

Anlage 2 Curriculum Nachhaltiges Tourismusmanagement Vollzeit ab WS 2024/25

1. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung	SWS	ECTS	Qualifikationsziele
Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen und Lösungsansätze des Tourismus in den Dimensionen Umwelt • Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung und deren Anwendung auf den Tourismus, Entwicklung und Formen des nachhaltigen Tourismus • Dimension Umwelt: Auswirkungen und Lösungsansätze im Bereich Klimawandel und Biodiversität. Bedeutung der Landschaft für den Tourismus • soziale Dimension: Schwerpunkte Menschen- und Kinderrechte, Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmer*innenrechte, Gender & Diversity im Tourismus, Corporate Social Responsibility • kulturelle Dimension: Definition von Kultur, Kulturerbe, Identität. Wechselbeziehung zu Tourismus. Interkulturalität. Bedeutung von Kulturerbe. Fallstudien 	Vorlesung, Seminar, Übung	Mündliche Prüfung 100 % (15-20 Minuten)	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • Kennen der ökologischen, sozialen und kulturellen Auswirkungen und Lösungsansätze des Tourismus • Verstehen, kritisches Diskutieren und Hinterfragen der Zusammenhänge im komplexen Beziehungsgeflecht zwischen Tourismus, Umwelt, Sozialem und Kultur herzustellen und Auswirkungen des Tourismus sowie Konzepte nachhaltiger Entwicklung • Soziale Kompetenz, in Gruppen zu arbeiten, konstruktiv zu diskutieren und die Ergebnisse ihrer Arbeit im Plenum vorzustellen und zu vertreten • Selbstständiges Analysieren und Präsentieren von Fallbeispielen und speziellen Nachhaltigkeitsaspekten
Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen, vertiefendes Verstehen der Tourismusbranche mit ihren Wertschöpfungsstufen in einem ökonomischen Fokus • Vertiefung zu digitalen Geschäftsmodellen, Internetökonomie, Plattformökonomie und Auswirkungen der digitalen Transformation • Betrachtung neuer ökonomischer Ansätze wie Gemeinwohlökonomie oder 	Exkursion (Pflichtteilnahme, Erfordernis ergibt sich aus der darauf aufbauenden Prüfungsleistung, die sich insbesondere auf die mit der Exkursion erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten bezieht sowie aus den	Klausur 100 % 180 Min	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • Erklären der unterschiedlichen Denk- und Handlungsansätze der Betriebswirtschaft und Darstellung der Kritik • Reflektion neuer Ansätze in der Betriebswirtschaft im Kontext des Konzeptes der Nachhaltigkeit • Eigenständiges Arbeiten mit verschiedenen Literaturmöglichkeiten, Erkennen, Beurteilen

		<p>Sozialunternehmertum im Kontext von touristischer Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskussion kritischer ökonomischer Ansätze sowie ethischer Aspekte der Digitalisierung, Ökonomie und Tourismusbranche 	<p>Studiengangsziele , Übungen mit Vortrag und Diskussion, Vorlesung</p>				<p>und Reflektion der theoretischen Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwickelte Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Mitgestaltung
Sustainable Marketing Management	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau auf Marketinggrundlagen durch Entwicklung von Struktur, Erscheinungsformen, Abgrenzung und Besonderheiten des Tourismusmarketings • Marketingkonzeption, -planung, Segmentierung, Positionierung, Kommunikation und Distribution als strategischer Ansatz des Marketings • Struktur, Erscheinungsformen und Besonderheiten des Tourismus – Marketings • digitale Marketingmaßnahmen, strategische Einsatzfelder und Controlling • Digitale Marketinginstrumente, mobiles Marketing und Performance Marketing sowie Social Media Marketing, De-Marketing • Best Practices 	<p>Vorlesung, Übungen, Seminararbeit mit Ausarbeitung von Präsentationen</p>	<p>Hausarbeit 100 % max.8 Seiten</p>	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • Befähigung, digitale Marketingmaßnahmen zu planen, gestalten, kontrollieren sowie die dazugehörigen Instrumente zu bewerten und ihren Einsatz in der Praxis abzuwägen • Kenntnisse und begriffliche Abgrenzung von Green Marketing, nachhaltigem Marketing und Nachhaltigkeitskommunikation • breites integriertes Marketingwissen einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der aktuellen fachlichen Problemstellung aus der Tourismusindustrie • breites Wissensspektrum an Methoden, die sowohl im Bereich der empirischen Sozialforschung als auch im Marketing fundiert sind • Entwicklung von Lösungsansätzen für aktuelle Problemstellungen im Team • Teamfähigkeit, Fähigkeit, sich mit vorgegebenen Aufgaben in definierter Zeit auseinanderzusetzen
Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Destination, Destinationsmanagement-Organisation (DMO) • Ebenen der räumlichen Planung in Deutschland 	<p>Vorlesung, Seminar, Übung, Exkursion</p>	<p>Klausur 100 % 180 Min</p>	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit, Anforderungen an eine wettbewerbsfähige Destination und DMO zu erklären, alle Arbeitsschritte einer

