

Modulübersicht

des (dualen) Bachelorstudiengangs
Hotel- und Tourismusmarketing

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen des Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien kannst Du Dich interaktiv mit den Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Deinen Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Betrieb (nur im dualen Bachelor)

In der beruflichen Praxis erfolgt der Transfer der theoretischen Grundlagen in praktische Fähigkeiten.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?
Rufe uns unter der Rufnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

Pflichtmodule des General Managements

Grundlagen der BWL (6 Credit Points)

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin
- Grundlagen des Wirtschaftens
- Konstitutive Entscheidungen
- Grundlagen der Materialwirtschaft
- Produktion
- Einführung in die Finanzwirtschaft

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marketing – Grundlagen und Strategien (4 Credit Points)

- Grundlagen des Marketings und des Marketingmanagements
- Informationsgrundlagen des Marketings
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingzielsetzung
- Strategische Marketingplanung
- Methoden und Modelle der strategischen Marketingplanung
- Operative Marketingplanung
- Elemente des Marketing-Mix

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Einführung in das Rechnungswesen (6 Credit Points)

- Einführung in das Rechnungswesen
- Rechtsgrundlagen der Buchführung nach Handels- und Steuerrecht
- Eröffnung und Abschluss der Bestands- und Erfolgskonten
- Verbuchung des Waren-, Güter- und Zahlungsverkehrs
- Buchungen im Personalbereich
- Grundlagen der Kostenrechnung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden (5 Credit Points)

- Zielorientiertes Arbeiten (Zielformulierung, Zielplanung)
- Lesetechniken
- Bildung von Lerngruppen
- Prüfungsvorbereitung
- Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten

Prüfungsleistung: Hausarbeit (maximal 10 Seiten)

Unternehmensführung und Personalmanagement (6 Credit Points)

- Grundlagen der Unternehmensorganisation
- Personalplanung
- Personalbeschaffung
- Personaleinsatz und Personalführung
- Personalverwaltung
- Personalentwicklung
- Grundbegriffe des kollektiven Arbeitsrechts

Prüfungsleistung: Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Bachelorarbeit (12 Credit Points) und Kolloquium (3 Credit Points)

- Selbstständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus der betriebswirtschaftlichen oder der Fachrichtung des gewählten Studiengangs entsprechenden Forschung und/oder Praxis nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums.

Fachspezifische Pflichtmodule

Hotel Basics (9 Credit Points)

- Wirtschaftlichkeit im F&B-Management
 - ▶ Gastronomiegewerbe
 - ▶ F&B-Controlling
 - ▶ Preispolitik
 - ▶ Break-Even-Point-Analyse
 - ▶ Strategische Entscheidungen
 - ▶ Nachhaltigkeit
- Marketing und Service
 - ▶ Operatives Marketing
 - ▶ Marketinganalysen
 - ▶ Marketing am Arbeitsplatz
 - ▶ Yieldmanagement und Budgetierung
 - ▶ Aufgaben und Organisation des Vertriebs
 - ▶ Verkauf in der Praxis
 - ▶ Service – Grundlagen
 - ▶ Basiswissen Gerichte und Gänge
- Rooms Division
 - ▶ Wirtschaftsdienst
 - ▶ Arbeitsabläufe im Housekeeping
 - ▶ Umweltschutz und Arbeitssicherheit im Housekeeping
 - ▶ Rechtsvorschriften
 - ▶ Empfang
 - ▶ Check-out und Abrechnungsvorgänge
 - ▶ Rechtsvorschriften

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kundenintegration und Kommunikation (6 Credit Points)

- Begriffsbestimmungen und Grundlagen der Veranstaltungsorganisation
- Rechtliche Vorüberlegungen
- Eventmanagement
- Nachbereitung
- Gästegewinnung, Gästebetreuung und Gästezufriedenheit
- Branchenspezifisches Marketing

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Hotel- und Qualitätsmanagement (9 Credit Points)

