

Modulhandbuch Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management Master

erzeugt am 12.10.2023,22:38

Studienleitung	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
stellv. Studienleitung	<u>Prof. Dr. Achim Schröder</u>
Prüfungsausschussvorsitz	<u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u>
stellv. Prüfungsausschussvorsitz	<u>Prof. Dr. Christian Liebig</u>

Qualifikationsziele des Studiengangs

ID	Kurzbeschreibung	Qualifikationsziel	letzte Änderung
Q1		Die Absolvent:innen haben ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten aus einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses im Freizeit-, Sport-, Tourismus-Bereich erweitert und vertieft. Sie haben Kompetenzen in Bezug auf Management, Führung, Marketing basierend auf den Grundlagen des verantwortungsvollen Handelns und unter Berücksichtigung der digitalen Transformation ausgebaut und ihre Problemlösungsfähigkeiten in neuen Kontexten in regionalen und internationalen Unternehmen, Nonprofit-Organisationen, öffentlichen Einrichtungen oder im eigenen Unternehmen erhöht.	09.08.2023
Q2		Die Absolvent:innen sind in der Lage, sich Wissen selbständig anzueignen und anzuwenden. Eine fundierte Entscheidungsfindung auch bei begrenzter Information und die Umsetzung in eigenständigen Projektarbeiten, Fallstudien und Events in Freizeit, Sport, Tourismus führen zu einem Ausbau der analytischen und planerischen Kompetenzen auch in komplexen Situationen. Im Bereich der Methoden-Kompetenzen haben die Absolvent:innen ihre analytisch-handlungsorientierten und wissenschaftlichen Fähigkeiten insbesondere im Bereich der empirischen Forschung erweitert.	09.08.2023
Q3		Die Absolvent:innen können professionell auch in internationalen, transkulturellen und interdisziplinären Gruppen kommunizieren und kooperieren. Sie sind darüber hinaus in der Lage, Gruppen zu koordinieren und zu leiten sowie Konflikte zu adressieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.	09.08.2023
Q4		Die Absolvent:innen sind fähig zu einem kritischen und reflektierten Handeln. Dies bezieht sich insbesondere auf ökonomische, ökologische und soziale Herausforderungen in den Bereichen Freizeit, Sport, Tourismus. Das Bewusstsein für Diversität und gesellschaftliches Engagement ist gestärkt. Um eine professionelle Kommunikation zu erreichen, können Absolvent:innen auf dem aktuellen Stand der Forschung präsentieren, argumentieren bzw. Informationen/Schlussfolgerungen vermitteln.	09.08.2023

Lernergebnisse des Studiengangs

ID	Lernergebnis	Module
----	--------------	--------

ID	Lernergebnis	Module
L1	Die Absolvent:innen können auf der Grundlage eines breiten Basis- und Überblickwissens vertiefte Kenntnisse in ausgewählten Bereichen des Freizeit-, Sport-, Tourismus-Managements in komplexen Problemen der Theorie und Praxis anwenden.	<p>Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft MFSTM-120</p> <p>Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft MFSTM-110</p> <p>Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-350</p> <p>Rahmenbedingungen in der Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche MFSTM-230</p> <p>Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410</p>
L2	Die Absolvent:innen können wissenschaftliche Fragestellungen und Besonderheiten in der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wissenschaft verstehen, analysieren, in Modellen abbilden und erläutern. Sie sind in der Lage, Prozesse der anwendungsorientierten Forschung und Beratung im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor zu beschreiben, zu entwickeln, zu planen und zu gestalten.	<p>Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft MFSTM-110</p> <p>Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz MFSTM-140</p> <p>Methoden der empirischen Sozialforschung MFSTM-150</p> <p>Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-350</p> <p>Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410</p> <p>Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik MFSTM-250</p>
L3	"Die Absolvent:innen sind in der Lage, die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wirtschaft im In- und Ausland aufzuzeigen, wesentliche Akteure der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wirtschaft sowie deren Angebote und Konzepte zu charakterisieren, komplexe Zusammenhänge aufzuzeigen. "	<p>Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft MFSTM-120</p> <p>Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz MFSTM-140</p> <p>Marketing und Kommunikationspolitik MFSTM-310</p> <p>Non-Profit Management MFSTM-320</p> <p>Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-350</p> <p>Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik MFSTM-250</p>
L4	Die Absolvent:innen wenden vertieftes Methodenwissen in verschiedenen Disziplinen der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wissenschaft an und sind in der Lage empirische Untersuchungen zu konzipieren und umzusetzen.	<p>Kultur- und Freizeitgeografie MFSTM-240</p> <p>Methoden der empirischen Sozialforschung MFSTM-150</p> <p>Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-350</p> <p>Projekt- und Prozessmanagement MFSTM-130</p> <p>Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410</p>

ID	Lernergebnis	Module
		Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik
L5	Die Absolvent:innen besitzen vertiefte Kenntnisse über Koordination, Kommunikation und Führung und setzen diese ein. Sie sind in der Lage, als Projektmanager:in oder als Führungskraft fachliche, organisatorische und menschliche Aspekte eines komplexen Vorhabens sachgerecht zu handhaben.	MFSTM-340 Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik MFSTM-430 Kolloquium MFSTM-310 Marketing und Kommunikationspolitik MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik MFSTM-210 Unternehmensführung
L6	Die Absolvent:innen kennen rechtliche Rahmenbedingungen im Kontext von Freizeit, Sport, Tourismus und können diese bezogen auf typische praxisrelevante Fragestellungen anwenden.	MFSTM-240 Kultur- und Freizeitgeografie MFSTM-320 Non-Profit Management Rahmenbedingungen in der MFSTM-230 Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche
L7	Die Absolvent:innen sind in der Lage, Problemstellungen der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit in einem breiten Umfeld mit teilweise neuen und/oder unbekanntem Einflussgrößen zu identifizieren und zu abstrahieren, um diese ganzheitlich zu lösen.	MFSTM-340 Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz MFSTM-320 Non-Profit Management MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement Rahmenbedingungen in der MFSTM-230 Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche Seminar zum Freizeit-, MFSTM-410 Sport- und Tourismusmanagement Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik MFSTM-210 Unternehmensführung
L8	Die Absolvent:innen können Lösungen für komplexe Problemstellungen im wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Kontext selbstständig konzipieren, entwickeln und Rahmenbedingungen für die Umsetzung definieren.	MFSTM-330 Finanzmanagement und Förderung MFSTM-430 Kolloquium MFSTM-240 Kultur- und Freizeitgeografie MFSTM-420 Master-Thesis MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement Seminar zum Freizeit-, MFSTM-410 Sport- und Tourismusmanagement Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik

ID	Lernergebnis	Module
L9	Die Absolvent:innen sind fähig, Einzelne oder Gruppen hinsichtlich wirtschaftlicher Problemlösungen im Kontext von Freizeit, Sport, Tourismus zielorientiert zu leiten.	MFSTM-330 Finanzmanagement und Förderung MFSTM-340 Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz MFSTM-310 Marketing und Kommunikationspolitik MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement MFSTM-210 Unternehmensführung
L10	Die Absolvent:innen können die praktische, methodische und wissenschaftliche Entwicklung freizeit-, sport-, tourismuswissenschaftlicher Themen beurteilen, diese verfolgen und durch eigene Beiträge voranbringen.	MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft MFSTM-340 Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik MFSTM-430 Kolloquium MFSTM-420 Master-Thesis MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410 Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-250 Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik
L11	Die Absolvent:innen haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der empirischen Forschung und wenden diese in einer selbstständigen wissenschaftlichen Arbeitsweise unter Verwendung der Methoden der induktiven und deduktiven Modellbildung an.	MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft MFSTM-420 Master-Thesis MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410 Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-250 Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik
L12	Die Absolvent:innen können sich logisch, rational und überzeugend in mündlicher und schriftlicher Form artikulieren sowie über Inhalte und Probleme der jeweiligen Disziplin sowohl mit Fachkolleg:innen auf unterschiedlichen Hierarchieebenen als auch mit einer breiteren Öffentlichkeit kommunizieren.	MFSTM-430 Kolloquium MFSTM-240 Kultur- und Freizeitgeografie MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement MFSTM-410 Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

ID	Lernergebnis	Module
		Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik
L13	Die Absolvent:innen identifizieren eigenständig die wirtschaftlichen, politischen, sozialen und rechtlichen Rahmenbedingungen der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wirtschaft und berücksichtigen diese bei unternehmerischen Entscheidungssituationen.	Akteure in der Freizeit-, MFSTM-120 Sport- und Tourismuswirtschaft MFSTM-320 Non-Profit Management Rahmenbedingungen in der MFSTM-230 Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche Seminar zum Freizeit-, MFSTM-410 Sport- und Tourismusmanagement Seminar zur nachhaltigen MFSTM-250 Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik MFSTM-210 Unternehmensführung
L14	Die Absolvent:innen agieren flexibel gemäß den sich ändernden Anforderungen in der heutigen dynamischen Unternehmenswelt und des Non-Profit-Bereichs.	Akteure in der Freizeit-, MFSTM-120 Sport- und Tourismuswirtschaft MFSTM-330 Finanzmanagement und Förderung MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz MFSTM-320 Non-Profit Management Rahmenbedingungen in der MFSTM-230 Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche MFSTM-210 Unternehmensführung

Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management Master Pflichtfächer (Übersicht)

<u>Modulbezeichnung</u>	<u>Code</u>	<u>SAP-P</u>	<u>Studiensemester</u>	<u>SWS/Lehrform</u>	<u>ECTS</u>	<u>Modulverantwortlicher</u>
<u>Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft</u>	MFSTM-120	P440-0001, P620-0124	1	4V	6	<u>Prof. Dr. Ach Schröder</u>
<u>Finanzmanagement und Förderung</u>	MFSTM-330	P440-0004	3	4V	6	<u>Dr. Birgit Pferdmenes</u>
<u>Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft</u>	MFSTM-110	P440-0007	1	4V	6	<u>Prof. Dr. Kerst Heuwinkel</u>
<u>Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik</u>	MFSTM-340	P440-0113	3	4V	6	<u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u>
	MFSTM-140	P440-0009	1	4V	6	

<u>Modulbezeichnung</u>	<u>Code</u>	<u>SAP-P</u>	<u>Studiensemester</u>	<u>SWS/Lehrform</u>	<u>ECTS</u>	<u>Modulverantwortlicher</u>
<u>Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz</u>						<u>Prof. Dr. Petra Garnjost</u>
<u>Kolloquium</u>	MFSTM-430	P440-0010	4	2V	2	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
<u>Kultur- und Freizeitgeografie</u>	MFSTM-240	P420-0462, P440-0011	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Achim Schröder</u>
<u>Marketing und Kommunikationspolitik</u>	MFSTM-310	P440-0013, P440-0014	3	4V	6	<u>Prof. Dr. Achim Schröder</u>
<u>Master-Thesis</u>	MFSTM-420	T440-0015	4	-	22	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
<u>Methoden der empirischen Sozialforschung</u>	MFSTM-150	P440-0017	1	4V	6	<u>Prof. Dr. Achim Schröder</u>
<u>Non-Profit Management</u>	MFSTM-320	P440-0019, P620-0129	3	4V	6	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
<u>Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement</u>	MFSTM-350	P440-0022	3	4V	6	<u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u>
<u>Projekt- und Prozessmanagement</u>	MFSTM-130	P440-0021	1	4V	6	<u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u>
<u>Rahmenbedingungen in der Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche</u>	MFSTM-230	P440-0024	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Holger</u>
<u>Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement</u>	MFSTM-410	P440-0026	4	4V	6	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
<u>Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik</u>	MFSTM-250	P440-0027	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
<u>Unternehmensführung</u>	MFSTM-210	P440-0031	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Petra Garnjost</u>

(17 Module)

Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management Master Wahlpflichtfächer (Übersicht)

<u>Modulbezeichnung</u>	<u>Code</u>	<u>SAP-P</u>	<u>Studiensemester</u>	<u>SWS/Lehrform</u>	<u>ECTS</u>	<u>Modulever</u>
<u>Edutainment</u>	MFSTM-W-11		2	4V	6	<u>Prof. Dr. Rockenba</u>
<u>Entrepreneurship</u>	MFSTM-W-21		2	4V	6	<u>Prof. Dr. Garnjost</u>
<u>Eventmanagement</u>	MFSTM-W-25	P440-0112, P620-0586	-	-	6	<u>Prof. Dr. Rockenba</u>
<u>Freizeit- und Adventure-Management</u>	MFSTM-W-31	P440-0005	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Rockenba</u>
<u>Fremdsprachen (Englisch)</u>	MFSTM-W-51	P440-0008, P450-0219, P450-0220	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Tinnefeld</u>
<u>Mobilitätsmanagement</u>	MFSTM-W71		2	4V	6	<u>Prof. Dr. Rockenba</u>
<u>Qualitätsmanagement</u>	MFSTM-W-91		2	4V	6	<u>Prof. Dr. Schröder</u>
<u>Sportmanagement</u>	MFSTM-W-111	P440-0028	2	4V	6	<u>Prof. Dr. Rockenba</u>
<u>Wellness- und Gesundheitstourismus</u>	MFSTM-W-141		2	4V	6	<u>Prof. Dr. Heuwink</u>

(9 Module)

Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management Master Pflichtfächer

Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

Modulbezeichnung: Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft
Modulbezeichnung (engl.): Stakeholders in the Leisure, Sport and Tourism Sectors
Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017
Code: MFSTM-120

<p>SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)</p>
<p>ECTS-Punkte: 6</p>
<p>Studiensemester: 1</p>
<p>Pflichtfach: ja</p>
<p>Arbeitssprache: Deutsch</p>
<p>Prüfungsart: Klausur (90 Min, Wiederholung semesterweise) [letzte Änderung 23.01.2014]</p>
<p>Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-120 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach MFSTM-120 (P440-0001, P620-0124) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 1. Semester, Pflichtfach</p>
<p>Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.</p>
<p>Als Vorkenntnis empfohlen für Module: <u>MFSTM-240</u> Kultur- und Freizeitgeografie <u>MFSTM-330</u> Finanzmanagement und Förderung <u>MFSTM-350</u> Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement <u>MFSTM-W-11</u> Edutainment <u>MFSTM-W-111</u> Sportmanagement <u>MFSTM-W-141</u> Wellness- und Gesundheitstourismus <u>MFSTM-W-21</u> Entrepreneurship <u>MFSTM-W-25</u> Eventmanagement <u>MFSTM-W-31</u> Freizeit- und Adventure-Management <u>MFSTM-W-91</u> Qualitätsmanagement <u>MFSTM-W71</u> Mobilitätsmanagement [letzte Änderung 07.09.2023]</p>
<p>Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Achim Schröder</u></p>

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- die wirtschaftliche Bedeutung der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft im In- und Ausland aufzuzeigen,
- wesentliche Akteure der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft sowie deren Angebote und Konzepte zu charakterisieren,
- Zusammenhänge zwischen der aktuellen Marktsituation der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft und den wesentlichen Rahmenbedingungen aufzuzeigen,
- aktuelle Entwicklungen darzustellen sowie zukünftige Entwicklungen selbständig zu prognostizieren und deren Bedeutung für die Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft abzuleiten,
- in Teamarbeit oder alleine eine fundierte Marktanalyse für einzelne Segmente der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft anzufertigen und die zentralen Ergebnisse der Studie zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe zu vermitteln.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

- Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen der Freizeit-, Sport-, und Tourismuswirtschaft
- Aktuelle Marktsituation und Trends bei Akteuren der Freizeit-, Sport-, und Tourismuswirtschaft
- Hotellerie und Gastronomie
- Reisebüros- und Veranstalter
- Verkehrsträger und -infrastrukturanbieter
- Museen (Freilicht- und Heimatmuseen, Kunst- und Technikmuseen)
- Burgen, Schlösser, Altertümer
- Botanische und Zoologische Gärten
- Konzert- und Theaterhäuser
- Eventveranstalter
- Sportarenen und -hallen, Sportinfrastrukturanbieter (Bergbahnen und Marinas),
- Freizeit- und Vergnügungsparks
- Themenwelten und Brand Lands, Factory-Outlets und Shoppingmalls, Urban Entertainment Center,
- Wellness- und Medical Wellness und Bäderlandschaften,
- Ferien- und Campingparks,
- Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter (z.B. Multiplex-Kinos)
- Vergnügungsbetriebe
- Zukunftsperspektiven

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

- Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, aktuellste Auflage
Breidenbach, R., Freizeitwirtschaft und Tourismus, aktuellste Auflage
Dettmer, H. (Hrsg.), Tourismus-Marketing-Management, Oldenbourg, München, 1999
Freyer, W. (Hrsg.), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, aktuellste Auflage.
Opaschowski, H.W., Freizeitwirtschaft - Die Leitökonomie der Zukunft. Zukunft. Bildung. Lebensqualität, 2007
Page, J.P.; Connell, J.: Tourism. A Modern Synthesis, aktuellste Auflage
Schulz, A., Berg, W., Gardini, M. A., Kirstges, T., Eisenstein, B., Grundlagen des Tourismus. Lehrbuch in 5 Modulen, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
Siller, L.: Strategisches Management alpiner Destinationen: Kultur als Wettbewerbsvorteil für nachhaltigen Erfolg. (Schriften zu Tourismus und Freizeit;10) Berlin, 2010
Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 23.01.2014]

Finanzmanagement und Förderung

Modulbezeichnung: Finanzmanagement und Förderung
Modulbezeichnung (engl.): Financial Management and Project Funding
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-330
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten, Wiederholung semesterweise)
[letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

MFSTM-330 (P440-0004) Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017 , 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft
MFSTM-210 Unternehmensführung

[letzte Änderung 06.09.2023]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Dr. Birgit Pferdenges

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 06.09.2023]

Lernziele:

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls

- das Finanzmanagement in den wissenschaftlichen Kontext einordnen, Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung erklären und die Organisationen der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft dem Dreisektoren-Modell zuordnen

- im For-Profit-Bereich auf der Grundlage eines breiten Basiswissens vertiefte Kenntnisse in ausgewählten Bereichen des Finanzmanagements auf Probleme der Theorie und Praxis anwenden und Lösungen selbständig konzipieren (insbesondere die Bewertung der Finanzsituation von Organisationen, die Ermittlung des Kapitalbedarfs und Möglichkeiten zur Deckung des Kapitalbedarfs, die Investitionsrechnung, die Finanzierungsplanung für Start-ups)

- im öffentlichen Sektor den Wandel von der Kameralistik zur Doppik diskutieren, das Problem der Baumolschen Kostenfalle aufzeigen sowie die Funktionsweise der Zinspolitik der Europäischen Zentralbank und deren Auswirkungen auf die Finanzierung von Organisationen, insb. von Stiftungen, beschreiben

- im Nonprofit-Bereich die Besonderheiten, u.a. im Steuer- und Gemeinnützigkeitsrecht, wiedergeben und in einem dynamischen (Finanzierungs-)Umfeld alternative Finanzierungsquellen und neue Formen des Fundraising reflektieren und anhand von Praxisbeispielen diskutieren

- die Möglichkeiten der staatlichen Tourismus- und Sportförderung referieren, Aufbau und Inhalt eines Förderantrages erklären und für einfache Praxisbeispiele einen Förderantrag anfertigen.

[letzte Änderung 06.09.2023]

Inhalt:**Grundlagen**

Einordnung des Finanzmanagements in den Kontext des Rechnungswesens und der Finanzwirtschaft
Zusammenhang von Investition und Finanzierung
Drei-Sektoren-Modell und Zuordnung von jeweils geeigneten Finanzierungsformen

Finanzmanagement

Ziele des Finanzmanagements (Rentabilität, Liquidität, Sicherheit, Unabhängigkeit, ethische Aspekte)
Investitionsrechnung (statische und dynamische Verfahren)
Kennzahlensysteme
Systematisierung der Finanzierungsformen (Eigen-/Fremdfinanzierung, Innen-/Außenfinanzierung, Dauer der Kapitalbereitstellung)
Bereitstellung von Eigenkapital, Fremdkapital, Mezzanine-Kapital (insb. durch Kapitalerhöhung, Börsengang, Business Angels, Private Equity und Venture Capital, Lieferantenkredit, Kundenanzahlung, Factoring, Leasing, Bankkredite)
Gründungsfinanzierung (Business Plan, typische Finanzquellen), Finanz-Lebenszyklus von Unternehmen
Finanzplanung (Cashflow, Kapitalflussrechnung, Kapitalbedarfsplanung, Liquiditätsplanung)
Unternehmenskrisen, Insolvenzverfahren

Besonderheiten des Finanzmanagements im öffentlichen Sektor

Kameralistik und Doppik
Die Baumolsche Kostenfalle
Die Zinspolitik der EZB und ihre Auswirkung auf Stiftungen

Besonderheiten des Finanzmanagements im dritten Sektor

Typische Finanzpartner, Steuer- und Gemeinnützigkeitsrecht, Sphären steuerbegünstigter Körperschaften
Nonprofit Accountability und Möglichkeiten der Umsetzung
Partizipative Preismechanismen (Pay what you want, Pay as you stay)
Sponsoring und Spenden (Spenderpyramide/-lebenszyklus)
Weitere Möglichkeiten des Fundraising: z.B. Kapitalkampagnen, Memberships, Matching Funds, Guerilla Fundraising, Cause-related Fundraising, Spendenläufe, Crowdfunding

Förderung

Förderung aus öffentlichen Mitteln (Kommune, Land, Bund, EU), z.B. Tourismusförderung und Sportförderung auf den verschiedenen Ebenen
Förderung durch Stiftungen
Förderanträge: Finanzierungsformen, Vorgehensweise bei der Antragstellung

[letzte Änderung 06.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Vorlesung mit Gruppen- und Projektarbeit, Diskussion mit Studierenden

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.
Ausgewählte empfohlene Quellen sind:

Bächstädt, K.-H. (2016). Non-Profit-Organisationen: Finanzierung und Fundraising, in: Kredit & Rating Praxis, 42. Jg, Heft 3, S. 16-20.
Bieg, H., Kußmaul, H., Waschbusch, G. (2023). Finanzierung. 4. Auflage. München: Vahlen.
Bieg, H., Kußmaul, H., Waschbusch, G. (2016). Investition. 3. Auflage. München: Vahlen.
Brealy, R.A. et al. (2022). Principles of Corporate Finance. 14. Edition. Boston: McGraw-Hill.
Gerlach-March, R., Pöllmann, L. (2019). Kulturfinanzierung, 2. Auflage, Wiesbaden: Springer.

Gerpott, T. (2017). Pay-What-Yout-Want pricing: An Integrative Review of the empirical research literature, in: Management Science Letters, Vol. 7, Issue 1, pp. 35-62.

Helmig, B., Boenigk, S. (2020). Nonprofit-Management. 2. Auflage. München: Vahlen.

Hurlebaus, A. (2013). Grundsätze ordnungsgemäßer kommunaler Rechnungslegung und ihre Auslegung im Hinblick auf die Bewertung kommunaler Sachanlagen. Wiesbaden: Springer.

Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A. (2022). Finanzwirtschaft der Unternehmung. 18. Auflage. München: Vahlen.

Prätsch, J., Schikorra, U., Ludwig, E. (2012). Finanzmanagement. 4. Auflage. Berlin: Springer.

Nufer, G., Rützel, F. (2016). Best Practices im Sportsponsoring. NACHSPIELZEIT - die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing, Ausgabe 7.

Urselmann, M. (2023). Fundraising: professionelle Mittelbeschaffung für gemeinwohlorientierte Organisationen. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer.

Vilain, M. (2006). Finanzierungslehre für Nonprofit-Organisationen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Vilain, M. (2016). Finanzierung von Nonprofit-Organisationen im Wandel, in: Zimmer, A., Hallmann, Th. (Hrsg.). Nonprofit-Organisationen vor neuen Herausforderungen. Wiesbaden: Springer, S. 331-362.
www.bmwi.de
www.bundesfinanzministerium.de

[letzte Änderung 06.09.2023]

Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft

Modulbezeichnung: Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft
Modulbezeichnung (engl.): Leisure, Sport and Tourism Studies
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-110
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten / Wiederholung semesterweise) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-110 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach MFSTM-110 (P440-0007) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 1.

Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MFSTM-240 Kultur- und Freizeitgeografie
MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement
MFSTM-W-11 Edutainment
MFSTM-W-111 Sportmanagement
MFSTM-W-141 Wellness- und Gesundheitstourismus
MFSTM-W-21 Entrepreneurship
MFSTM-W-25 Eventmanagement
MFSTM-W-31 Freizeit- und Adventure-Management
MFSTM-W-91 Qualitätsmanagement
MFSTM-W71 Mobilitätsmanagement

[letzte Änderung 07.09.2023]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 30.08.2023]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu

den wesentlichen Begriffen, Merkmalen und Ansätzen der Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaften
den Freizeit-, Sport-, Tourismuswissenschaften als interdisziplinäre Wissenschaften
den wesentlichen Bereichen der Lebensstilforschung (insbesondere Freizeit, Sport, Tourismus)
den Analysen des Verhaltens, der Wünsche und der Bedürfnisse der Menschen in Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus (insbesondere aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht)
wissenschaftlich basierten Aktivitäten in den Bereichen Analyse, Bewertung, Reflexion, Entwicklung und Umsetzung von Handlungsempfehlungen (Evaluierung, Erstellung von Expertisen, Wirtschafts- und Politikberatung, Gutachtenerstellung, Auftragsforschung sowie Vorträge, Seminare und Lehre)

Die Studierenden

vertiefen Einblicke in die Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft und können wissenschaftliches Arbeiten in diesen Bereichen anwenden

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Ansätzen der Freizeit-, Sport-, Tourismuswissenschaften

Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Forschungsprojekten insbesondere mit einem hohen

Anwendungsbezug in der Praxis (anwendungsbezogene Forschung)

Berufspraktische Bezüge:

Wissenschaftlich basierte Wirtschafts- und Politikberatung im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor
(wirtschafts-) wissenschaftliche Methoden im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Sozialkompetenz

Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
insbesondere Managementkonzepte und wissenschaftliche Methoden mit hoher Relevanz für das nachhaltige Management im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

wissenschaftliche Fragestellungen und Besonderheiten in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft verstehen, analysieren, in Planungsmodellen abbilden und erläutern

Planungs- und Steuerungsmethoden in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft anwenden (strategische Planung sowie operative Umsetzung)

Prozesse der anwendungsorientierten Forschung und Beratung im Freizeit-, Sport- und Tourismussektor beschreiben, entwickeln, planen und gestalten

im Rahmen von Wissens- und Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung/Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)

die Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft in das allgemeine Wissenschaftssystem einordnen und die Teilbereiche der genannten Wissenschaftsgebiete differenzieren

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Begriffe, Merkmale und Ansätzen der Freizeit-, Sport-, Tourismus-Wissenschaften

Wissenschaftliche Analysen des Verhaltens von Menschen in Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus
Lebensstil- und Milieuforschung (insbesondere Freizeit, Sport, Tourismus)

Wissens- und Projektmanagement in der anwendungsbezogenen Forschung und Beratung

Reflexion und Analyse des Wandels der (globalen) Umwelt und von Freizeit-, Sport-,
Tourismusorganisationen

Aktuelle Methoden und theoretische Grundlagen des Wissensmanagements bzw. Potenziale des Berichtswesens

Strategische Kontrolle von Freizeit-, Sport-, Tourismusorganisationen

[letzte Änderung 30.08.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Integration von hochschulübergreifenden Formaten wie Barcamp und Ringvorlesung.

[letzte Änderung 30.08.2023]

Literatur:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt. Dazu gehören neben Standardwerken zur Freizeit-, Sport-, Tourismuswissenschaft ebenfalls aktuelle Paper zu Themen wie Experience, Flow, Mental Load und KI.

Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, Journal of Tourism Science, ISSN: 2366-0406

Burk, V., & Fahrner, M. (Hrsg.). (2020). Sportwissenschaft: Themenfelder, Theorien und Methoden. München: UTB.

Freericks, R., Hartmann, R., & Stecker, B. (2010). Freizeitwissenschaft: Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Freyer, W. (2011). Tourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Heuwinkel, K. (2023). Tourismussoziologie. München: UTB.

[letzte Änderung 30.08.2023]

Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik

Modulbezeichnung: Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik
Modulbezeichnung (engl.): Teaching and Learning Methodologies in the Leisure, Sport and Tourism Sectors
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-340
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-340 (P440-0113) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik unter Anwendung (wirtschafts-) wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden, Erkenntnisse ihrer Untersuchung (wirtschafts-) wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

Die Studierenden können aktuelle freizeit-, sport-, tourismuspädagogische Diskussionen verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können sport- und gesundheitsbezogene Programme planen, realisieren und umsetzen (motorische und methodisch-didaktische Kompetenz).

Sie können die Leistungsfähigkeit und -entwicklung, Lern- und Trainingserfolge, Verhaltensänderungen durch geeignete diagnostische Verfahren beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie können pädagogisch-wirtschaftswissenschaftliche Analysen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor durchführen (wirtschaftspädagogische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik insbesondere mit folgenden Bereichen der pädagogisch-wirtschaftlichen Analyse:

Erlebnisorientierte Pädagogik in Freizeit, Sport, Tourismus
- Die Teilnehmer kennen Grundbegriffe, Konzepte und Praxisfelder der klassischen Freizeit-, Sport-, Tourismus-, Abenteuer- und Erlebnispädagogik, incl. Museumspädagogik und einer erfahrungsorientierten Didaktik.
- Sie können diese erlebnispädagogischen Ansätze im Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management anwenden und reflektieren.

Das Modul behandelt theoretische Konzepte, Leitbilder und Praxisfelder einer erlebnisorientierten Pädagogik:

- Abenteuer- und Erlebnispädagogik in Freizeit, Sport, Tourismus: Erleben und Lernen in der, Natur,

Therapie und Integration

- Kultur- und Museumspädagogik: Aneignung von Kultur- und Museumswelten durch ästhetisch gegenständliches Lernen im Organisationen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor (Wissenschaftsmuseum, Sportmuseum, Kulturmuseum, Erlebnispädagogische Zentren etc.)
- Erfahrungsorientierte Didaktik: Entfaltung der Sinne und selbstgesteuertes Lernen sowie selbstorganisiertes Lernen.

Prozesse und deren Management im Rahmen abenteuer- und erlebnisorientierter Angebote: subjektives Erleben, Emotionen, soziale Dynamik, Problembewältigung, Reflexion und Transfermöglichkeiten zwischen Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus.

(Rahmen-) Bedingungen und Formen der pädagogischen Praxis (naturesportliche Aktivitäten, Spiel- und Abenteuerpädagogik in urbanen Räumen, pädagogische Aktionen im Museum, Gestaltung von Erfahrungsfeldern für die Sinne, Abenteuer- und Erlebnissport und -tourismus).