		<ul style="list-style-type: none"> • Umweltverträglichkeitsprüfung und Eingriffsregelung • Tourismusplanung als Aufgabe des Destinationsmanagements-Planung versus Management, Einordnung und Abgrenzung (z.B. zum Tourismusmarketing) • Erarbeitung von Tourismuskonzepten: Angebotsanalyse (Bausteine eines Tourismusangebots), Nachfrageanalyse (Indikatoren, Datenquellen, Entwicklungstrends), Analyse aktueller Zielgruppen, Markt-/Konkurrenzanalyse, SWOT-Analyse als Bewertungsinstrument, Leitbild und Entwicklungsziele, Aktions- und Maßnahmenplan, Fallbeispiele, • Nachhaltigkeit in der Destinationsentwicklung: Indikatoren, Bewertungsansätze und praktische Umsetzung • institutionelle Nachhaltigkeit bei DMO • Wettbewerbe als Aktivierungsinstrument • nachhaltige Mobilität 					<p>Tourismuskonzeption zu erarbeiten und darzustellen, die Schlüsselindikatoren für eine nachhaltige Destinationsentwicklung zu identifizieren und wirksame Maßnahmen im Hinblick auf ihre Umsetzungsfähigkeit zu benennen und einzuschätzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung und Visualisierung von lagetouristischen Situationsanalysen, Nachfrage-, Trend- sowie Markt- und Konkurrenzanalysen, Benchmarks, SWOT, Leitbildern sowie Aktions- und Maßnahmenplänen • Team- und Führungsfähigkeiten • Präsentation und kompetente Vertretung selbstständiger realistischer Nachhaltigkeitsansätze
Data Literacy	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick zu Data Literacy im touristischen Kontext • on der Entstehung von Daten bis zur Kommunikation von Ergebnissen im Kontext der touristischen Wertschöpfungskette • selbstständiges Arbeiten mit Daten • Erarbeitung einer Infografik bzw. Storytelling mit Daten für ein selbstgewähltes Beispiel im touristischen Kontext 	Vorlesung, Übungen	Präsentation mit Diskussion/Argumentation (maximal 30 Minuten)	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • sichere Kenntnis der Schritte bei der Arbeit mit Daten • vertiefte Kenntnis potentieller Probleme in Bezug auf ethische und gesellschaftliche Auswirkungen • selbstständiges Entwickeln von Fragestellungen und Planung auf der Basis von Daten und deren Bearbeitung • Fähigkeit, sicher mit Daten umzugehen (u.a. Finden, Erzeugen, Lesen, Vorverarbeiten,

							Analysieren und Verstehen von Daten sowie deren (visuelle) Aufbereitung für eine datenbasierte Kommunikation)
--	--	--	--	--	--	--	---

2. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung	SWS	ECTS	Qualifikationsziele
Applied Tourism Management Project (incl. Design Thinking Seminar)	PM	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung der Kenntnisse in einem definierten (externen) Projekt mit einem/einer Partner*in Bearbeitung der Fragestellung des Partners bzw. der Partnerin, Entwicklung kreativer Lösungsansätze unter Beachtung des Zeit- sowie Teammanagements (Rollenverteilung) 	Design Think Workshop, Seminar, Übung	Gruppenpräsentation (30 Minuten je Gruppe) 100 % anhand von <ul style="list-style-type: none"> 3 Protokollen einem Poster einem Management Summery (5-8 Seiten) 	8	12	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung der Kenntnisse und Fähigkeiten des Marketing- und Projektmanagements als strategischen Ansatz der Unternehmensführung Fähigkeit, eine komplexe Problemstellung aus der Tourismusindustrie vor dem Hintergrund einer theoretischen Erkenntnis anzugehen und einen Lösungsansatz im Team – mit Ausrichtung auf eine nachhaltige Marketingstrategie zu entwickeln Reflektierung von Marketing-strategien in Bezug auf eine nachhaltige Unternehmensausrichtung
Social Entrepreneurship in Tourism	WPM	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung eines eigenen Business-Konzepts oder Eintrittsweges von Sozialunternehmen in den Arbeitsmarkt Erstellung einer Präsentation als Pitch für eine Unternehmensgründung oder eine Bewerbung kritische Betrachtung von Sozialunternehmen 	Vorlesung, Seminar, Übung mit Vortrag und Diskussion	Präsentation (maximal 15 Minuten) 100 %	4	6	<ul style="list-style-type: none"> umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten zum Social Entrepreneurship Fähigkeit der kritischen Auseinandersetzung mit der Wahl des sozialen Problems, der Analyse der Wurzeln des Problems und Entwicklung von Plänen zur Umsetzung von Lösungen

		<ul style="list-style-type: none"> Auseinandersetzung mit der Finanzierung einer Idee/eines Projekts 					<ul style="list-style-type: none"> Identifizierung von sozialen und gesellschaftlichen Problemstellungen und Entwicklung von Ideen und Brainstorming Werkzeugen für die Abhilfe vertiefte konzeptionelle und strategische Fähigkeiten zur Realisierung von Projektideen vertiefte soziale Kompetenzen
Nature-based Tourism and Protected Area Management	WPM	<ul style="list-style-type: none"> Einführung in Naturschutz und Naturschutzstrategien, Schutzgebietstypen, Schutzgebietsmanagement Freizeit und Tourismus als Eingriffe in die Natur, Konflikte zwischen Naturschutz und Tourismus/Freizeitnutzung Visitor Management und Infrastruktur spezifische Angebotsformen naturbezogener Tourismusformen, Natur- und Ökotourismus – Markt ökonomische Bedeutung des Tourismus für Schutzgebiete, UNESCO-Welterbegebiete nationale und internationale Fallbeispiele 	Vorlesung, Seminar, Übung, Exkursion	Hausarbeit 100 % (maximal 5000 Wörter / maximal 15 Seiten)	4	6	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse zu verschiedenen Naturschutzstrategien und deren Ziele Kenntnisse zu Schutzgebietskategorien und deren Relevanz für Freizeit und Tourismus und zu möglichen Eingriffen durch Freizeit und Tourismus Kenntnis von Besuchermanagementstrategien und deren Umsetzung Kenntnis der wesentlichen Konfliktfelder zwischen Tourismus und Naturschutz Fähigkeit, Anforderungen des Naturschutzes mit den Bedürfnissen von Freizeit und Tourismus abzustimmen Konfliktvermeidung oder –minimierung mittels Besuchermanagementstrategien und –maßnahmen selbstständige Entwicklung von naturtouristischen Angeboten und deren Vermarktung
Applied Data Science in Tourism	WPM	<ul style="list-style-type: none"> praxisorientierte Einführung in die Arbeit mit Daten für die Beantwortung von Fragestellungen im Tourismus 	Vorlesung, Seminar, Übung	Referat 100 % (30 Minuten)	4	6	<ul style="list-style-type: none"> erste Kenntnisse der Programmierung Anwendung vorhandener Werkzeuge