- Spezielle arbeits- und sozialrechtliche Regelungen im Gastgewerbe
- Branchenbezogene Steuern, Abgaben und Versicherungen
- Marktstrukturen in der Hotellerie
- Erfolgsrezepte in der Hotellerie
- Marketing in der Hotellerie
- Instrumente und Techniken des Qualitätsmanagements
- Mitglieder- und Kundenorientierung im Dienstleistungsunternehmen

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Operatives und Strategisches Hotelmanagement (9 Credit Points)

- Die Aufbau- und Ablauforganisation eines Hotels
- Kennzahlen in der Hotellerie
- Outsourcing in der Hotellerie
- Gebäudemanagement
- Betreiberkonzepte
- Real Estate Management in der Hotellerie
- Investition und Finanzierung in der Hotellerie
- Der Geschäftsplan

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Touristische Grundlagen I (9 Credit Points)

- Geografie des Tourismus
- Angebots- und Nachfragestrukturen im Tourismus
- Psychologie des Reisens
- Tourismuspolitik
- Betrieb eines Reisebüros
- Strategisches Destinationsmanagement
- Operatives Destinationsmanagement

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Touristische Grundlagen II (9 Credit Points)

- Grundlagen der Reiseveranstaltung
- Die Produktpolitik des Veranstalters
- Vertrieb und Verkauf des Reiseprodukts
- Grundlagen des Managements von Verkehrsunternehmen
- Reiseverkehrsträger und ihre Tätigkeitsfelder

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Business English (6 Credit Points)

- Applying for Jobs
- Delegating Tasks
- Scheduling Appointments
- Negotiating Deals
- Arranging Shipments
- Fairs and Exhibitions
- Booking Accommodations

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten, 50 % der Modulgesamtnote), Mündliche Prüfung (20 Minuten, 50 % der Modulgesamtnote). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

Tourismusmarketing (6 Credit Points)

- Internationale B2B-Preispolitik
- Sales Promotion
- Messen und Events
- Verkaufspsychologie im Tourismus
- Organisationsstrukturen und Marketingimplementierung in der Privatwirtschaft
- Organisationsstrukturen und Marketingimplementierung in Tourismusorganisationen
- Controlling im Marketing
- E-Commerce und Online-Marketing

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Trends und Innovationen im Tourismus (6 Credit Points)

- Innovationsorientierung als Philosophie und Managementaufgabe
- Strategisches und operatives Innovationsmanagement
- Innovationsprozess
- Trends und Megatrends
- Herausforderungen für die Trend- und Zukunftsforschung
- Aktuelle Trends im Tourismus

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Konsumentenverhalten und Marktforschung (6 Credit Points)

■ Konsumentenverhalten

- ▶ Methodologische Einführung
- ▶ Aktiviertheit/Involvement
- ▶ Gefühle/Emotionen
- ▶ Wissen/Kognition
- ▶ Motive/Bedürfnisse
- ▶ Einstellungen/Images/Werte/Normen
- ▶ Lebensstile/Persönlichkeit
- ▶ Informationserwerb, Informationsverarbeitung und -speicherung
- ▶ Kaufentscheidungsprozesse
- ▶ Kaufverhalten von Organisationen (Buying Center)

■ Marktforschung

- ▶ Phasen des Marktforschungsprozesses:
 - Problemformulierung und Wahl des Forschungsdesigns
 - Bestimmung der Informationsquellen und Erhebungsmethoden
 - Operationalisierung und Messung der einbezogenen Variablen
 - Durchführung der Erhebung („Feldarbeit“)
 - Vorbereitung der Datenauswertung
 - Datenauswertung und Ergebnisinterpretation
 - Erstellen des Forschungsberichts und Präsentation der Ergebnisse
- ▶ Gütekriterien (Wahrheits- und Nützlichkeitskriterien)
- ▶ Primärforschung (Befragung, Beobachtung, Experiment, Panel)
- ▶ Sekundärforschung (innerbetriebliche und außerbetriebliche Informationsquellen)
- ▶ Online-Marktforschung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kommunikations- und Markenmanagement (5 Credit Points)