Integration von erlebnisorientierten pädagogischen Ansätzen in verschiedene Bereiche in Freizeit, Sport, Tourismus, Kulturarbeit im Stadtteil und in Kinder-, Jugend- und Familien- und Seniorenreisen sowie generationengerechten Angeboten behandelt.

Inszenierung von Erfahrungsräumen

- Die Teilnehmer kennen das Spektrum der Inszenierungsmöglichkeiten für Erfahrungsräume in Freizeit, Sport, Tourismus und können didaktische Konzepte für diese Inszenierungen entwickeln. Weiterhin können sie Inszenierungsprozesse eigenständig planen und zusammen mit anderen Fachdisziplinen (Architektur, Design, Mediengestaltung, Ingenieurwissenschaften, Medizin, Sportwissenschaften, Geografie, Wirtschaftswissenschaften etc.) in die Gestaltung von Erlebniswelten, Museen, Themenhotels, Wellnessanlagen, Reisen, Meetings, Konferenzen, Incentives und Events umsetzen. Sie können die Qualität von Inszenierungen kritisch einschätzen und kennen Analyseinstrumente für die Bewertung.
- Methodik und Didaktik der Gästeführung/Reiseleitung

Das Modul beschäftigt sich mit der steigenden Bedeutung von inszenierten Räumen in der regionalen, nationalen, internationalen, lokalen und mobilen Angebote in Freizeit, Sport und Tourismus im Kontext von Erlebnis, Unterhaltung und Bildung (Edutainment) insbesondere:

- Inszenierung von Wissen in Themenwelten, Museen, Meetings, Konferenzen, Incentives und Events, Ausstellungen in privaten, öffentlichen, realen und virtuellen Räumen
- Inszenierung von Veranstaltungen in Freizeit, Sport, Tourismus, Verkehr, Gastronomie und Hotellerie im Sinne emotionaler und ästhetisierter Erlebnisräume
- Inszenierung von Entspannungs- und Erholungsräumen im Bereich Wellness und Gesundheit
- der Einsatz von Inszenierungstechniken im Rahmen von Kultur- und Theaterarbeit
- übergreifend einsetzbare Inszenierungstechniken
- die Erstellung von Inszenierungskonzepten in Kooperation mit anderen beteiligten Gewerke
- Im Rahmen der Modulprüfung entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Konzept für ein Angebot der erlebnisorientierten Pädagogik im Freizeit-, Sport- und Tourismussektor einschließlich einer Rauminszenierung und stellen dieses mit geeigneten Medien in einer Präsentation vor.

Die Studierenden verfügen über vertiefendes Wissen in Sportpädagogik und -didaktik, u.a. in anthropologische und philosophische Aspekte sportpädagogischer Entscheidungen,

- intra- und extrasportive Sinnerspektiven, methodische Entscheidungen,
- können lehrmethodische Modelle hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit in der Unterrichtspraxis allgemein und zielgruppen-spezifisch differenzieren und reflektieren

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminar

SOL Selbstorganisiertes Lernen

Segeln Selbstgesteuertes Lernen

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Rollenspiele

Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

Literatur / Literature:

Je nach Themenstellung

Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt

(beispielhafte Quellenangaben):

- H. Hahn, H. J. Kagelmann (Hrsg.): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft.* 1993.
- Walter Hunziker: *Gegenwartsaufgaben der modernen Fremdenverkehrswissenschaft.* In: *Jahrbuch für Fremdenverkehr.* 2 1954.
- Kramer, Lutz: *Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung.*
- Hansruedi Müller: *Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik.* 9. erweiterte und aktualisierte Fassung. *Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern, Bern 2002.*
- Hasso Spode: *Prolegomena zu einer Historischen Anthropologie des Tourismus.* In C. Cantauw: *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag.*
- Hasso Spode: *Tourismusgeschichte als Forschungsgegenstand .* In: *Tourismus und Entwicklung im Alpenraum, Innsbruck 2003.*
- *Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung.* 1997-2011.
- Bachleitner, Kagelmann, Keul (Hrsg.): *Der durchschaute Tourist. Arbeiten zur Tourismusforschung.*
- Müllermeister: *Zivilisation und Mobilität. Der Beitrag der Kulturanthropologie zur Tourismuswissenschaft.* In: *Bensberger Protokolle.* 1998.
- Freyer: *Tourismus-Ökonomie oder Ökonomie des Tourismus.* In: *Fischer, Laesser: Theorie und Praxis der Tourismus und Verkehrswirtschaft im Wertewandel.*
- Harald A. Friedl: *Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens.* München, Wien, Profil Verlag, 2002.
- Harald A. Friedl: *Kybernetische Tourismusethik: Zukunftsweisendes Instrument des nachhaltigen Tourismusmanagements?* In: *Egger, R.; Herdin, T. (Hg.) (2007). Tourismus. Herausforderung. Zukunft.* Salzburg: Lit-Verlag, S. 561-586, Salzburg.
- Kulinat: *Tourismuskonsum: Motive und Theorie.* In: *Becker, Hopfinger, Steinecke: Geographie der Freizeit und des Tourismus.*
- K. H. Wöhler: *Sozialwissenschaftliche Tourismusforschung im vorparadigmatischen Zustand.* In: *Bachleitner, Kagelmann, Keul: Der durchschaute Tourist.* 1998.
- Reinhold Popp, Marianne Schwab, *Pädagogik der Freizeit, Hohengehren, 2003*
- Birgit Grauvogel, *Tourismuspädagogik, Geograph. Ges. Trier in Zus.arbeit mit der Fachgruppe Geographie der Univ. Trier, 1994*
- John Dattilo, *Leisure education program planning: a systematic approach, Venture Publishing, 2008*
- Claus Finger, Brigitte Gayler, *Animation im Urlaub: Handbuch für Planer und Praktiker, Oldenbourg Verlag, 2003*
- Csikszentmihalyi, M.: *Das Flow-Erlebnis.* Stuttgart 1993
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: *Flow im Sport.* München 2000
- FdSnow, *Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband*
- Forsberg, K. et all, (2000), *Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.*
- Freyer, W., *Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage*

- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
- Hofstede, G.; Interkulturelle Zusammenarbeit. Kulturen - Organisationen - Management, Wiesbaden 1993
- Holloway, C., The business of tourism, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006
- Hoyer, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Hoyle, L., Event marketing, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 07.09.2023]

Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz

Modulbezeichnung: Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz
Modulbezeichnung (engl.): Intercultural and Sociocultural Competence
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-140
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
[letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-140 (P440-0009) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 30.08.2023]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MFSTM-W-11 Edutainment

MFSTM-W-111 Sportmanagement

MFSTM-W-141 Wellness- und Gesundheitstourismus

MFSTM-W-21 Entrepreneurship

MFSTM-W-25 Eventmanagement

MFSTM-W-31 Freizeit- und Adventure-Management

MFSTM-W-91 Qualitätsmanagement

MFSTM-W71 Mobilitätsmanagement

[letzte Änderung 07.09.2023]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Petra Garnjost

Dozent/innen:

Prof. Dr. Petra Garnjost

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 01.09.2023]

Lernziele:

Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls sind die Absolvierenden in der Lage, den Einfluss von kultureller Prägung auf das Miteinander in der Gesellschaft und in gesellschaftlichen Gruppen zu identifizieren und im Kontext wissenschaftlicher Konzepte/Modelle zu reflektieren.

die Spezifika ausgewählter nationaler Kulturen hinsichtlich Interkulturalität und Transkulturalität zu analysieren, mögliche Herausforderungen zu identifizieren und Lösung zu entwickeln.

Problemstellungen der sozialen Nachhaltigkeit im Kontext interkultureller und soziokultureller Fragestellungen zu analysieren und ganzheitliche Lösungsansätze zu entwickeln.

[letzte Änderung 30.08.2023]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich der interkulturellen und soziokulturellen Kompetenz im Kontext des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement.

Interkulturelle Kompetenz

Entwicklung eines Verständnisses interkultureller Rahmenbedingungen menschlichen Handelns
Kulturstandards und Kulturstudien
Zusammenarbeit in interkulturellen Teams
Diversity Management
Analyse verschiedener Unternehmenskulturen

Soziokulturelle Kompetenz

Entwicklung eines Verständnisses soziokultureller Rahmenbedingungen menschlichen Handelns
Analyse kultureller, sozialer, politischer Interessen einer Gesellschaft bzw. einer gesellschaftlichen Gruppe
Social Entrepreneurship
Female Empowerment
Digitale Kompetenzen

[letzte Änderung 30.08.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Problemorientiertes Arbeiten in Gruppen
Selbstreflexion und Reflexion mit Studierenden, Diskussionen mit Gastdozierende
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 30.08.2023]

Literatur:

Zusätzlich zu den unten aufgeführten Quellen wird aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

Barmeyer, C. (2018). Konstruktives interkulturelles management. utb GmbH.
Benjamin, W. (2011). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Stuttgart: Reclam.
Berner, W. (2019). Culture Change: Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil. Schäffer-Poeschel.
Bourdieu, P. (2012). Ökonomisches kapital, kulturelles kapital, soziales kapital (pp. 229-242). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Fereidooni, K., & Zeoli, A. P. (2016). Managing Diversity. Die diversitätsbewusste Ausrichtung des Bildungs-und Kulturwesens, der Wirtschaft und Verwaltung. Springer
Heuwinkel, K. (2023). Tourismussoziologie. München: UTB.
Hofstede, G. (2013). Interkulturelle Zusammenarbeit: kulturen organisationen management. Springer-Verlag.
Strobel, T. (2015). Die Globe-Studie. Aufbau, Erkenntnisse, exemplarische Anwendungsmöglichkeiten und Reflexion der Praxistauglichkeit. GRIN Verlag.

[letzte Änderung 01.09.2023]

Kolloquium

Modulbezeichnung: Kolloquium

Modulbezeichnung (engl.): Colloquium

Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017

Code: MFSTM-430
SWS/Lehrform: 2V (2 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 2
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung semesterweise) Bzgl. der Abschlussarbeit ist eine Präsentation zu absolvieren (ca. 20 Minuten) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-430 (P440-0010) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 30 Veranstaltungsstunden (= 22.5 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 2 Creditpoints 60 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 37.5 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Alle Module aus den Semestern 1 - 3. Voraussetzung für die Anmeldung ist der Nachweis von Modulen der ersten drei Studiensemester im Umfang von 60 ECTS-Punkten. [letzte Änderung 23.01.2014]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
Dozent/innen: Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 17.08.2023]

Lernziele:

Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls sind die Absolvierenden in der Lage,
die Methoden und Kerninhalte ihrer Abschlussarbeit in anschaulicher und verständlicher Form in einem gegebenen Zeitrahmen zu präsentieren,

die eigene Arbeit in das bestehende Wissensumfeld einzuordnen,

die gewonnenen Erkenntnisse aus Theorie und Praxis lösungsorientiert zu verknüpfen und darzustellen, eine Fachdiskussion mit einem kritischen Publikum zu führen,

eigene Ansätze kritisch zu hinterfragen und die Grenzen der eigenen Arbeit darzulegen,

sozialen Umgang in der Gruppe im Sinne einer konstruktiven Auseinandersetzung zu pflegen

ihre im Studium erworbene theoretische, methodische und argumentative Kompetenz anzuwenden,

komplexe Sachverhalte zu analysieren (vernetztes Denken) und mit korrekter wissenschaftlicher

Fachterminologie angemessen zu beschreiben und auszuwerten (Komplexitätsreduktion und pyramidales Arbeiten)

methodische und inhaltliche Handlungsempfehlungen, Verbesserungsvorschläge und praktisch verwertbare Lösungen zu entwickeln, darzulegen und zuzuführen

Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

Das Kolloquium besteht im wesentlichen aus 2 Teilen. Der erste Teil ist eine Information zum Thema wissenschaftliches Arbeiten, die in der Regel vor dem 4. Semester durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften angeboten wird. Der zweite Teil (Präsentation zur Abschlussarbeit) ist eine Prüfungsleistung der Studierenden, die im Rahmen einer Präsentation abgeprüft werden. Die Präsentation findet in der Regel am Ende des 4. Semesters statt.

[letzte Änderung 17.08.2023]

Inhalt:

Das Kolloquium begleitet die Studierenden bei der Erstellung ihrer Master-Abschlussarbeit im 4. Semester. Es findet in Form von Blockveranstaltungen statt, in denen die Problemstellung, Vorgehensweise, Lösungsansätze und Grenzen der Abschlussarbeit vor den Mitstudierenden und der betreuenden Professor:in präsentiert und diskutiert werden.

Zudem soll ein Überblick der fachlichen Erfahrungen aus dem anwendungsbezogenen Forschungsvorhaben gegeben werden. Besondere Bedeutung kommt hierbei dem Erfahrungsaustausch unter den Studierenden sowie dem Feedback an die Fakultät zu.

[letzte Änderung 17.08.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Interaktive Veranstaltung mit starker Beteiligung der Studierenden
(betreutes selbstorganisiertes wissenschaftliches Arbeiten)

wissenschaftliches Kolloquium

Präsentation mit mündlichem Vortrag

Fachdiskussionen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Je nach Themenstellung

Einführungsliteratur siehe Module unter **Empfohlene Voraussetzungen**
Leitfaden zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten des Tourismus-Clusters und der Fakultät für
Wirtschaftswissenschaften
Fachliteratur zum Thema wissenschaftliches Arbeiten
APA Online Tutorial

[*letzte Änderung 17.08.2023*]

Kultur-und Freizeitgeografie

Modulbezeichnung: Kultur-und Freizeitgeografie
Modulbezeichnung (engl.): Cultural and Tourism Geography
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-240
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich)
[<i>letzte Änderung 23.01.2014</i>]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-240 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach MFSTM-240 (P420-0462, P440-0011) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): <u>MFSTM-110</u> Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft <u>MFSTM-120</u> Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

[letzte Änderung 23.01.2014]

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- räumliche und kulturelle Ausstattungs- und Standortfaktoren zu erfassen sowie deren Potenzial zur Inwertsetzung für Freizeit, Sport, Tourismus kritisch zu analysieren,
- die Bedeutung räumlicher Unterschiede in Natur, Gesellschaft und Kultur als Triebfeder des Tourismus aufzuzeigen und im Rahmen von Managementstrategien zu berücksichtigen,
- Kenntnisse und Methoden der Kulturgeografie sowie der Freizeit- und Tourismusgeografie in eigenen Projekten praxisnah anzuwenden, die zentralen Ergebnisse zu dokumentieren und der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Geografische Grundlagen und ihre Bedeutung für Freizeit, Sport, Tourismus

- Geografische Handwerkszeuge
- Prozesse und Strukturen der Erdkruste (Plattentektonik)
- Das atmosphärische Geschehen (Klima und Klimawandel)
- Landschaftszonen der Erde

Kulturgeschichte sehen und verstehen

- Stadtentwicklung und Stadttypen
- Kulturlandschaftsogenese
- Kulturregionen Europas und des Mittelmeerraumes

Freizeit- und Tourismusräume: Strukturen, Wirkungen und Managementstrategien

- Freizeit und Tourismus in Städten
- Freizeit und Tourismus an der Küste
- Freizeit und Tourismus im Hochgebirge
- Freizeit und Tourismus im ländlichen Raum
- Freizeit und Tourismus in Industrieregionen
- Freizeit und Tourismus in Erlebnis- und Konsumwelten

Zukunftsperspektiven (Globalisierung, Klimawandel, Verstädterung, gesellschaftliche Entwicklungen)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

