Durchführung der Projektstrukturierung sowie dem Einsatz ausgewählter Projektmanagement-Methoden und -Techniken. Die Kenntnisse volkswirtschaftlicher Zusammenhänge werden vertieft.

#### **Fachspezifische Inhalte**

Die Studierenden erlernen die Besonderheiten der Vermarktung touristischer Leistungen im Quell- und im Zielmarkt. Im Rahmen des Moduls „Tourismusmarketing“ erhalten sie Kenntnisse über Strategien und Konzepte im Marketing-Mix sowie die Möglichkeiten zur Beeinflussung von Angebot und Nachfrage innerhalb des Reiseverkehrsmarktes und seiner unterschiedlichen Ausprägungen. Sie kennen Instrumente der Marktanalyse und können diese kontextadäquat anwenden. In zwei weiteren Veranstaltungen werden die Besonderheiten des „Hotelmarketing“ und des „Destinationsmarketing“ behandelt.

#### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich ‚Controlling‘. Sie lernen die Grundlagen der Budgetierung, der Liquiditätsplanung sowie die Bedeutung von Kennzahlen kennen. Betriebsinterne Technologien bzw. Softwarelösungen werden eingeübt und genutzt. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Marketingaktivitäten des Praxisbetriebes. Hierbei werden die Studierenden in der Marktforschung sowie bei Gäste- und Kundenbefragungen eingesetzt. Sie kennen Instrumente der Marktanalyse von Quell- und Zielmärkten und wenden diese kontextadäquat an. Die Studierenden kennen den unternehmensinternen Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Vertriebspolitik).

## 4. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Einen Schwerpunkt bildet die Vermittlung von Kenntnissen im Hinblick auf Entscheidungssituationen. Dazu gehören die Zusammenhänge von Aufbau- und Ablauforganisation und die Techniken der Organisationsgestaltung. Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über Führungsmodelle und die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit, z.B. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Studierenden lernen weitere Rechtsgebiete innerhalb des betrieblichen Kontextes kennen. Dazu gehören ausgewählte Fragestellungen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts. Im Rahmen des Informatik-Moduls werden der Aufbau und die Arbeitsweise von Datenbanksystemen sowie deren technische Möglichkeiten und Grenzen vermittelt.

#### Fachspezifische Inhalte

Die aktuellen technischen Herausforderungen im Tourismusbetrieb sind Schwerpunkte des 4. Semesters. In zwei Veranstaltungen werden die Grundlagenkenntnisse der Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme im Tourismus und in der Hotellerie vermittelt. Die Studierenden verstehen die Systeme und sind in der Lage, diese im Hinblick auf ihre Anwendung kritisch zu beurteilen und kontextadäquat auszuwählen. Wie die Möglichkeiten des Internet und der Social Media innerhalb des Tourismus genutzt werden können, ist Inhalt der Lehrveranstaltung „E-Tourismus/Anwendertechnologien für Hotel- und Tourismusmanagement“.

#### Assistentenarbeit

Erstellen einer schriftlichen Studienarbeit über einen vom Fachleiter in Verbindung mit dem Praxisbetrieb vorgegebenen Themenbereich aus den Studieninhalten der Module der vorhergehenden Semester.

Projektablauf:

- ▲ Themendefinition
- ▲ Gliederung
- ▲ Literaturrecherche
- ▲ Praxistransfer
- ▲ Synthese (Theorie/Praxis)
- ▲ Präsentation.

#### Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Den Studierenden werden die Grundkenntnisse über die im Praxisbetrieb eingesetzten Informations-, Kommunikations- und Reservierungssysteme vermittelt. Sie werden mit den betrieblich relevanten Rechtsgebieten vertraut gemacht. Die Ausgestaltung der Vertriebswege, möglicherweise durch Nutzung von E-Business-Lösungen, deren Wirtschaftlichkeit und Sicherheitsaspekte werden aufgezeigt. Die Studierenden lernen vorhandene Management-Informationssysteme kennen.

## 5. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Studierenden lernen die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit kennen. Dies umfasst u.a. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Auswirkungen zunehmender Internationalisierung und Globalisierung auf die Geschäftstätigkeit ist Inhalt von zwei Teilmodulen. Die Studierenden lernen, wie sich strategische und operative Managementaufgaben bei länderübergreifenden Fragestellungen verändern. Ebenso werden die unterschiedlichen Umgangsformen im internationalen Kontext vermittelt. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Bedeutung des Prozess- und Performancemanagements im Unternehmen. Den Studierenden wird aufgezeigt, wie der innerbetriebliche Einsatz ausgewählter Instrumente und die Gestaltung von Prozessabläufen den ständig steigenden Kosten- und Qualitätsanforderungen Rechnung trägt. Themen sind das Supply Chain Management, das Total Quality Management und das Performance Measurement System.