- Kommunikationsmanagement
 - ▶ Kommunikationsformen (ATL, BTL, TTL)
 - ▶ Kommunikationsstrategien und -umsetzung, Mediaplanung
 - ▶ Besonderheiten der Online-Kommunikation
 - ▶ Integrierte Kommunikation
 - ▶ Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern (Auswahlkriterien, Briefing, Kampagnenselektion)
- Markenmanagement
 - ▶ Identitätsorientierte Markenführung
 - ▶ Markenstrategien
 - ▶ Branding
 - ▶ Führung komplexer Markensysteme
 - ▶ Markendehnung
 - ▶ Ethische und nachhaltige Markenführung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

International Marketing (5 Credit Points)

- Strategic Marketing (Marktfeldstrategien, Marktstimulierungsstrategien, Marktparzellierungsstrategien, Marktsegmentierungsstrategien, Marktarealstrategien)
- Rahmenbedingungen des internationalen Marketing
- Kaufverhalten im internationalen Kontext
- Besonderheiten der internationalen Marktforschung
- Internationale operative Marketingplanung
- Interkulturelle Kompetenz/Interkulturelle Kommunikation

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Grundlagen Online-Marketing und Social Media (5 Credit Points)

- Online-Marketing
 - ▶ Usability – Benutzerfreundliche Corporate Websites
 - ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM)
 - ▶ Online-Werbung
 - ▶ Online-PR
 - ▶ E-Mail-Marketing
 - ▶ Affiliate-Marketing
 - ▶ Mobile Communications
 - ▶ Video-Marketing/Viral Marketing
 - ▶ Web Analytics
 - ▶ Cross Media Marketing
 - ▶ Multi-Channel-Marketing
- Social Media
 - ▶ Möglichkeiten und Grenzen
 - ▶ Social Media als Instrument der Marktforschung
 - ▶ Social Media im Rahmen der proaktiven Unternehmenskommunikation
 - ▶ Social Media im Rahmen der reaktiven Kommunikation und Dialogorganisation
 - ▶ Rechtliche Aspekte in Social Media

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marketing-Controlling (4 Credit Points)

- Grundlagen (Marketing und Controlling)
- Marketing-Audit (Verfahrens-, Strategie-, Marketing-Mix-, Organisationsaudit)
- Kundenwertanalyse
- Markenwertanalyse
- Kommunikationscontrolling
- Vertriebscontrolling

Prüfungsleistung: Projektarbeit: Visualisierung und Erklärung (5-8 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Dienstleistungsmanagement (9 Credit Points)

- Besonderheiten der Dienstleistungsbranche
- Der Dienstleistungsmarkt in Deutschland
- Charakteristik von Dienstleistungen
- Besondere Herausforderungen des DL-Sektors
- Technologien im Rahmen der DL-Erbringung
- Die Führung von Dienstleistungsunternehmen
- Operatives Dienstleistungsmanagement
- Strategisches Dienstleistungsmanagement
- Internationales Dienstleistungsmanagement
- Evaluation von Dienstleistern und Dienstleistungen

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Advanced Marketing – Ideen- und Innovationsmanagement (5 Credit Points)

- Innovationen – Markt und Wettbewerb
- Technologiemanagement und Innovation
- Innovationsmanagement in der Dienstleistung
- Voraussetzungen für ein erfolgreiches Ideen- und Innovationsmanagement
- Methoden und Werkzeuge zur Verbesserung von Dienstleistungen und Produkten
- Management von Innovationsprozessen im Unternehmen
- Beispiele für Ideenmanagement in der Praxis

Prüfungsleistung: Hausarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Wahlpflichtmodule des Bachelorstudiengangs Hotel- und Tourismusmarketing

Im 5. und 6. Semester (Vollzeit-Variante und duale Variante) bzw. im 6. und 7. Semester (Teilzeit-Variante) hast Du die Möglichkeit, Deine spezifischen Interessen zu vertiefen. Es werden verschiedene Wahlmodule angeboten, von denen je Semester ein Modul zu belegen ist. Alternativ zu den Wahlpflichtmodulen des Studiengangs kannst Du auch ausgewählte Wahlpflichtmodule aus anderen Bachelorstudiengängen belegen.