- Becker, Chr.; Hopfinger, H.; Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, 3. Auflage, Oldenbourg, München, Wien, 2007.
- Bieger, T.: Tourismuslehre Ein Grundriss, Haupt, Bern u. a., aktuelle Auflage
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism, 2009
- Boniface; Cooper: Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism, 2009
- Gebhardt, H., Glaser, R., Radtke, U., Reuber, P., Geographie. Physische Geographie und Humangeographie, Spektrum Akademischer Verlag, aktuelle Auflage
- Haggett, P.: Geographie. Eine globale Synthese. Eugen Ulmer, 2004
- Hall, C. M.; Page, S.: The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space, Routledge, London, 2006
- Heineberg, H.: Einführung in die Anthropogeographie, Humangeographie, Schöningh, Paderborn, aktuelle Auflage
- Institut für Länderkunde (Hrsg.) Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland. Verschiedene Bände, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, Berlin, versch. Jahrgänge
- Kiesow, G. Kulturgeschichte sehen lernen (Band 1-5), Deutsche Stiftung Denkmalschutz, aktuelle Auflage
- Knox, P. L.; Marston, S. A.: Humangeographie, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, , aktuelle Auflage
- Steinecke, A.: Tourismus. (Das Geographische Seminar) Braunschweig, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 23.01.2014]

Marketing und Kommunikationspolitik

Modulbezeichnung: Marketing und Kommunikationspolitik
Modulbezeichnung (engl.): Marketing and Communication Policy
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-310
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6

Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur und Projektarbeit (60 Min, Gewichtung 1:1, Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-310 (P440-0013, P440-0014) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 3. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL [letzte Änderung 23.01.2014]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Achim Schröder</u>
Dozent/innen: Dozierende des Studiengangs [letzte Änderung 23.01.2014]
Lernziele: Die Studierenden sollen in der Lage sein das Grundverständnis des Marketing und die Einordnung in den Unternehmenskontext im Bereich Freizeit, Sport und Tourismus aufzuzeigen, einen Überblick über die Aufgaben- und Funktionsbereiche des Marketing abzubilden, Marketingaktivitäten im Hinblick auf die Gesellschaft kritisch zu reflektieren, Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) aufzuzeigen sowie mit branchenspezifischen Besonderheiten des Dienstleistungssektors in Bezug zu setzen. die besondere Bedeutung der Kommunikationspolitik im Bereich der Freizeit, Sport- und

Tourismuswirtschaft auszudrücken,

ein vertieftes Verständnis der Kommunikationspolitik und seiner Instrumente aufzuzeigen und anzuwenden,

einen Kommunikationsmix für eine konkrete Frage-/ Problemstellung auf Grundlage der in der Vorlesung vermittelten Methoden und Instrumente zielgerichtet zu konzipieren, dokumentieren und präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Vorlesung Marketing und Kommunikationspolitik

Grundbegriffe des Marketing und Einordnung des Marketing in den Unternehmenskontext im Bereich Freizeit, Sport und Tourismus

Kritische Würdigung des Einflusses von Marketing auf die Gesellschaft

Grundlagen des Konsumentenverhaltens

Methoden der Marktsegmentierung, transnationale Zielgruppen

Gestaltungsfelder innerhalb des Marketing-Mix: Produktpolitik,

Kommunikationspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Prozesspolitik im Dienstleistungssektor

Psychologische Theorien zur Beeinflussung durch Kommunikation

Der Kommunikations-Mix

Werbung, Product Placement und Verkaufsförderung

Öffentlichkeitsarbeit (interne und externe PR)

Messen und Ausstellungen

Sponsoring

Eventmarketing

Budgetierung

Mediaplanung

Messung der Kommunikationswirkung

Seminar zum Schwerpunkt:

Anwendung der in der Vorlesung vermittelten Inhalte auf eine Frage-/ bzw. Problemstellung im Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismus-Managements (bzw. des Kulturmanagements) durch die Studierenden.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung

Rollenspiele

Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler, Wiesbaden, aktuelle Auflage

Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München: Oldenbourg, aktuelle Auflage

Fuchs, W., Unger, F.: Management der Marketing-Kommunikation, Springer, aktuelle Auflage

Kotler, P. et al: Grundlagen des Marketing. München: Pearson Studium, aktuelle Auflage

Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München, Vahlen, aktuelle Auflage

Meffert, H. et al.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler, aktuelle Auflage

Meffert, Heribert et al.: Internationales Marketing-Management, Kohlhammer, Stuttgart, aktuelle Auflage
Meffert, Manfred; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen -Konzepte Methoden,
Gabler, Wiesbaden, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 23.01.2014]

Master-Thesis

Modulbezeichnung: Master-Thesis
Modulbezeichnung (engl.): Master´s Thesis
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-420
SWS/Lehrform: -
ECTS-Punkte: 22
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Master-Thesis (Wiederholung semesterweise) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-420 (T440-0015) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 660 Arbeitsstunden.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Alle Module aus den Semestern 1 - 3 Voraussetzung für die Anmeldung ist der Nachweis von Modulen der ersten drei Studiensemester im Umfang von 60 ECTS-Punkten.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:
Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent/innen:
Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 08.05.2023]

Lernziele:

Die Studierenden sind in der Lage innerhalb einer vorgegebenen Frist,
eigene Forschungsansätze im Bereich Freizeit , Sport , Tourismus Management unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,
eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,
eigene Arbeitshypothesen zu bilden und selbstständig zu prüfen,
ihre im Studium erworbene theoretische, methodische und argumentative Kompetenz anzuwenden,
komplexe Sachverhalte zu analysieren (vernetztes Denken) und mit korrekter wissenschaftlicher Fachterminologie angemessen zu beschreiben und auszuwerten (Komplexitätsreduktion und pyramidales Arbeiten)
Handlungsempfehlungen, Verbesserungsvorschläge und praktisch verwertbare Lösungen zu entwickeln, darzulegen und zuzuführen
Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Die Master-Abschlussarbeit ist eine besondere Prüfungsleistung. Die Master-Abschlussarbeit bezieht sich auf ausgewählte Studieninhalte oder Studienschwerpunkte, die zwischen der/dem Studierenden und dem Betreuer abzustimmen sind. Die Bearbeitungszeit beträgt 16 Wochen. Inhaltlich wäre es zu begrüßen, wenn sich die Arbeit mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagements beschäftigt.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

betreutes selbstorganisiertes wissenschaftliches Arbeiten

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Je nach Themenstellung
Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen
Leitfaden zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Fachliteratur zum Thema wissenschaftliches Arbeiten, z. B. Kornmeier, Martin, Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten - Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, 2007
Minto, B., Das Pyramiden-Prinzip Logisches Denken und Formulieren, Econ, Düsseldorf, 1993

(Urheberin und Ex-McKinsey)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulbezeichnung: Methoden der empirischen Sozialforschung
Modulbezeichnung (engl.): Empirical Methods in Social Science Research
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-150
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-150 (P440-0017) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 1. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL [letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

MFSTM-W-11 Edutainment

MFSTM-W-111 Sportmanagement

MFSTM-W-141 Wellness- und Gesundheitstourismus

MFSTM-W-21 Entrepreneurship

MFSTM-W-31 Freizeit- und Adventure-Management

MFSTM-W-91 Qualitätsmanagement

MFSTM-W71 Mobilitätsmanagement

[letzte Änderung 07.09.2023]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

die Bedeutung empirischer Sozialforschung im Bereich Freizeit-, Sport- und Tourismus-Management (bzw. Kulturmanagement) aufzuzeigen.

Wissenschaftstheoretische Grundlagen zu erläutern und anzuwenden.

Problemstellungen aus dem Bereich Freizeit-, Sport- und Tourismus-Management (bzw. Kulturmanagement) eigenständig oder in Teamarbeit in ein Forschungsdesign zu überführen und zielgerichtet unter Anwendung der vermittelten Verfahren, Techniken und Methoden umzusetzen.

Daten selbständig aufzubereiten und zu analysieren sowie zentrale Ergebnisse zu dokumentieren und in einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu vermitteln.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Vorlesung

Ziel und Ablauf empirischer Sozialforschung (Forschungsprozess)

Wissenschaftstheoretische Grundlagen (Definitionen, Hypothesen, Theorien und Gesetze, Erklärung und naive Falsifikation, empirische Signifikanz von Theorien)

Konzeptspezifikation, Operationalisierung und Messung (Skalen, Gütekriterien, Indexbildung und Skalierung)

Forschungsdesign und Untersuchungsformen

Auswahlverfahren

Datenerhebungstechniken (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalysen, Nicht-reaktive Messverfahren)

Datenaufbereitung und Datenanalyse

Interpretation und Publikation

Seminar zum Schwerpunkt:

Anwendung der in der Vorlesung vermittelten Inhalte auf eine Frage-/ bzw. Problemstellung im Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismus-Managements (bzw. des Kulturmanagements) durch die Studierenden

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Vorlesung und Seminar
Fallstudien
Rollenspiele
Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von eigenständig durchgeführten Studien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Forschungskonzepten sowie deren Umsetzung und Ergebnispräsentation angeleitet.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Atteslander, P., Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, aktuelle Auflage
Fantapié Altobelli, Claudia: Marktforschung : Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage
Fantapié Altobelli, Claudia; Hoffmann, Sascha: Grundlagen der Marktforschung, UVK/Lucius, München, aktuelle Auflage
Flick, U., Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, rororo, 2007
Koch, Jörg: Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
Schnell/Hill/Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage
Seitz, Erwin; Meyer, Wolfgang: Tourismusmarktforschung, Vahlen, München, aktuelle Auflage
Przyborski, A., Wohlrab-Sahar, M.: Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch, Oldenbourg, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 23.01.2014]

Non-Profit Management

Modulbezeichnung: Non-Profit Management
Modulbezeichnung (engl.): Non-Profit Management
Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017
Code: MFSTM-320
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:

Deutsch

Prüfungsart:

Klausur (90 Minuten, Wiederholung semesterweise)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

DFMM-MFSTM-320 Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018 , 1. Semester, Pflichtfach
MFSTM-320 (P440-0019, P620-0129) Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017
, 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten:

Grundlagen des Nonprofit Managements mit besonderer Berücksichtigung touristischer Organisationen und Netzwerke sowie Freizeit- und Sportorganisationen

Management von Nonprofit Organisationen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Ökonomische und soziale Dimensionen im Nonprofit Management insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Theoretische Konzepte zum Wesen, der Bedeutung und dem Aufbau von Nonprofit Organisationen

Exkurse: Integration philanthropischer Gedanken, Zivilgesellschaft, Motivationstheorien, Rolle von

Mitarbeitern, Spenderverhalten

Möglichkeiten und Grenzen der strategischen Planung und operativen Umsetzung im Nonprofit Management im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Besonderheiten bei der Vermarktung von Nonprofit Organisationen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor
Gestaltung(sfähigkeit) von Nonprofit Organisationen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor und deren praktischer Tätigkeitsfelder

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in den Nonprofit Sektor und verstehen dessen Besonderheiten
können spezifische Fragestellungen in Nonprofit Organisationen analysieren und präsentieren
entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für nicht gewinnorientiertes wirtschaftliches Verhalten

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Unternehmen und Organisationen im Nonprofit Sektor
Nutzung von Beispielen aus internationalen Nonprofit Organisationen und Netzwerken
Hinführung zur Realität der beruflichen Praxis im Nonprofit Management

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte im Nonprofit Sektor
Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im Nonprofit Sektor
Erwerb von Sozialkompetenz
Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für den Nonprofit Sektor
Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Fragestellungen und Besonderheiten des Nonprofit Managements verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

Planungs- und Steuerungsmethoden im Nonprofit Management anwenden
Prozesse im Nonprofit Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten
Strategien und Konzepte im Nonprofit Management planen, umsetzen und kontrollieren
im Rahmen von Projektmanagement kooperieren und evaluieren (Fokussierung / Projektdefinition, Planung, Projektstrukturierung, Priorisierung/Ableitung/Analysen, Aktivitätenplanung, Durchführung, Erfolgskontrolle)
Fach- und Methodenwissen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen
Fach- und Methodenwissen der Motivation und Teamarbeit anwenden (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Grundlagen des Nonprofit Managements: Begriffe, Bedeutung, Einordnung in die Betriebswirtschaft, Stand der Forschung und Lehre

Geschichte, Entwicklung, Theorien und Beispiele für Nonprofit Management im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Nonprofit Governance und Führung: Entwicklung übergreifender und individueller Managementkonzepte

Personalmanagement: Grundlagen und Besonderheiten in Nonprofit Organisationen

Nonprofit Marketing: Theoretische Grundlagen und Fallstudien, Kundenintegration

Fundraising Management: transaktionsorientiertes versus Relationship Fundraising
Grundlagen des Finanzmanagements in Nonprofit Organisationen
Partnerschaften: Bedeutung, Konzepte und Aufbau von (intersektoralen) Partnerschaften im Nonprofit Bereich

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
SOL Selbstorganisiertes Lernen
Segeln Selbstgesteuertes Lernen
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Rollenspiele
Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Andreasen, A.R./Kotler, P.: Strategic Management for Nonprofit Organizations, New Jersey, aktuelle Auflage
Anheiner, H.K.: Nonprofit Organizations. Theory, Management, Policy, London, 2005
Backhaus, K./Voeth. M.: Industriegütermarketing, München, aktuelle Auflage
Backhaus-Maul, H./Biedermann, C./Nährlich, S./Polterauer, J. (Hrsg.): Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, Wiesbaden, 2. A., 2010
Badelt, C./Meyer, M./Simsa, R. (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisationen. Strukturen und Management, Stuttgart, 4. A., 2007
Baums, T. (Hrsg.): Bericht der Regierungskommission Corporate Governance. Unternehmensführung Unternehmenskontrolle Modernisierung des Aktienrechts, Köln, 2001
Becker, J.: Marketing-Konzeption, München, 9. A., 2009
Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen Konzepte Instrumente, Stuttgart, 2. A., 2011
Bruhn, M./Michalski, S. (Hrsg.): Marketing als Managementprozess, Zürich, 3. A., 2009
Buber, R./Faschig, H.: Leitbilder in Nonprofit Organisationen. Entwicklung und Umsetzung, Wien, 1999
Burnett, K.: Relationship Fundraising A Donor Based Approach to the Business of Raising Money, San Francisco, 2. A., 2002
Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) (Hrsg.): Spendenbericht Deutschland 2010. Daten und Analysen zum Spendenverhalten in Deutschland, Berlin, 2010
DiMaggio, P.J./Anheiner, H.K.: The Sociology of Nonprofit Organizations, in: Annual Review of Sociology, Vol. 16, S. 137-159
Drucker, P.F.: Managing the Nonprofit Organization, London, 1990
Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (Hrsg.): GfK CharityScope. Online verfügbar
Helmig, B./Boenigk, S.: Nonprofit Management, München, 2012
Helmig, B./Purtschert, R. (Hrsg.): Nonprofit-Management, Wiesbaden, 2. A., 2006
Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, Wiesbaden, 2009
Kotler, P./Roberto, N./Lee, N.: Social Marketing, Thousand Oaks, 2. A., 2002
Langer, A./Schröer, A. (Hrsg.): Professionalisierung im Nonprofit Management, Bern, 2011
Meier, A.: Informationsmanagement für NPOs, NGOs et.al., Heidelberg, 2006

