

## Anlage 2 Curriculum Nachhaltiges Tourismusmanagement Vollzeit ab WS 2024/25

### 1. Fachsemester

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

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

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umweltverträglichkeitsprüfung und Eingriffsregelung</li> <li>• Tourismusplanung als Aufgabe des Destinationsmanagements-Planung versus Management, Einordnung und Abgrenzung (z.B. zum Tourismusmarketing)</li> <li>• 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,</li> <li>• Nachhaltigkeit in der Destinationsentwicklung: Indikatoren, Bewertungsansätze und praktische Umsetzung</li> <li>• institutionelle Nachhaltigkeit bei DMO</li> <li>• Wettbewerbe als Aktivierungsinstrument</li> <li>• nachhaltige Mobilität</li> </ul>					<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"> <li>• Erarbeitung und Visualisierung von lagetouristischen Situationsanalysen, Nachfrage-, Trend- sowie Markt- und Konkurrenzanalysen, Benchmarks, SWOT, Leitbildern sowie Aktions- und Maßnahmenplänen</li> <li>• Team- und Führungsfähigkeiten</li> <li>• Präsentation und kompetente Vertretung selbstständiger realistischer Nachhaltigkeitsansätze</li> </ul>
<b>Data Literacy</b>	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick zu Data Literacy im touristischen Kontext</li> <li>• on der Entstehung von Daten bis zur Kommunikation von Ergebnissen im Kontext der touristischen Wertschöpfungskette</li> <li>• selbstständiges Arbeiten mit Daten</li> <li>• Erarbeitung einer Infografik bzw. Storytelling mit Daten für ein selbstgewähltes Beispiel im touristischen Kontext</li> </ul>	Vorlesung, Übungen	Präsentation mit Diskussion/Argumentation (maximal 30 Minuten)	4	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sichere Kenntnis der Schritte bei der Arbeit mit Daten</li> <li>• vertiefte Kenntnis potentieller Probleme in Bezug auf ethische und gesellschaftliche Auswirkungen</li> <li>• selbstständiges Entwickeln von Fragestellungen und Planung auf der Basis von Daten und deren Bearbeitung</li> <li>• Fähigkeit, sicher mit Daten umzugehen (u.a. Finden, Erzeugen, Lesen, Vorverarbeiten,</li> </ul>

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

## 2. Fachsemester

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

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

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

### 3. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung		ECTS	Qualifikationsziele
<b>Projektseminar</b>	<b>PM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erarbeitung eines Projektentwurfs</li> </ul>	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"> <li>Anwendung der Fachkenntnisse und –fähigkeiten für die Vorbereitung des Praxisprojekts</li> </ul>
<b>Praxisprojekt:</b>  <b>Praxisprojekt als</b> <b>a) Projektpraktikum</b> <b>oder</b> <b>b) Transferprojekt</b>	<b>PM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung von theoretischem Wissen und Erwerb praktischer Erfahrungen im Bereich des nachhaltigen Tourismus</li> <li>Er- und Bearbeitung eines Projekts</li> </ul>	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"> <li>vertiefte Fachkenntnisse des ganzheitlichen Projektmanagements</li> <li>Fähigkeit zur eigenständigen Entwicklung und Erarbeitung eines konkreten und realistischen Projekts sowie zur Identifikation und Vermeidung bzw. Minimierung von Projektrisiken</li> <li>Fähigkeit, sich in bestehende Arbeitsteams einzufügen und Verantwortung für ihre Aufgabenbereiche zu übernehmen und im Team und mit Vorgesetzten kommunizieren zu können</li> </ul>
<b>oder</b> <b>Auslandssemester</b>	<b>Gem. Learning Agreement</b>					18-24	

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

#### 4. Fachsemester

Modulbezeichnung	Pflichtmodul/ Wahlpflichtmodul	Modulinhalt	Lehrformen	Prüfungsleistung	SWS	ECTS	Qualifikationsziele
<b>Wissenschaftliches Kolloquium</b>	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung eines Forschungsdesigns / Exposés für die Masterarbeit</li> </ul>	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"> <li>Anwendung der erworbenen Fachkenntnisse und Fähigkeiten</li> <li>eigenständige Entwicklung und Recherche zu Forschungsthemen – und Forschungsfragen</li> <li>Anwendung der Techniken der qualitativen und quantitativen und Mixed Methoden der empirischen Feldforschung und Analyse</li> </ul>

**Abschlussarbeit**

**Inhalt**

**ECTS**

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

Abkürzungen:

PM = Pflichtmodul

WPM = Wahlpflichtmodul