Hotelmarketing – Schwerpunkt Sales Management und Distribution (15 Credit Points)

- Marketingforschung in der Hotellerie
- Bedeutung des E-Commerce
- Informationsanalyse und Positionierung
- Instrumente der Besucherwerbung
- Elektronische Vertriebskanäle in der Hotellerie
- Implementierung und Verwaltung von OMCM
- Aufbau der Vertriebsorganisation
- Systematisierte Vertriebssteuerung (CRM, CAS)
- Strategische Ausrichtung der Verkaufspolitik

Prüfungsleistung: Projektarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Revenue Management (15 Credit Points)

- Grundlagen des Revenue Managements
- Preisdifferenzierung/Dynamic Pricing
- Kapazitätssteuerung
- Projektmanagement

Prüfungsleistung: Projektarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Gastronomiemangement Advanced (15 Credit Points)

- Produktsicherheit
 - ▶ Marktstrukturen in der Gastronomie
 - ▶ Management in der Gastronomie
 - ▶ Gastronomische Erfolgsrezepte
 - ▶ Marketing in der Gastronomie
 - ▶ Betriebsarten in der Gastronomie
 - ▶ Steuerliche Besonderheiten der Gastronomie
- HACCP
 - ▶ Einführung und rechtliche Grundlagen
 - ▶ Begriffsbestimmung
 - ▶ Bauliche und technische Voraussetzungen
 - ▶ HACCP-Konzept
- Systemgastronomie
 - ▶ Franchisesysteme (nach DFV)
 - ▶ Definition und Abgrenzung zu anderen Vertriebsarten
 - ▶ Formen und Konzepte
 - ▶ Strategische Entscheidungen im Management
 - ▶ Vor- und Nachteile für den Franchisegeber
 - ▶ Invest- und Kostenverteilung
 - ▶ Kontrolle, Betreuung und Mitbestimmung
 - ▶ Vertrag

Prüfungsleistung: Projektarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Eventmanagement – Schwerpunkt Konzeption und Gewerke (15 Credit Points)

- Eventarten in der Praxis
- Planung und Realisierung von Events
- Gewerke und Eventlogistik
- Kalkulation und Budgetierung
- Eventrecht

Prüfungsleistung: Projektarbeit (75 % der Modulgesamtnote) + Präsentation (25 % der Modulgesamtnote)

Eventmanagement – Schwerpunkt Kommunikation und Kreation (15 Credit Points)

- Kommunikation und PR
 - ▶ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Eventbereich
 - ▶ Werbemittel
 - ▶ Erfolgskontrolle der PR-Arbeit
- Kreative Eventkonzepte
 - ▶ Bausteine einer Konzeption
 - ▶ Leitmotiv und Dramaturgie
 - ▶ Kreativitätstechniken, Storytelling
- Eventcontrolling
 - ▶ Nachbereitungsphase
 - ▶ Eventcontrolling
 - ▶ Eventmarketingkontrolle
- Trends im Eventmanagement
 - ▶ Nachhaltigkeit/Green Meeting
 - ▶ Social Media Events
 - ▶ Compliance
 - ▶ Crowdsourcing/Crowdfunding
 - ▶ Technologie Trends

Prüfungsleistung: Projektarbeit + Präsentation (je 50 % der Modulgesamtnote)

Formen des Tourismus: Sporttourismus & Kultur (15 Credit Points)