Oechsler, W.A.: Personal und Arbeit, München, 9. A., 2011
 Pfaffenzeller, H.: Die Governance von Nonprofit-Organisationen, online verfügbar
 Regierungskommission Corporate Governance Kodex (Hrsg.): Deutscher Corporate Governance Kodex, aktuelle Fassung, online verfügbar
 Salzman, J.: Making the News: A guide for Nonprofits and Activists, Boulder, 1998
 Sargeant, A.: Marketing Management for Nonprofit Organizations, Oxford, 3. A., 2009
 Sargeant, A.: Fundraising Management, New York, 2. A., 2010
 Saxton, J.: Gimme, gimme, gimme, online verfügbar
 Schwarz, P.: Organisation in Nonprofit Organisationen, Grundlagen, Strukturen, Bern, 2005
 Schwarz, P.: Management-Prozesse und Systeme in Nonprofit Organisationen, Bern, 2006
 Siebart, P.: Corporate Governance von Nonprofit Organisationen Ausgewählte Aspekte der Organisation und Führung, Bern, 2006
 Tiebel, C.: Management in Non Profit Organisationen, München, 2006
 Zimmer, A./Priller, E.: Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel, Wiesbaden, 2. A., 2007

[letzte Änderung 23.01.2014]

Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

Modulbezeichnung: Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Leisure, Sport and Tourism Management - Study Project
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-350
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 3
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
[letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-350 (P440-0022) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 3. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft

MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement

MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 07.09.2023]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 08.05.2023]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Aufgaben-/ Frage- bzw. Problemstellung aus dem Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagements systematisch und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,

ihre Kenntnisse in Projekt- und Prozessmanagement anzuwenden und zu vertiefen,

eigenständig Informationen zu beschaffen, zu selektieren und auszuwerten,

Ergebnisse der Projektarbeit unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Aufgaben-/ Frage- bzw. Problemstellung aus dem Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagements. Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

Projektdefinition

Projektdurchführung

Projektpräsentation und -dokumentation

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung

SOL Selbstorganisiertes Lernen
 Segeln Selbstgesteuertes Lernen
 Fallstudien (ggf. Exkursionen)
 Rollenspiele
 Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
 Diskussion mit Studierenden und auch Externen
 Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

Je nach Themenstellung
 Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen , vor allem Projektmanagement und Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 07.09.2023]

Projekt-und Prozessmanagement

Modulbezeichnung: Projekt-und Prozessmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Project and Process Management
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-130
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 1
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit(Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-130 (P440-0021) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 1. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MFSTM-350 Projekt zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

MFSTM-W-11 Edutainment

MFSTM-W-111 Sportmanagement

MFSTM-W-141 Wellness- und Gesundheitstourismus

MFSTM-W-21 Entrepreneurship

MFSTM-W-25 Eventmanagement

MFSTM-W-31 Freizeit- und Adventure-Management

MFSTM-W-91 Qualitätsmanagement

MFSTM-W71 Mobilitätsmanagement

[letzte Änderung 07.09.2023]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 08.05.2023]

Lernziele:

Ziel des Moduls ist die Vermittlung der Grundlagen des Projektmanagements mit besonderer Berücksichtigung der Probleme und Eigenheiten im Freizeit-, Sport- oder Tourismusbereich

Fachkompetenz:

Die Studierenden verfügen über umfassende Kenntnisse über Begriff, Entwicklung, Bedeutung, Inhalt und Vorgehen des Projektmanagements und der Modellierung von Prozessen

Methodenkompetenz

Bestimmung und Übertragung theoretischer Ansätze und Methoden zur Lösung ausgewählter Projektpraxisfragestellungen, insbesondere aus Fragestellungen im Freizeit- Sport- und Tourismusbereich. Kenntnis der Methoden der Prozessmodellierung und Übertragung auf die Projektarbeit. Vertiefung des transdisziplinären und strukturierten Denkens.

Sozialkompetenz

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse über Interaktion, Kommunikation, Motivation und Moderation in der Teamarbeit. Ihr Einfühlungs-, Kommunikations-, Verhandlungs- und Argumentationsvermögen ist gestärkt.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden die Methoden des Projektmanagement in der Praxis angemessen umsetzen.

Zielsituation nach Absolvierung des Moduls:

Die Studierenden sind in der Lage, als Projektmanager oder als Führungskraft fachliche, organisatorische und menschliche Aspekte eines komplexen Vorhabens sachgerecht zu handhaben. Sie kennen und verstehen den Prozess der Projektabwicklung und sind in der Lage unter Anwendung eines strukturierten Risk- und Erwartungsmanagements Gefahren für den Projekterfolg sowie Missverständnisse frühzeitig zu identifizieren, ihnen vorzubeugen, und sie gegebenenfalls abzuwenden. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, Teamarbeit im Projekt zu organisieren und verstehen die dort ablaufenden sozialpsychologischen Prozesse. Ferner sind sie in der Lage, teamorientiert zu denken, zu argumentieren und zu handeln und Konflikte im Rahmen eines professionellen Eskalationsmanagements auf niedrigem Eskalationsniveau zu handhaben und beizulegen.

Sie kennen die besonderen Probleme von Projekten im Freizeit- Sport- und Tourismusbereich

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Einführung in das und Grundlagen des Projektmanagements
Vorgehensmodelle (sequenziell, iterativ, agil)
Projektdefinition
Projektplanung, Netzplantechnik
Aufbau-, Ablauf-, Kapazitäts-, Termin und Kostenplanung
Risikomanagement
Projektstrukturplan
Realistische Zeitplanung
Projektentwicklung
Projektphasen, Meilensteine
Projektcontrolling
Aufbau und Führung von Projektteams
Projektkommunikation und Projektmanagement
Fortschrittsmessung
Problemlösung
Eskalationsprozess
Anforderungsmanagement
Verhandlungsführung
Zeitmanagement
IT-Unterstützung
MS Project
Modellierung von Prozessen, Schwachstellenanalyse, Optimierung
Modellierungstools

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Vorlesung mit integrierter Übung, Kleingruppenaufgaben, Rechnergestützter Prozessmodellierung
Bearbeitung eines konkreten Projektes im Team
Dokumentation und Präsentation des Projektfortschritts und der Ergebnisse
Präsentationen, Videos, Rollenspiele, Dokumente, Zeitschriften, Bücher, Internetrecherchen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):

- Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden, Publicis, Erlangen, 2009.
- Antons, K.: Praxis der Gruppendynamik. Übungen und Techniken. 6. Aufl., Göttingen u. a.: Hogrefe, 1996.
- Bohnic, T.: Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter, Gabler, Stuttgart, 2010.
- Bohnic, T.: Projektmanagement: Softskills für Projektleiter, Gabler, Stuttgart, 2010.
- Pichler, R.: Scrum - Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen, d.punkt, 2007
- Verzuh, E.: The Fast Forward MBA in Project Management, 3. Aufl., Wiley, Hoboken, 2008

[letzte Änderung 07.09.2023]

Rahmenbedingungen in der Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche

Modulbezeichnung: Rahmenbedingungen in der Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche
Modulbezeichnung (engl.): Conditions, Constraints and Operational Environments in the Leisure, Sport and Tourism Industry
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-230
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Klausur (90 Minuten, Wiederholung semesterweise)
[letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-230 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Harmonisierung Recht (falls keine Vorkenntnisse im deutschen Vertragsrecht vorhanden sind)

[letzte Änderung 22.09.2016]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Holger Buck

Dozent/innen:

Prof. Dr. Sybille Neumann

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 08.05.2023]

Lernziele:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu

- den Rahmenbedingungen im Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management
- der strategischen Planung der Themenfelder von Freizeit-, Sport-, Tourismusorganisationen
- den Restriktionen, die bei der Dienstleistungserstellung in diesen Sektoren zu berücksichtigen sind (Dienstleistungskette der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft)
- der Berücksichtigung von unternehmensexternen Parametern (volkswirtschaftliche, ökologische, technische, gesellschaftliche, rechtliche Rahmenbedingungen)
- der Berücksichtigung von unternehmensinternen Parametern (Unternehmensziele, Unternehmensphilosophie und -kultur, Führungsverständnis, Machtverteilung zwischen Eigentümer, Management, Betriebsrat, Ablauf- und Aufbauorganisation, Arbeitsmarktstellung und Ergebnissituation des Unternehmens)
- der Analyse von aktuellen Entwicklungen, Markt- und Wettbewerbsparametern im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- den Strukturmodellen und dem Management der Systeme in der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft

Die Studierenden

- vertiefen Einblicke in die Rahmenbedingungen der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft und können angemessene Managementmethoden anwenden
- lernen mit der fortschreitenden Internationalisierung/Europäisierung der Rahmenbedingungen umzugehen. Sie erarbeiten (inter-) nationale Rahmenbedingungen. Sie lernen wichtige (inter-) nationale Rahmenbedingungen sowie das Verhandeln und Abschluss nationaler Verträge kennen. Sie erlernen die entsprechende (inter-) nationale Fachterminologie.

Internationale und interkulturelle Bezüge

- Beschäftigung mit internationalen Rahmenbedingungen der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft
- Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Fallstudien insbesondere mit einem hohen Anwendungsbezug in der Praxis (anwendungsbezogene Lehre)

Berufspraktische Bezüge:

Wirtschafts- und Politikberatung im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor unter Berücksichtigung der aktuellen / zukünftige

Rahmenbedingungen

Konzeption von Rahmenbedingungen und Anwendung von Managementmethoden für Organisationen im Freizeit-, Sport-

Tourismussektor

Sozialkompetenz

Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere Managementkonzepte und Gestaltung von Rahmenbedingungen mit hoher Relevanz für das nachhaltige M

Freizeit-, Sport-, Tourismussektor

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Pro

Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Rahmenbedingungen der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft analysieren, erläutern und gestalten

Planungs- und Steuerungsmethoden im Freizeit-, Sport- und Tourismus-Management differenzieren

angemessene Managementmethoden für die jeweiligen Rahmenbedingungen auswählen, erläutern und anwenden

[letzte Änderung 22.09.2016]

Inhalt:

Begriffe und Merkmale zur Definition von Rahmenbedingungen im Freizeit-, Sport- und Tourismus-Management

strategischen Planung bei Freizeit-, Sport-, Tourismusorganisationen

Dienstleistungskette im Gesamtsystem der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft

Berücksichtigung von unternehmensexternen Parametern (volkswirtschaftliche, ökologische, technische, gesellschaftliche

rechtliche Rahmenbedingungen)

Berücksichtigung von unternehmensinternen Parametern (Unternehmensziele, Unternehmensphilosophie und Kultur, Fi

Machtverteilung zwischen Eigentümer, Management, Betriebsrat, Ablauf- und Aufbauorganisation, Arbeitsbedingungen, Markt

Ergebnissituation des Unternehmens)

Analyse von aktuellen Entwicklungen, Markt- und Wettbewerbsparametern im regionalen, nationalen und internationalen

Strukturmodelle und Management der Systeme in der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft

Konzeption von Rahmenbedingungen (regionaler) Organisationen im Bereich Freizeit, Sport, Tourismus,

Projekt-, Politik- und Wirtschaftsberatung

Reflexion und Analyse des Wandels der (globalen) Umwelt und von Freizeit-, Sport-, Tourismusorganisationen

Managementaufgaben und Managementbereiche in der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft

rechtliche (inter-) nationale Rahmenbedingungen und Regelungen, insbesondere

o Reiserecht

o Sport- und Eventrecht unter Berücksichtigung internationaler Bezüge (insbesondere rechtliche Akteure, Sportvereine und Verbände, mögliche Gesellschaftsformen, Haftung im Sportrecht, Vermarktung von Sportrechten, Doping)

Sicherheits-, Krisen- und Beschaffungsmanagement

[letzte Änderung 22.09.2016]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung

Gruppenarbeit, Übungen anhand von ausgewählten Fällen und Verträgen

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von I
deren Analyse und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Literatur / Literature:

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangabe)

- Bieger, T., Keller, P., (Hrsg.), *Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles*, Berlin, aktuellste Auflage
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I., *Events Management*, Great Britain: Elsevier, aktuellste Auflage
- Breidenbach, R., *Freizeitwirtschaft und Tourismus*, aktuellste Auflage
- Cooper, C. (u. a.) (Hrsg.), *Tourism development environmental and community issues*, aktuellste Auflage
- FdSnow, *Fachzeitschrift für den Skisport*, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Green Champions in Sport and Environment, *Guide to environmentally-sound large sporting events*, German Federal Ministry of Sport, Berlin, 2007
- Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, *German Olympic Sports Confederation*, Berlin, 2007
- Holloway, C., *The business of tourism*, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006
- Hoye, R., *Sport management: principles and applications*, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Hoyle, L., *Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*, Wiley, New York, aktuellste Auflage
- Hungenberg, H., *Problemlösung und Kommunikation*, München, aktuellste Auflage
- Letzner, V., *Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen*, Oldenbourg, München, 2010
- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), *Management und Marketing im Sport Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen*, Oldenbourg, München, 2006
- Sportökonomie, Berlin, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H.W.: *Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn*. Hamburg 2000
- Opaschowski, H.W.: *Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft*. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W., *Freizeitwirtschaft - Die Leitökonomie der Zukunft. Zukunft. Bildung. Lebensqualität*, 2007
- Opaschowski, H.W.: *Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten*. Opladen 1995
- Schulze, G.: *Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart* Frankfurt 1995
- Wopp, Ch.: *Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports*. Meyer & Meyer, Aachen 1995
- Opaschowski, H., *Das gekaufte Paradies*, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., *Tourismus*, 3. Auflage, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Steinecke, A. (Hrsg.), *Erlebnis- und Konsumwelten*, Oldenbourg, München, 2000
- Bischof, R., *Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden*, Berlin, aktuellste Auflage
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), *Erlebniswelten und Tourismus*, Springer, Berlin, 2004
- Poon, A. (1993), *Tourism, technology and competitive strategies*, CABI
- Bernet, B., Bieger, T., *Finanzierung im Tourismus*, Haupt, Bern, 1999
- Dettmer, H. (Hrsg.), *Tourismus-Marketing-Management*, Oldenbourg, München, 1999
- Holloway, C., *The business of tourism*, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006

[http://www.sparkassen-finanzgruppe-saar.de/download/Tourismusbarometer/2011/Sparkassen-Tourismusbarometer_Saarland_](http://www.sparkassen-finanzgruppe-saar.de/download/Tourismusbarometer/2011/Sparkassen-Tourismusbarometer_Saarland.pdf)

www.unwto.org

Führich, E., *Reiserecht*, aktuelle Auflage, München (Beck)

Führich, E., *Basiswissen Reiserecht*, aktuelle Auflage, München (Vahlen)

Güllemann, D., *Veranstaltungsmanagement und Recht*, aktuelle Auflage, Köln (Wolters Kluwer)

Fechner, Frank, Johannes Arnhold & Michael Brodführer, *Sportrecht*, aktuelle Auflage, Tübingen: Mohr Siebeck

Risch, Mandy & Andreas Kerst. *Eventrecht kompakt*. Springer, Berlin/Heidelberg, aktuelle Auflage

[letzte Änderung 29.09.2016]

Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

Modulbezeichnung: Seminar zum Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement

Modulbezeichnung (engl.): Seminar on Leisure, Sport and Tourism Management

Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-410
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 4
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftl. Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-410 (P440-0026) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 4. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL [letzte Änderung 23.01.2014]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
Dozent/innen: Dozierende des Studiengangs [letzte Änderung 08.05.2023]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

- selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagements unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,
- eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,
- Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich des Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagements. Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminar
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Gruppenarbeit
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

- Je nach Themenstellung
- Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik

Modulbezeichnung: Seminar zur nachhaltigen Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik

Modulbezeichnung (engl.): Seminar on Sustainable Economics in the Leisure, Sport and Tourism Sectors

Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017

Code: MFSTM-250

SWS/Lehrform:

4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte:

6

Studiensemester: 2
Pflichtfach: ja
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Schriftliche Ausarbeitung mit Präsentation (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-250 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach MFSTM-250 (P440-0027) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Pflichtfach
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): Keine.
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL [letzte Änderung 23.01.2014]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel</u>
Dozent/innen: Dozierende des Studiengangs [letzte Änderung 08.05.2023]
Lernziele: Die Studierenden sollen in der Lage sein: <ul style="list-style-type: none"> selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich der Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden, Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich der Freizeit-, Sport- und Tourismusökonomik. Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminar
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Gruppenarbeit
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

- Je nach Themenstellung
- Einführungsliteratur siehe Module unter **Empfohlene Voraussetzungen**

[letzte Änderung 23.01.2014]

Unternehmensführung

Modulbezeichnung: Unternehmensführung

Modulbezeichnung (engl.): Corporate Management

Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017

Code: MFSTM-210

SWS/Lehrform:

4V (4 Semesterwochenstunden)

ECTS-Punkte:

6

Studiensemester: 2

Pflichtfach: ja

Arbeitssprache:

Deutsch

Prüfungsart:

Klausur (90 Minuten, Wiederholung semesterweise)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

MFSTM-210 (P440-0031) Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017 , 2. Semester, Pflichtfach

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

MFSTM-330 Finanzmanagement und Förderung

[letzte Änderung 06.09.2023]

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Petra Garnjost

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Strategisches Management wird von diesem Modul verstanden als die direkte und indirekte Verhaltensbeeinflussung zur Realisierung von Zielen, die sich aus übergeordneten Zielen einer Organisation, des Unternehmens und den Erwartungen der Stakeholder ableiten. Der Student soll nach erfolgreicher Absolvierung dieses Moduls in der Lage sein, Unternehmensentscheidung auf Basis von Unternehmens- und Umweltanalyse und strukturierter Alternativenableitung zu treffen und diese erfolgreich im Unternehmen umzusetzen sowie den Erfolg zu kontrollieren.