		<ul style="list-style-type: none"> Vermittlung von Grundlagen und Techniken der Datenanalyse und visuellen Aufbereitung 					<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse von gängigen Verfahren für die Bearbeitung von Daten Anwendung der Verfahren anhand praktischer Probleme der Datenaufbereitung und -auswertung
Fleximodul	WPM	<ul style="list-style-type: none"> Angebot erfolgt je nach aktueller Themenlage innerhalb des Studiengangs 	Vorlesung, Übung, Projekt	wird mit dem Angebot festgelegt	4	6	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung bisher erworbener Kenntnisse bei der Umsetzung in einem Projekt

3. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung		ECTS	Qualifikationsziele
Projektseminar	PM	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung eines Projektentwurfs 	Seminar (Teilnahmepflicht, da die Teilnahme für die organisatorische Vorbereitung des und Einführung in das Praxisprojekts erforderlich ist)	Beleg (Erfolgsschein) (maximal 8 Textseiten)	2	2	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung der Fachkenntnisse und –fähigkeiten für die Vorbereitung des Praxisprojekts
Praxisprojekt: Praxisprojekt als a) Projektpraktikum oder b) Transferprojekt	PM	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von theoretischem Wissen und Erwerb praktischer Erfahrungen im Bereich des nachhaltigen Tourismus Er- und Bearbeitung eines Projekts 	mind. 2 Konsultationen mit dem/der jeweiligen Projektbetreuer*in	Präsentation 100 % (maximal 30 Minuten plus 15 Minuten Diskussion/Argumentation)	4	22	<ul style="list-style-type: none"> vertiefte Fachkenntnisse des ganzheitlichen Projektmanagements Fähigkeit zur eigenständigen Entwicklung und Erarbeitung eines konkreten und realistischen Projekts sowie zur Identifikation und Vermeidung bzw. Minimierung von Projektrisiken Fähigkeit, sich in bestehende Arbeitsteams einzufügen und Verantwortung für ihre Aufgabenbereiche zu übernehmen und im Team und mit Vorgesetzten kommunizieren zu können
oder Auslandssemester	Gem. Learning Agreement					18-24	

Aktuelle Themen	WPM	<ul style="list-style-type: none"> • Platzhaltermodul für Studienangebote zu aktuellen Themen der HNEE oder anderer Hochschulen 	richtet sich nach der Modulauwahl	richtet sich nach der Modulauswahl	4	6	<ul style="list-style-type: none"> • richtet sich nach der Modulauswahl
------------------------	-----	--	-----------------------------------	------------------------------------	---	---	--

4. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung	SWS	ECTS	Qualifikationsziele
Wissenschaftliches Kolloquium	PM	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Forschungsdesigns / Exposés für die Masterarbeit 	Übung, Seminar (Teilnahmepflicht, da die Erarbeitung des Exposés für eine erfolgreiche Bearbeitung der Masterarbeit grundlegend ist)	Präsentation (maximal 20 Minuten)	2	4	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der erworbenen Fachkenntnisse und Fähigkeiten • eigenständige Entwicklung und Recherche zu Forschungsthemen – und Forschungsfragen • Anwendung der Techniken der qualitativen und quantitativen und Mixed Methoden der empirischen Feldforschung und Analyse

Abschlussarbeit

Inhalt

ECTS

Masterarbeit		<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen einer Masterarbeit mit hohen wissenschaftlichen Arbeitstechniken und Ansprüchen in Bezug auf Recherche, Zitierung, Argumentierung, Auswertung der Ergebnisse • vertiefte Untersuchung zu einem Thema, das sich mit den Inhalten des MA-Studiengangs auseinandersetzt • Entwicklung einer Forschungsfrage, Adaption der erlernten Forschungsmethoden, Analyse und Interpretation der Ergebnisse 			26		
---------------------	--	--	--	--	----	--	--

Abkürzungen:

PM = Pflichtmodul

WPM = Wahlpflichtmodul