- Konzeption von Sportangeboten in Destinationen
- Grundlagen und allgemeine Merkmale von Freizeitanlagen und Erlebniswelten
- Grundlagen und Funktionen des Managements in Freizeitanlagen und Erlebniswelten
- Die Praxis des Eventmanagements im Sporttourismus
- Tourismus und Raumplanung
- Architektur als Wirtschaftsfaktor in der Tourismusbranche
- Destinationsmanagement und der Einfluss der Architektur
- Inszenierungen und künstliche Erlebniswelten
- Städtereisen im Sinne von Architekturtourismus

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Formen des Tourismus: Cruisemanagement & Ökologie (15 Credit Points)

- Stellenwert der Kreuzfahrtindustrie
- Besondere Charakteristik von Dienstleistung und Reise in der Kreuzfahrtindustrie
- Konflikt- und Krisenmanagement
- Logistik, Routenplanung und maritimes Recht
- Kreuzfahrtdestinationen
- Besonderheiten des Personalmanagements auf Schiffen
- Status Quo Ökologie und Nachhaltigkeit
- Operationalisierung eines nachhaltigen Unternehmensmanagements
- Spezifika und Wirkungsweise von Tourismusökologie
- Organisationen, Kooperationen und Qualitätssiegel für ökologischen und nachhaltigen Tourismus

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Formen des Tourismus: Sporttourismus & Ökologie (15 Credit Points)

- Konzeption von Sportangeboten in Destinationen
- Grundlagen und allgemeine Merkmale von Freizeitanlagen und Erlebniswelten
- Grundlagen und Funktionen des Managements in Freizeitanlagen und Erlebniswelten
- Einführung in das Eventmanagement
- Die Praxis des Eventmanagements im Sporttourismus
- Status Quo Ökologie und Nachhaltigkeit
- Operationalisierung eines nachhaltigen Unternehmensmanagements
- Spezifika und Wirkungsweise von Tourismusökologie
- Ansätze für die Einführung eines Leitfadens für einen besseren Tourismus

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Formen des Tourismus: Cruisemanagement & Kultur (15 Credit Points)

- Stellenwert der Kreuzfahrtindustrie
- Besondere Charakteristik von Dienstleistung und Reise in der Kreuzfahrtindustrie
- Konflikt- und Krisenmanagement
- Logistik, Routenplanung und maritimes Recht
- Kreuzfahrtdestinationen
- Besonderheiten des Personalmanagements auf Schiffen
- Tourismus und Raumplanung
- Destinationsmanagement und der Einfluss der Architektur
- Inszenierungen und künstliche Erlebniswelten
- Städtereisen im Sinne von Architekturtourismus

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Tourism Consulting (15 Credit Points)

- Beratung in kleinen und mittelständischen touristischen Leistungsträgern
- Beratung in touristischen Konzernen und Ketten
- Projektmanagement
- Risikomanagement
- Wert- und Kapitalmarktorientierung
- Umsetzung und Implementierung der Strategie
- Auswirkungen von Change Management auf die Unternehmenskultur
- Veränderungsprozesse und Konsequenzen
- Aufgaben und Rolle des Coachs
- Ethik und Werte
- Gruppenprozesse

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Advanced Online Marketing (15 Credit Points)

- Geschäftsmodelle im Internet
- Werbestrategien und Instrumente im Internet
- Internet der Dinge (IoT/Web 4.0)
- Big Data Analytics
- Sicherheit im Netz
- Viral Marketing
- Content-Strategie und Content-Marketing
- Digital Publishing/Online Redaktion
- Trends und Perspektiven im Online-Marketing

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Konzeption von Wellnessanlagen (15 Credit Points)

- Planung und Finanzierung von Spas und Wellnessanlagen
- Rentabilität und Kostenstruktur von Wellnessanlagen
- Internationale Gesundheits- und Wellnesskonzepte
- Klassische Behandlungsmethoden – Treatments, Packages und Massagen
- Wellnesstraining-Grundlagen der Bewegung, Ernährung und Entspannung