Nach dem Besuch des Moduls Unternehmensführung werden die Studierenden insbesondere in der Lage sein,

Potenziale und Herausforderungen bzgl. der Findung von Unternehmensstrategien herauszuarbeiten und zu bewerten,

die Komplexität des strategischen Managements von Unternehmen zu erfassen und zu systematisieren, die relevanten Rahmenbedingungen des Managements von Unternehmen zu analysieren und zu beurteilen, Managementtheorien zu erläutern und auf praktische Unternehmensbeispiele zu übertragen,

Unternehmensstrategien auf verschiedenen Ebenen zu charakterisieren und zu analysieren,
Entscheidungen unter Unsicherheit strukturiert und abgesichert zu treffen
einen vertieften Einblick über Management- und Führungsstile im Geschäftsalltag zu geben

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich der Unternehmensführung im Kontext des Freizeit-, Sport- und Tourismussektors.

Vermittlung von Kenntnissen auf dem Gebiet des strategischen Managements
Dynamik des globalen Wettbewerbs
Fachbegriffe und theoretischer Bezugsrahmen Strategisches Management
Normative Unternehmensführung
Umweltanalyse
Marktorientierte Unternehmensführung
Ressourcenorientierte Unternehmensführung
Strategie-Implementierung
Leadership und Diversity Management

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Gruppenarbeit
Strukturierte Diskussion mit Studierenden und auch Externen

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Je nach Themenstellung
Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt
(beispielhafte Quellenangaben):
- Dillerup, Stoi: Unternehmensführung, 2. Aufl. 2010
- Macharzina, Wolf: Unternehmensführung, 7. Aufl. 2010
- Schreyögg: Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 5. Aufl. 2008.
- Stähle: Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 9. Auflage 2013.
- Welge, Al-Laham: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess Implementierung, 6. Aufl. 2012.
- Wheelen, Hunger: Strategic management and business policy, 9. Auflage 2004.
- Briscoe/Schuler, International Human Resource Management, London.
- Dowling/Festing/Engle, International Human Resource Management: managing people in a multinational context, Andover.
- Mendenhall/Oddou, Readings and Cases in IHRM, Cincinnati.
- Hall/Hall, Understanding cultural differences, Boston.
- Hofstede, Culture´s consequences, comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations, Thousand Oaks.
- Scholz/Böhm, Human Resource Management in Europe Comparative analysis and contextual understanding, Routledge.

Aktuelle Fachbeiträge in englischsprachigen Wirtschaftsmagazinen wie der Harvard Business Review

[letzte Änderung 23.01.2014]

Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management Master Wahlpflichtfächer

Edutainment

Modulbezeichnung: Edutainment
Modulbezeichnung (engl.): Edutainment
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-11
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 23.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-W-11 <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): <u>MFSTM-110</u> Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft <u>MFSTM-120</u> Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft <u>MFSTM-130</u> Projekt- und Prozessmanagement <u>MFSTM-140</u> Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz <u>MFSTM-150</u> Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 23.01.2014]

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich (Weiter-) Bildung, Erziehung, Unterhaltung, Pädagogik, Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,

eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,

Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

in Einzel- oder Gruppenarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Konzepte im Bereich Edutainment (Bildung + Unterhaltung) im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor zu entwickeln und ggf. umzusetzen

die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

Die Studierenden können aktuelle freizeit-, sport-, tourismuswissenschaftliche Diskussionen im Bereich Edutainment verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können bildungs-, sport- und gesundheitsbezogene Programme planen, realisieren und umsetzen (motorische und methodisch-didaktische Kompetenz).

Sie können die (Weiter-) Bildung von Fähigkeiten und Fertigkeiten, Leistungsfähigkeit und -entwicklung, Lern- und Trainingserfolge, Verhaltensänderungen durch geeignete diagnostische Verfahren beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit einer komplexen Thematik aus dem Bereich (Weiter-) Bildung, Erziehung, Unterhaltung, Pädagogik, Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik insbesondere mit folgenden Bereichen:

Differenzierung von (Weiter-) Bildung, Erziehung, Unterhaltung, Pädagogik, Freizeit, Sport, Tourismus und Didaktik

Erlebnisorientierte Pädagogik in Freizeit, Sport, Tourismus

- Die Teilnehmer kennen Grundbegriffe, Konzepte und Praxisfelder der klassischen Freizeit-, Sport-, Tourismus-, Abenteuer- und Erlebnispädagogik, incl. Museumspädagogik und einer erfahrungsorientierten Didaktik.

- Sie können diese erlebnispädagogischen Ansätze im Freizeit , Sport , Tourismus Management anwenden und reflektieren.

Das Modul behandelt theoretische Konzepte, Leitbilder und Praxisfelder einer erlebnisorientierten Pädagogik, im Eventmanagement und der Unterhaltungsbranche:

- Abenteuer- und Erlebnispädagogik in Freizeit, Sport, Tourismus: Erleben und Lernen in der, Natur, Therapie und Integration

- Kultur- und Museumspädagogik: Aneignung von Kultur- und Museumswelten durch ästhetisch gegenständliches Lernen im Organisationen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor (Wissenschaftsmuseum, Sportmuseum, Kulturmuseum, Erlebnispädagogische Zentren etc.)

- Erfahrungsorientierte Didaktik: Entfaltung der Sinne und selbstgesteuertes Lernen sowie selbstorganisiertes Lernen.

Prozesse und deren Management im Rahmen abenteuer- und erlebnisorientierter Angebote: subjektives Erleben, Emotionen, soziale Dynamik, Problembewältigung, Reflexion und Transfermöglichkeiten zwischen Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus.

(Rahmen-) Bedingungen und Formen der pädagogischen Praxis (natursportliche Aktivitäten, Spiel- und Abenteuerpädagogik in urbanen Räumen, pädagogische Aktionen im Museum, Gestaltung von Erfahrungsfeldern für die Sinne, Abenteuer- und Erlebnissport und -tourismus).

Integration von erlebnisorientierten pädagogischen Ansätzen in verschiedene Bereiche in Freizeit, Sport, Tourismus, Kulturarbeit im Stadtteil und in Kinder-, Jugend- und Familien- und Seniorenreisen sowie generationengerechten Angeboten behandelt.

Inszenierung von Erfahrungsräumen

- Die Teilnehmer kennen das Spektrum der Inszenierungsmöglichkeiten für Erfahrungsräume in Freizeit, Sport, Tourismus und können didaktische Konzepte für diese Inszenierungen entwickeln. Weiterhin können sie Inszenierungsprozesse eigenständig planen und zusammen mit anderen Fachdisziplinen (Architektur, Design, Mediengestaltung, Ingenieurwissenschaften, Medizin, Sportwissenschaften, Geografie, Wirtschaftswissenschaften etc.) in die Gestaltung von Erlebniswelten, Museen, Themenhotels, Wellnessanlagen, Reisen, Meetings, Konferenzen, Incentives und Events umsetzen. Sie können die Qualität von Inszenierungen kritisch einschätzen und kennen Analyseinstrumente für die Bewertung.

- Methodik und Didaktik der Gästeführung/Reiseleitung

Das Modul beschäftigt sich mit der steigenden Bedeutung von inszenierten Räumen in der regionalen, nationalen, internationalen, lokalen und mobilen Angebote in Freizeit, Sport und Tourismus im Kontext von Erlebnis, Unterhaltung und Bildung (Edutainment) insbesondere:

- Inszenierung von Wissen in Themenwelten, Museen, Meetings, Konferenzen, Incentives und Events, Ausstellungen in privaten, öffentlichen, realen und virtuellen Räumen

- Inszenierung von Veranstaltungen in Freizeit, Sport, Tourismus, Verkehr, Gastronomie und Hotellerie im Sinne emotionaler und ästhetisierter Erlebnisräume

- Inszenierung von Entspannungs- und Erholungsräumen im Bereich Wellness und Gesundheit

- der Einsatz von Inszenierungstechniken im Rahmen von Kultur- und Theaterarbeit

- übergreifend einsetzbare Inszenierungstechniken

- die Erstellung von Inszenierungskonzepten in Kooperation mit anderen beteiligten Gewerke

- Im Rahmen der Modulprüfung entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Konzept für ein Angebot der erlebnisorientierten Pädagogik im Freizeit-, Sport- und Tourismussektor einschließlich einer Rauminszenierung und stellen dieses mit geeigneten Medien in einer Präsentation vor.

Die Studierenden verfügen über vertiefendes Wissen in Sportpädagogik und -didaktik, u.a. in anthropologische und philosophische Aspekte sportpädagogischer Entscheidungen_2

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
SOL Selbstorganisiertes Lernen
Segeln Selbstgesteuertes Lernen
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Rollenspiele
Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse, Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Literatur / Literature:

- Je nach Themenstellung
Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen
Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt
(beispielhafte Quellenangaben):
- H. Hahn, H. J. Kagelmann (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. 1993.
 - Walter Hunziker: Gegenwartsaufgaben der modernen Fremdenverkehrswissenschaft. In: 'Jahrbuch für Fremdenverkehr. 2 1954.
 - Kramer, Lutz: Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung.
 - Hansruedi Müller: Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik. 9. erweiterte und aktualisierte Fassung. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern, Bern 2002.
 - Hasso Spode: Prolegomena zu einer Historischen Anthropologie des Tourismus. In C. Cantauw: Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag.
 - Hasso Spode: Tourismusgeschichte als Forschungsgegenstand . In: Tourismus und Entwicklung im Alpenraum, Innsbruck 2003.
 - Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung. 1997-2011.
 - Bachleitner, Kagelmann, Keul (Hrsg.): Der durchschaute Tourist. Arbeiten zur Tourismusforschung.
 - Müllermeister: Zivilisation und Mobilität. Der Beitrag der Kulturanthropologie zur Tourismuswissenschaft. In: Bensberger Protokolle. 1998.
 - Freyer: Tourismus-Ökonomie oder Ökonomie des Tourismus. In: Fischer, Laesser: Theorie und Praxis der Tourismus und Verkehrswirtschaft im Wertewandel.
 - Harald A. Friedl: Tourismsethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Reisens. München, Wien, Profil Verlag, 2002.
 - Harald A. Friedl: Kybernetische Tourismsethik: Zukunftsweisendes Instrument des nachhaltigen Tourismusmanagements? In: Egger, R.; Herdin, T. (Hg.) (2007). Tourismus. Herausforderung. Zukunft. Salzburg: Lit-Verlag, S. 561-586, Salzburg.
 - Kulinat: Tourismusnachfrage: Motive und Theorie. In: Becker, Hopfinger, Steinecke: Geographie der Freizeit und des Tourismus.
 - K. H. Wöhler: Sozialwissenschaftliche Tourismusforschung im vorparadigmatischen Zustand. In: Bachleitner, Kagelmann, Keul: Der durchschaute Tourist. 1998.
 - Reinhold Popp, Marianne Schwab, Pädagogik der Freizeit, Hohengehren, 2003
 - Birgit Grauvogel, Tourismuspädagogik, Geograph. Ges. Trier in Zus.arbeit mit der Fachgruppe Geographie der Univ. Trier, 1994
 - John Dattilo, Leisure education program planning: a systematic approach, Venture Publishing, 2008
 - Claus Finger, Brigitte Gayler, Animation im Urlaub: Handbuch für Planer und Praktiker, Oldenbourg Verlag, 2003

- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Forsberg, K. et al, (2000), Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
- Hofstede, G.; Interkulturelle Zusammenarbeit. Kulturen - Organisationen - Management, Wiesbaden 1993
- Holloway, C., The business of tourism, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Hoyle, L., Event mark

[letzte Änderung 23.01.2014]

Entrepreneurship

Modulbezeichnung: Entrepreneurship
Modulbezeichnung (engl.): Entrepreneurship
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-21
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
[letzte Änderung 23.01.2014]

Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

MFSTM-W-21 Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017 , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft
MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft
MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement
MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz
MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 23.01.2014]

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 23.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Petra Garnjost

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden

- verstehen die grundlegenden Begriffe und Konzepte unternehmerischen Denkens und Handelns.
- kennen Erfolgsfaktoren von Gründungen im Tourismus
- verfügen über ein Grundverständnis zum Aufbau eines Business-Plans.
- können Kreativitätstechniken zur Entwicklung von Gründungsideen im Tourismus anwenden.
- kennen die notwendigen Entwicklungsschritte von der Gründungsidee zum Gründungskonzept.
- sind in der Lage im Team eine Gründungsidee bis zum Gründungskonzept weiterzuentwickeln und sich hierfür selbstständig zu organisieren.
- können ihr erarbeitetes Gründungskonzept in einem Businessplan darlegen unter Anwendung von Präsentationstechniken mündlich zu präsentieren.

[letzte Änderung 23.01.2014]

Inhalt:

Unternehmerisches Denken und Handeln
Erfolgreiche Gründungen im Tourismus
Franchisekonzepte im Tourismus
Anwendung von Kreativitätstechniken zur Generierung von Gründungsideen
Aufbau eines Businessplans
Bewertung von Businessplänen
Erstellung eines Businessplans

[letzte Änderung 23.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Gruppenarbeit
Strukturierte Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Projektarbeit
(Entwicklung einer Geschäftsidee und Entwicklung eines Business Plans)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Literatur:

Je nach Themenstellung
Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt
(beispielhafte Quellenangaben):
- Ateljevic, J.; Page, S.J.(ed.): Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives, Advances in Tourism Research, 2009.
- Lee-Ross, D.; Lashley, C.: Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry, Butterworth-Heinemann, 2009.
- Siller von Linde, H.: Entrepreneurship und Tourismus: Unternehmerisches Denken und Erfolgskonzepte aus der Praxis, 2010
- Kussmaul, Business-Plan
- McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 2010.
- Oehlrich, M: Betriebswirtschaftslehre: Eine Einführung am Business-Plan, 2010.