#### Fachspezifische Inhalte

Erster Schwerpunkt des 5. Semesters ist das Vertiefen der Grundlagenkenntnisse in den Gebieten des Hotel-, Gastronomie- und Reiserechts. In der Lehrveranstaltung „Spezielles Recht in der Tourismuswirtschaft“ erfahren die Studierenden, wie rechtliche Regelungen – z.B. das Reiserecht, das Pauschal- und Individualreiserecht und das Reisevertragsrecht – auf die Tourismuswirtschaft einwirken. In einer zweiten Lehrveranstaltung werden die Regelungen des internationalen Privatrechts theoretisch vermittelt und anhand von Fallbearbeitungen praktisch angewandt. Durch Auswahl eines der beiden Wahlpflicht-Module können die Studierenden Schwerpunkte im Bereich Hotellerie oder Tourismus setzen. Das Teilmodul „Internationalität und Nachhaltigkeit der Hotellerie“ vermittelt Kenntnisse der strategischen Unternehmensführung eines internationalen Hotels. Dazu gehören Kenntnisse über Strategiefelder wie Marketing, Organisation, Personal und Finanzen. In einer weiteren Veranstaltung erlernen die Studierenden, wie Corporate Social Responsibility auf die Gestaltung von Hoteldienstleistungen Einfluss nimmt.

#### Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Den Studierenden werden betriebliche Standards im Bereich des Prozess- und Qualitätsmanagement verdeutlicht. Sie lernen das Personalwesen kennen, indem sie dort Aufgaben übernehmen (z.B. die Einarbeitung neuer Mitarbeiter). Die Studierenden erhalten einen Einblick in die gesetzlichen Grundlagen des Praxisbetriebes, z.B. das Reise-, Pauschal- und Individualreiserecht, das Reisevertragsrecht, die Grundzüge der Beförderungsverträge (Flug, Bus, Bahn), das Reiseversicherungsrecht und spezielle Rechtsaspekte des Beherbergungs- und Gastgewerberechts sowie die gesetzlich vorgegebenen Wettbewerbsvorschriften. Ein weiterer Schwerpunkt ist ein Überblick über das internationale Marketingmanagement. Die Studierenden erarbeiten ein internationales Marketingkonzept. Sie setzen sich mit den Themen „Corporate Social Responsibility“ und „Nachhaltigkeit“ auseinander und sind erforderlichenfalls an der Erstellung entsprechender Konzepte beteiligt.

## 6. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Steuerung der Performance von Unternehmen und die hierfür notwendigen Instrumente, Konzepte und Kennzahlen(-systeme) sind Schwerpunkte des 6. Semesters. Darüber hinaus werden Aspekte des Entrepreneurship, der Unternehmensgründung und des unternehmerischen Handelns vermittelt.

#### Fachspezifische Inhalte

Im Mittelpunkt des 6. Semesters stehen aktuelle Trends im Hotel- und Tourismusmanagement. Erster Schwerpunkt ist das moderne Carrier Management in den Bereichen internationaler Flugverkehr, Kreuzfahrten und Schiffsverkehr als Grundlage des globalen Tourismus. Die Studierenden lernen, Instrumente zur Auslastung von Hotel-, Flug- und Schiffskapazitäten optimal einzusetzen. Zweiter Schwerpunkt sind Kulturtourismus und Städtereisen. Die Studierenden lernen die kulturwissenschaftlichen Zusammenhänge und Hintergründe zielgruppenspezifischer Angebote kennen und sind in der Lage, effektive Produktstrategien zu entwickeln und in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zielgerichtet umzusetzen. Dritter Schwerpunkt sind aktuelle und innovative Wertschöpfungskonzepte des Gesundheits- und Wellnesstourismus in global agierenden Tourismusunternehmen und insbesondere im Gastgewerbe.

#### Bachelorarbeit

Erstellen einer schriftlichen Bachelor-Thesis über ein Thema, das von der HWTK in Abstimmung mit dem Praxisunternehmen festgelegt wird.

Projektablauf:

- ⤴ Themendefinition,
- ⤴ Gliederung,
- ⤴ Literaturrecherche,
- ⤴ Praxistransfer,
- ⤴ Synthese (Theorie/Praxis),
- ⤴ Kolloquium.

#### Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden untersuchen die Einhaltung und Verbesserung der Standards im Prozess- und Qualitätsmanagement. Ob und wie Trends im Tourismus die Erfolgchancen/-potentiale des Praxisbetriebes erhöhen, ist weiterer Schwerpunkt der Praxisphase. Die Studierenden analysieren die Zusammenhänge

- ⤴ zwischen Praxisbetrieb und Carrier Management (internationaler Flugverkehr, Kreuzfahrten und Schiffsverkehr),
- ⤴ zwischen Praxisbetrieb und Kulturtourismus (Bildungs-, Studien- und Kulturreisen, kulturbezogene Aktivitäten, Städtereisen) sowie
- ⤴ zwischen Praxisbetrieb und Gesundheits- und Wellnesstourismus (Mode, Trend, Life-style: Wellness, Medical Wellness, REAL Wellness, Reboot Wellness, Luxus Wellness, Social Wellness, Green Spa (LOHAS: "Lifestyle of Health and Sustainability").