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten, 40 % der Modulgesamtnote), Klausur (120 Minuten, 60 % der Modulgesamtnote). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

Management von Wellnessanlagen (15 Credit Points)

- Kundenorientierung und -bindung in Wellnessanlagen und Spas
- Verkaufs-, Konflikt- und Beschwerdemanagement im Spa
- Personalmanagement und Führungsqualitäten in Wellnessanlagen
- Qualitäts- und Yieldmanagement
- Controlling und Risikomanagement im Spa

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten, 40 % der Modulgesamtnote), Klausur (120 Minuten, 60 % der Modulgesamtnote). Alle Prüfungsleistungen müssen einzeln bestanden sein.

Golfbetriebsmanagement (15 Credit Points)

- Planung und Organisation des Spiel- und Wettspielbetriebs Jahresspielplan/Turnierplan
- Organisation und Durchführung von Turnieren
- Regeln und Vorgaben
- Golfverbandswesen
- Die Golfanlage als Investitionsvorhaben
- Planung der Golfanlage
- Golfplatzbau
- Wirtschaftsbereiche in Golfanlagen
- Bestimmungsfaktoren für den wirtschaftlichen Erfolg des Golfanlagenbetriebs

Prüfungsleistung: Hausarbeit (15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Vertriebsmanagement (15 Credit Points)

- Begriffsklärung Vertriebsmanagement (Abgrenzung zum Vertrieb, Sales cycle vs. Buying cycle)
- Rechtliche Aspekte (Compliance, Vertragsabschlüsse, z. B. AGBs, Haustürgeschäfte, Garantien)
- Vertriebsprozess (Akquise-Formen, Vertriebsablauf)
- Vertriebsstrategien (Vertriebssysteme, z. B. Franchising, Gebietsaufteilung, Kundenanalyse)
- Vertriebscontrolling (Erfolgsfaktoren, Vertriebssteuerung, Kennzahlen)
- Customer Relationship Management – CRM (Definition, Prozess, Bausteine)
- Key Account Management – KAM (Definition, Gründe, Merkmale, Ablauf für die Implementierung, Bereiche und Anwendung des KAM)

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Nachhaltigkeitsmanagement/Sustainability Management (15 Credit Points)

- Rahmenbedingungen nachhaltiger Unternehmensführung
 - ▶ Nachhaltigkeitsökonomik
 - ▶ Institutionelle Rahmenbedingungen der Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik
 - ▶ Rechtliche Grundlagen umweltorientierter / nachhaltiger Unternehmensführung
- Perspektiven und Konzepte des Nachhaltigkeitsmanagements
 - ▶ Corporate Social Responsibility
 - ▶ Umwelt- und Sozialmanagementsysteme
 - ▶ Gütekriterien und Produktlabels
 - ▶ Zertifizierungen
- Anwendungsgebiete und Unternehmensfunktionen des Nachhaltigkeitsmanagements
 - ▶ Nachhaltiges Innovationsmanagement
 - ▶ Energie- und Ressourcenmanagement
 - ▶ Sustainable Entrepreneurship
 - ▶ Sustainable Supply Chain Management
 - ▶ Sustainable Finance

Prüfungsleistung: Hausarbeit (ca. 15 Seiten), im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

E-Commerce (15 Credit Points)

- Grundlagen der digitalen Wirtschaft
- E-Business (E-Marketplace)
- Elektronische Märkte
- Geschäftsprozessmanagement im E-Commerce
- Betriebliche Anwendungssysteme
- SCM
- Grundlagen zur Erstellung einer Web-Präsenz
- Online-Shop-Systeme
- Digitales Marketing
- Web Analytics
- Datensicherheit/Datenschutz

Prüfungsleistung: Projektarbeit, im dualen Bachelor zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)