Aktuelle Fachbeiträge in englischsprachigen Wirtschaftsmagazinen wie der Harvard Business Review

[letzte Änderung 23.01.2014]

Eventmanagement

Modulbezeichnung: Eventmanagement

Modulbezeichnung (engl.): Event Management

Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017

Code: MFSTM-W-25

SWS/Lehrform:

-
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: laut Wahlpflichtliste
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit [letzte Änderung 02.11.2016]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-W-25 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach, allgemeinwissenschaftlich MFSTM-W-25 (P440-0112, P620-0586) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich
Arbeitsaufwand: Der Gesamtaufwand des Moduls beträgt 180 Arbeitsstunden.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): <u>MFSTM-110</u> Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft <u>MFSTM-120</u> Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft <u>MFSTM-130</u> Projekt- und Prozessmanagement <u>MFSTM-140</u> Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz [letzte Änderung 07.09.2023]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:
Modulverantwortung: <u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u>
Dozent/innen: <u>Prof. Dr. Ralf Rockenbauch</u> [letzte Änderung 02.11.2016]
Lernziele: Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden sollen in der Lage sein: selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich Eventmanagement unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden, Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale

Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

in Einzel- oder Gruppenarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Konzepte im Bereich Event zu entwickeln und ggf. umzusetzen

die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

Die Studierenden können aktuelle wissenschaftliche Diskussionen im Bereich Event verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können Programme im Bereich Event planen, realisieren und umsetzen (methodische Kompetenz).

Sie können Entwicklungen durch geeignete diagnostische Verfahren beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

Zusätzlich entwickeln, erweitern und vertiefen die Studierenden ihr Wissen zu

den ökonomischen Dimensionen im Eventsektor insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven in diesem Sektor

den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Eventmanagement

dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Events

dem strategisches Marketing von Organisationen im Eventsektor

den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

den Besonderheiten des Freizeit-, Sport-, Tourismussektor im Bereich Event- und Erlebnismarketing

Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

vertiefen ihre Einblicke im Eventmanagement von Organisation im Eventsektor und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Event- und Freizeitwirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Eventorganisationen)

Darauf aufbauend können sie die Strukturen entsprechender Organisationen weiterentwickeln und etablieren.

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit (inter-) nationalen Event- und Freizeitbetrieben

Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Event- und Freizeitsegment

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte in der Event- und Freizeitwirtschaft

Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Event- und Freizeitwirtschaft

Sozialkompetenz

Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere wissenschaftlich fundierte Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Event- und Freizeitwirtschaft

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten der Event- und Freizeitwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

vertieftes Wissen der Planungs- und Steuerungsmethoden im Event- und Freizeit-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)
dienstleistungsspezifische Prozesse im Event- und Freizeit-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,
dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Event- und Freizeit-Management planen

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit Thematik und Projekten aus dem Bereich Event-Management insbesondere mit folgenden Bereichen:

- Entwicklungen und Perspektiven der Eventwirtschaft
- Event- und Erlebnismarketing
- Ansätze der modernen Konsumtheorie im Event-Management
- Fortgeschrittene Fach- und Methodenwissen im Event-Management
- Strategisches Marketing von Eventorganisationen
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- Differenzierung von Event-Angeboten (z. B. beruflich vs. privat)
- Erlebnisorientierte Angebote und Projekte in Freizeit, Sport, Tourismus
- Das Modul behandelt die praktische Entwicklung und Umsetzung von Projekten im Eventmanagement:
 - Prozesse und deren Management im Rahmen abenteuer- und erlebnisorientierter Angebote: subjektives Erleben, Emotionen, soziale Dynamik, Problembewältigung, Reflexion und Transfermöglichkeiten zwischen Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus.
 - (Rahmen-) Bedingungen und Formen der Event-Praxis (z. B. natursportliche Events, Events in urbanen Räumen, pädagogische Events im Museum, Gestaltung von Erfahrungsfeldern für die Sinne, Events im Bereich Abenteuer- und Erlebnissport und -tourismus).
 - Integration von erlebnisorientierten Ansätzen in verschiedene Bereiche in Freizeit, Sport, Tourismus
 - Inszenierung von Erfahrungsräumen
- o Die Teilnehmer können Event- und Erlebnisräume analysieren und gestalten und bewerten - zusammen mit anderen Fachdisziplinen (Architektur, Design, Mediengestaltung, Ingenieurwissenschaften, Medizin, Sportwissenschaften, Geografie, Wirtschaftswissenschaften etc.)
 - Das Modul beschäftigt sich mit der steigenden Bedeutung von inszenierten Event- und Erlebniswelten und Angeboten im Eventbereich - insbesondere:
 - o Inszenierung von Incentives und Events
 - o Inszenierung von Veranstaltungen in Freizeit, Sport, Tourismus, Verkehr
 - o übergreifend einsetzbare Inszenierungstechniken
 - o die Erstellung von Inszenierungskonzepten in Kooperation mit anderen beteiligten Gewerken
 - o Im Rahmen der Modulprüfung entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Event-Konzept für ein Angebot stellen dieses mit geeigneten Medien in einer Präsentation vor und setzen es ggf. um.
 - Die Studierenden verfügen über vertiefendes Wissen im Bereich Event-Management u. a.
 - o Reflexion von Modellen zur Teambildung und (Re-) Integration von Individuen hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit bei Events
- Durch die Lernformen des Moduls werden Schlüsselkompetenzen wie Präsentationsfähigkeit, Delegations- und Teamfähigkeit, konzeptionelles interdisziplinäres und kreatives Denken sowie die Fähigkeiten zur operativen Umsetzung von Konzepten besonders gefördert.
- Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
 SOL Selbstorganisiertes Lernen
 Segeln Selbstgesteuertes Lernen
 Fallstudien (ggf. Exkursionen)
 Rollenspiele
 Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation)
 Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & Mc Donnell, I., Events Management, Great Britain: Elsevier, aktuellste Auflage
 Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
 Hoyle, L., Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions, Wiley, New York, aktuellste Auflage
 Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
 Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage

[letzte Änderung 07.09.2023]

Freizeit- und Adventure-Management

Modulbezeichnung: Freizeit- und Adventure-Management
Modulbezeichnung (engl.): Recreation and Adventure Management
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-31
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch

Prüfungsart:

Projektarbeit (Wiederholung jährlich)

[letzte Änderung 23.01.2014]

Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

DFMM-MFSTM-W-31 Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018 , 1. Semester, Pflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

MFSTM-W-31 (P440-0005) Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017 , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft

MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement

MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz

MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 07.09.2023]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 23.01.2014]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich Freizeit und Adventure Management unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,

eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,

Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

in Einzel- oder Gruppenarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Konzepte im Bereich Freizeit und Adventuresport / -tourismus, MICE-Management zu entwickeln und ggf. umzusetzen

die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

Die Studierenden können aktuelle freizeit-, sport-, tourismuswissenschaftliche Diskussionen im Bereich Freizeit und Adventure Management verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können freizeit- und abenteuersportliche / -touristische Programme planen, realisieren und umsetzen (motorische und methodisch-didaktische Kompetenz).

Sie können die Fähigkeiten und Fertigkeiten, Leistungsfähigkeit und -entwicklung, Lern- und Trainingserfolge, Verhaltensänderungen durch geeignete diagnostische Verfahren beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

Zusätzlich entwickeln, erweitern und vertiefen die Studierenden ihr Wissen zu

den ökonomischen Dimensionen im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven in diesem Sektor

den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor in Regionen (Naherholung)

dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von abenteuer- und erlebnispädagogischen Angeboten

dem strategisches Marketing von Freizeit-, Sport-, Tourismusbetrieben und Adventure-Agenturen den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

den Besonderheiten des Freizeit-, Sport-, Tourismussektor im Bereich Erlebnismarketing

Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

vertiefen ihre Einblicke im Freizeit- und Adventure-Management touristischer Organisation und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Freizeitwirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Tourismusorganisationen)

Darauf aufbauend können sie die Strukturen entsprechender Organisationen weiterentwickeln und etablieren.

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit (inter-) nationalen Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen

Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Freizeit- und Adventure-Segment

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte in der Freizeitwirtschaft

Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Freizeitwirtschaft

Sozialkompetenz

Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere abenteuer- und erlebnispädagogische Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Freizeitwirtschaft

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten der Freizeitwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

vertieftes Wissen der Planungs- und Steuerungsmethoden im Freizeit- und Adventure-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung)

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit Thematik und Projekten aus dem Bereich Freizeit- und Adventure-Management insbesondere mit folgenden Bereichen:

- Entwicklungen und Perspektiven der Freizeitwirtschaft
- Erlebnismarketing
- Ansätze der modernen Konsumtheorie im Freizeit- und Adventure-Management in Regionen (Naherholung)
- Fortgeschrittene Fach- und Methodenwissen im Freizeit- und Adventure-Management
- Strategisches Marketing von Freizeitbetrieben und Adventure-Agenturen
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext
- Differenzierung von Angeboten in der Freizeit
- Erlebnisorientierte Angebote und Projekte in Freizeit, Sport, Tourismus
- Das Modul behandelt die praktische Entwicklung und Umsetzung von Projekten im Abenteuer- und Eventmanagement:
 - Prozesse und deren Management im Rahmen abenteuer- und erlebnisorientierter Angebote: subjektives Erleben, Emotionen, soziale Dynamik, Problembewältigung, Reflexion und Transfermöglichkeiten zwischen Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus.
 - (Rahmen-) Bedingungen und Formen der pädagogischen Praxis (natursportliche Aktivitäten, Spiel- und Abenteuerpädagogik in urbanen Räumen, pädagogische Aktionen im Museum, Gestaltung von Erfahrungsfeldern für die Sinne, Abenteuer- und Erlebnissport und -tourismus).
 - Integration von erlebnisorientierten Ansätzen in verschiedene Bereiche in Freizeit, Sport, Tourismus
 - Inszenierung von Erfahrungsräumen
 - Die Teilnehmer können Erlebnisräume analysieren und gestalten und bewerten - zusammen mit anderen Fachdisziplinen (Architektur, Design, Mediengestaltung, Ingenieurwissenschaften, Medizin, Sportwissenschaften, Geografie, Wirtschaftswissenschaften etc.)
 - Das Modul beschäftigt sich mit der steigenden Bedeutung von inszenierten Erlebniswelten und Angeboten im Abenteuersport / -tourismus - insbesondere:
 - Inszenierung von Incentives und Events
 - Inszenierung von Veranstaltungen in Freizeit, Sport, Tourismus, Verkehr
 - übergreifend einsetzbare Inszenierungstechniken
 - die Erstellung von Inszenierungskonzepten in Kooperation mit anderen beteiligten Gewerke
 - Im Rahmen der Modulprüfung entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Konzept für ein Angebot im Bereich Freizeit- und Abenteuersport / -tourismus stellen dieses mit geeigneten Medien in einer Präsentation vor und setzen es ggf. um.
 - Die Studierenden verfügen über vertiefendes Wissen im Bereich Freizeit- und Abenteuersport / -tourismus, u. a.
 - intra- und extrasportive Sinnperspektiven, methodische Entscheidungen,
 - Reflexion von Modellen zur Teambildung und (Re-) Integration von Individuen hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit

Durch die Lernformen des Moduls werden Schlüsselkompetenzen wie Präsentationsfähigkeit, Delegations- und Teamfähigkeit, konzeptionelles interdisziplinäres und kreatives Denken sowie die Fähigkeiten zur operativen Umsetzung von Konzepten besonders gefördert.

Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- SOL Selbstorganisiertes Lernen
- Segeln Selbstgesteuertes Lernen
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
- Diskussion mit Studierenden und auch Externen
- Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse, Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

- Je nach Themenstellung
- Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen
- Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):
- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Finger, Claus, Gayler, Brigitte, Animation im Urlaub: Handbuch für Planer und Praktiker, Oldenbourg Verlag, 2003
- Forsberg, K. et all, (2000), Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- Freyer, W., Tourismus-Marketing, Oldenbourg, München, aktuellste Auflage
- Grauvogel, Birgit, Tourismuspädagogik, Geograph. Ges. Trier in Zus.arbeit mit der Fachgruppe Geographie der Univ. Trier, 1994
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
- John Dattilo, Leisure education program planning: a systematic approach, Venture Publishing, 2008
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage (weitere siehe: http://www.alexandria.unisg.ch/Publikationen/Zitation/Thomas_Bieger)
- Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Berlin, aktuellste Auflage (weitere siehe: <http://homepages.uni-tuebingen.de/gerd.nufer/index.html>)
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage

- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
- Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
- Reinhold Popp, Marianne Schwab, Pädagogik der Freizeit, Hohengehren, 2003
- Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995
- Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
- Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
- Holloway, C., The business of tourism, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006
- Hoyle, L., Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions, Wiley, New York, aktuellste Auflage
- Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
- Drina Kunkel, Als Animateur ins Ausland: Gästebetreuung zwischen Traum und Wirklichkeit ; Jobs, Bewerbung, Tipps und Adressen, Ausbildung in Tourismus & Freizeit ; [Hotels, Campingplätze, Clubanlagen, Kreuzfahrtschiffe ; Bewerbung

[letzte Änderung 07.09.2023]

Fremdsprachen (Englisch)

Modulbezeichnung: Fremdsprachen (Englisch)
Modulbezeichnung (engl.): Foreign Languages (English)
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-51
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Englisch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich)
[letzte Änderung 24.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

MFSTM-W-51 (P440-0008, P450-0219, P450-0220) Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017, 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

Keine.

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären sprachwissenschaftliche und tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie,

[letzte Änderung 24.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:

Prof. Dr. Thomas Tinnefeld

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 24.01.2014]

Lernziele:

Intensive Anwendung der vier grundlegenden sprachlichen Fertigkeiten
Befähigung zur Durchführung längerer, fundierter Präsentationen in der Fremdsprache

Befähigung zur Führung komplexer, vielschichtiger Diskussionen

Anwendung eines funktionalen Diskussionsvokabulars

Befähigung zur selbständigen Aufrechterhaltung und Erweiterung des eigenen fremdsprachlichen Wortschatzes

Befähigung zur Lösung komplexer Probleme in der Freizeit-, Sport-, Tourismuswirtschaft in der Fremdsprache

Befähigung zur Beherrschung interkulturell relevanter Problemsituationen

Anregung zur intellektuellen Integration der im bisher erworbenen interkulturellen Erfahrungen sowie der landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 24.01.2014]

Inhalt:

Übungen zum freien Sprechen in der Fremdsprache unter Berücksichtigung unterschiedlicher Register

Registerspezifische Schreibübungen

Rollenspiele und Simulationen

Anwendung der fachsprachlichen Grammatik

Nutzung der und gegenseitiger Austausch über die im Auslandspraktikum erworbenen interkulturellen Erfahrungen, die landeskundlichen und fremdsprachlichen Kenntnisse der Studierenden

[letzte Änderung 24.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Einsatz eines Multimedia-Computersprachlabors
- Nutzung der gesamten Bandbreite multimedialer Möglichkeiten: Fernsehen und Video, Radio, Presse, computerbasierte Interaktivität
- Partnerarbeit, Gruppenarbeit und Rollenspiele
- Präsentationen und Kurzvorträge der Studierenden
- Präsentationen des Dozenten
- Diskussionen
- Internetrecherchen
- Schaffung einer möglichst authentischen fremdsprachlichen Kommunikation in der Unterrichtssituation

[letzte Änderung 24.01.2014]

Literatur:

- Je nach Themenstellung
- Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen
- Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):
- Vom Dozenten zusammengestellte, adressatenorientierte Lehrmaterialien
- Artikel aus anerkannten Zeitungen und Zeitschriften der Zielsprachenländer
- Individualisierte, auf die Adressaten ausgerichtete Übungsmaterialien zu Wortschatz und Grammatik
- Internetressourcen

[letzte Änderung 24.01.2014]

Mobilitätsmanagement

Modulbezeichnung: Mobilitätsmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Mobility Management
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W71
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch

Prüfungsart:

Projektarbeit (Wiederholung jährlich)

[letzte Änderung 24.01.2014]

Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum:

MFSTM-W71 Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017, 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft

MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement

MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz

MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 24.01.2014]

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären verkehrswissenschaftliche und tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Verkehr, Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 24.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 24.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich Mobilitätsmanagement unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,

eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,

Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

in Einzel- oder Gruppenarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Konzepte im Bereich Mobilitätsmanagement zu entwickeln und ggf. umzusetzen

die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

Die Studierenden können aktuelle verkehrswissenschaftliche Diskussionen verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können verkehrswirtschaftliche Angebote planen, realisieren und umsetzen (methodisch-didaktische Kompetenz).

Sie können Methoden zur Verkehrssimulation beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

Zusätzlich entwickeln, erweitern und vertiefen die Studierenden ihr Wissen zu

den ökonomischen Dimensionen im Kontext von Freizeit, Sport, Tourismus, Mobilität und Verkehr insbesondere bzgl. der Zusammenhänge im Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen

den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Kontext von Mobilität und Verkehr dem theoretischen und praktischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungen

dem strategischen Marketing von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen

den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

den Besonderheiten des Verkehrssektors

Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Verkehrssektors (Anbieter, Nachfrager, Organisationen)

Theoretisches Verständnis über Verkehrssimulationen (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl) sowie strategische Planung der Marketing-Instrumente von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern

Gestaltung(sfähigkeit) internationaler Mobilitätsberatung

Die Studierenden

vertiefen ihre Einblicke im Management von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungen und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Verkehrswirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Verkehrsorganisationen)

Darauf aufbauend können sie die Strukturen entsprechender Organisationen weiterentwickeln und etablieren.

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit (inter-) nationalen Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungsunternehmen

Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssegment

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor

Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistungssektor

Sozialkompetenz

Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere Managementkonzepte und Methoden im Kontext von Mobilität und Verkehr mit hoher Relevanz für nachhaltiges Mobilitätsmanagement

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner

Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere abenteuer- und erlebnispädagogische Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Freizeitwirtschaft

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden
diens

[letzte Änderung 24.01.2014]

Inhalt:

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit Thematik und Projekten aus dem Bereich Mobilitätsmanagement insbesondere mit folgenden Bereichen:

- Entwicklungen und Perspektiven im Verkehrssektor
- Motive der Mobilität / Mobilitätsforschung (Spaß- vs. Zweck- vs. Erlebnismobilität etc.)
- Positionierung zum Mobilitätsmanagement und der Verkehrswissenschaft
- Vertiefung der Zusammenhänge und Probleme im Verkehrssektor
- verkehrswirtschaftliche Kennziffern
- Volkswirtschaftliche Ansätze insbesondere der modernen Konsumtheorie im Verkehr
- Verkehrspolitik
- Träger, Ziele und Instrumente der Verkehrspolitik
- Verkehrsbetriebslehre
- Vertiefung der verkehrsbetrieblichen Besonderheiten der Verkehrsträger Eisenbahn, Fahrradverkehr, Luftverkehr, Motorisierter Individualverkehr, Schifffahrt
- Planungsprozesse und -tools der Angebotsplanung in Verkehrsbetrieben von den Verkehrssimulationen zum Fahrplan (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl, Netzgrafik, Umlaufplanung)
- Angebotsmanagement von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern (Netzmanagement DB und Luft; Fahrzeuge und Infrastruktur)
- Verkehrssimulationen (Verkehrsentstehung, -verteilung, -umlegung, Verkehrsmittelwahl)
- Strategisches Marketing von Mobilitäts-/Verkehrsdienstleistern
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Distributions- und Prozesspolitik) im (inter-) nationalen sowie inter- und intramodalen Kontext
- Ansätze der modernen Konsumtheorie im Verkehr

Durch die Lernformen des Moduls werden Schlüsselkompetenzen wie Präsentationsfähigkeit, Delegations- und Teamfähigkeit, konzeptionelles interdisziplinäres und kreatives Denken sowie die Fähigkeiten zur operativen Umsetzung von Konzepten besonders gefördert.

Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 24.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

- Seminaristische Vorlesung
- SOL Selbstorganisiertes Lernen
- Segeln Selbstgesteuertes Lernen
- Fallstudien (ggf. Exkursionen)
- Rollenspiele
- Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse, Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 24.01.2014]

Literatur:

Je nach Themenstellung

Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt (beispielhafte Quellenangaben):

- Meffert, H. (Hrsg.), Verkehrsdienstleistungsmarketing, Gabler, Wiesbaden, 2000
- Mobilitätsberatung Neue Lösungsstrategien im Konfliktfeld Verkehr, Tagungsband zur Mobilitätsberaterkonferenz 1994, Graz, 1994
- Rockenbauch, Ralf, Verkehrskonzeptionen für die Zukunft unter besonderer Berücksichtigung des Fahrradverkehrs Eine ökonomisch-politische Analyse, Lang, Frankfurt, 1996
- Rockenbauch, R., Roth, J., Grundlagen zur Integration des Radverkehrs in die zukünftigen Verkehrskonzeptionen in Mainz, Georg-Forster-Institut Mainz, 1997
- Sterzenbach, R., Conrady, R., Luftverkehr, aktuellste Auflage, Oldenbourg, München
- Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, Gabler, Wiesbaden, 1977
- Diederich, H., Verkehrsbetriebslehre, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, W. Wittmann et al. (Hrsg.), 5. ufl., Stuttgart, Sp. 4551- 4559, 1993
- Grandjot, H., Verkehrspolitik, Grundlagen, Funktionen und Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Hamburg, 2002
- Aberle, G., Transportwirtschaft, 4. Aufl., München, Wien, 2003
- Laaser, C., Wettbewerb im Verkehrswesen, Tübingen, 1991
- Frerich, J., Müller, G., Europäische Verkehrspolitik, Bd. 1 + 2 + 3, München, Wien, 2004, 2006
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Schröder, A., Das Phänomen der Low Cost Carrier und deren Beeinflussung raum- zeitlicher Systeme im Tourismus, Materialien zur Fremdenverkehrsgeografie, Heft 68, Trier, 2010
- Fit for Cruises: Teaching units under <http://fit-for-cruises.fvw.de/>
- Craig, C.S. and Douglas, S.P. (2005): International Marketing Research, 3rd. Edition, Wiley, West Sussex
- Gilmore, A. (2003): Services Marketing and Management, Sage Publications, London
- Kotler, P.; Keller, K. (2009): Marketing Management, 13.th Edition, Pearson Education, London
- Internationales Verkehrswesen
- Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage
- weitere siehe: http://www.alexandria.unisg.ch/Publikationen/Zitation/Thomas_Bieger
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004

Weiterhin wird jeweils projektspezifische Einstiegsliteratur in den relevanten (Fremd-) Sprachen im Rahmen der Vorlesungen bekanntgegeben.

[letzte Änderung 24.01.2014]

Qualitätsmanagement

Modulbezeichnung: Qualitätsmanagement

Modulbezeichnung (engl.): Quality Management
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-91
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 24.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-W-91 <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.
Empfohlene Voraussetzungen (Module): <u>MFSTM-110</u> Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft <u>MFSTM-120</u> Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft <u>MFSTM-130</u> Projekt- und Prozessmanagement <u>MFSTM-140</u> Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz <u>MFSTM-150</u> Methoden der empirischen Sozialforschung [letzte Änderung 24.01.2014]
Sonstige Vorkenntnisse: Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL [letzte Änderung 24.01.2014]
Als Vorkenntnis empfohlen für Module:

Modulverantwortung:
Prof. Dr. Achim Schröder

Dozent/innen:
Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 24.01.2014]

Lernziele:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

Bedeutung und Besonderheiten von Qualitätsmanagement und Servicequalität im Bereich Freizeit-, Sport- und Tourismusmanagement auszudrücken,
verschiedene Qualitätsmanagement-Arten und -Ansätze zu charakterisieren und zu vergleichen,
in Teamarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Qualitätskriterien für Produkte bzw. Dienstleistungen Bereich Freizeit, Sport und Tourismus zu entwickeln, um darauf aufbauend ein Qualitätsmanagementkonzept anzufertigen,
die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

[letzte Änderung 24.01.2014]

Inhalt:

Die Bedeutung von Qualität in der Freizeit-, Sport- und Tourismusbranche
Grundlagen des Qualitätsmanagements
Qualitätsarten und Qualitätsstufen
Qualitätsmanagement-Ansätze, -Zertifikate und -Gütesiegel
Analyse- und Messmethoden von Dienstleistungsqualität
Konzeption, Implementierung und Controlling von Qualitätsmanagement
Qualitätsmanagement als Führungsaufgabe
Beschwerdemanagement
Fallbeispiele aus unterschiedlichen Segmenten in Freizeit, Sport und Tourismus

[letzte Änderung 24.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Rollenspiele
Gruppen- und Projektarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

[letzte Änderung 24.01.2014]

Literatur:

Bruhn, Manfred: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin, 2011
Eckhoff, Manon: Qualität und Qualifizierung im Tourismus: Anforderungen an ein ganzheitliches Qualitäts- und Qualifizierungssystem in einer Destination (Schriftenreihe des IMT; 2), München, 2007
Kandampully, Jay: Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure, 2001
Müller, Hansruedi: Qualitätsorientiertes Tourismus-Management: Wege zu einer kontinuierlichen

Weiterentwicklung, Bern, 2004

Pechlaner, Harald (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Tourismus: Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit (Management und Unternehmenskultur; 15), Wien, 2006

Pompl, Wilhelm; Lieb, Manfred G. (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Tourismus, München [u.a.], 1997

Romeiß-Stracke, Felizitas: Service-Qualität im Tourismus: Grundsätze und Gebrauchsanweisungen für die touristische Praxis, München, 1995

Weiermair, Klaus; Pikkemaat, Birgit (Hrsg.): Qualitätszeichen im Tourismus: Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen (Schriften zu Tourismus und Freizeit; 3), Berlin, 2004

[letzte Änderung 24.01.2014]

Sportmanagement

Modulbezeichnung: Sportmanagement
Modulbezeichnung (engl.): Sports Management
Studiengang: Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017
Code: MFSTM-W-111
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 24.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: DFMM-MFSTM-W-111 <u>Management Sciences, Master, ASPO 01.10.2018</u> , 1. Semester, Pflichtfach, allgemeinwissenschaftlich MFSTM-W-111 (P440-0028) <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich
Arbeitsaufwand: Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft

MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft

MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement

MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz

MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 07.09.2023]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Ralf Rockenbauch

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 24.01.2014]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen in der Lage sein:

selbstständig oder in Gruppenarbeit eine komplexe Thematik aus dem Bereich Sportmanagement unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,

eigenständig Informationen zu beschaffen, zu bewerten und zielgerichtet zu verwenden,

Erkenntnisse ihrer Untersuchung wissenschaftlich zu belegen und schriftlich zu formulieren sowie zentrale Ergebnisse unter Anwendung moderner Präsentationstechniken zu dokumentieren und gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu präsentieren.

in Einzel- oder Gruppenarbeit (sowie ggf. durch Interaktion mit Dritten) Konzepte im Bereich Sport zu entwickeln und ggf. umzusetzen

die zentralen Ergebnisse des Projekts zu dokumentieren und im Rahmen einer Präsentation gegenüber der Gruppe (sowie ggf. Externen) zu kommunizieren.

Die Studierenden können aktuelle sportwissenschaftliche Diskussionen im Bereich verfolgen sowie Publikationen aus den entsprechenden wissenschaftlichen Teildisziplinen kritisch reflektieren und für ihre Ausbildung nutzen.

Sie können freizeit-, Breitensport-, präventions-, reha- und Leistungssportliche Programme planen, realisieren und umsetzen (motorische und methodisch-didaktische Kompetenz).

Sie können die Fähigkeiten und Fertigkeiten, Leistungsfähigkeit und -entwicklung, Lern- und Trainingserfolge, Verhaltensänderungen durch geeignete diagnostische Verfahren beurteilen (diagnostische Kompetenz).

Sie beherrschen Techniken der Gesprächsführung und des Coachings sowie des Konflikt- und Stressmanagements (kommunikative Kompetenz).

Zusätzlich entwickeln, erweitern und vertiefen die Studierenden ihr Wissen zu

den ökonomischen Dimensionen im Sportsektor insbesondere bzgl. der Entwicklungen und Perspektiven in diesem Sektor

den Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sportmanagement

dem theoretischen Verständnis über Besonderheiten bei der Vermarktung von sportpädagogischen Angeboten

dem strategisches Marketing von Organisationen im Freizeit- und Sportsektor

den Marketing-Mix-Instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im

regionalen, nationalen und internationalen Kontext

den Besonderheiten des Freizeit-, Sport-, Tourismussektor im Bereich Sport- und Erlebnismarketing
Marktstrukturen, Marktteilnehmern im Freizeit-, Sport-, Tourismussektor (Anbieter, Nachfrager, Organisationen).

Die Studierenden

vertiefen ihre Einblicke im Sportmanagement von Organisation im Sportsektor und können ablauf- und aufbauorganisatorische Fragestellungen in Organisationen der Sport- und Freizeitwirtschaft analysieren und präsentieren (Organisatorischer Wandel; Besonderheiten internationaler Sportorganisationen)

Darauf aufbauend können sie die Strukturen entsprechender Organisationen weiterentwickeln und etablieren.

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit (inter-) nationalen Sport- und Freizeitbetrieben

Im Rahmen von Beispielen aus internationalen Organisationen sowie Unternehmen im Sport- und Freizeitsegment

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte in der Sport- und Freizeitwirtschaft

Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden in der Sport- und Freizeitwirtschaft

Sozialkompetenz

Projekte, Events, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)

insbesondere sportwissenschaftlich fundierte Managementkonzepte und Methoden mit hoher Relevanz für die nachhaltige Sport- und Freizeitwirtschaft

Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

dienstleistungsorientierte Fragestellungen und Besonderheiten der Sport- und Freizeitwirtschaft verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

vertieftes Wissen der Planungs- und Steuerungsmethoden im Sport- und Freizeit-Management anwenden (strategische Planung der Marketing-Instrumente sowie operative Umsetzung im Rahmen von Projekten)

dienstleistungsspezifische Prozesse im Sport- und Freizeit-Management beschreiben, entwickeln, planen und gestalten,

dienstleistungsorientierte Strategien und Konzepte im Sport- und Freizeit-Management planen

[letzte Änderung 07.09.2023]

Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich die Veranstaltung mit Thematik und Projekten aus dem Bereich Sportwissenschaft, Sport- und Freizeit-Management insbesondere mit folgenden Bereichen:

Entwicklungen und Perspektiven der Sport- und Freizeitwirtschaft

Sport- und Erlebnismarketing

Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sport- und Freizeit-Management

Fortgeschrittene Fach- und Methodenwissen im Sport- und Freizeit-Management

Strategisches Marketing von Sport- und Freizeitbetrieben

Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

Differenzierung von Angeboten in Sport und Freizeit

Erlebnisorientierte Angebote und Projekte in Freizeit, Sport, Tourismus

Das Modul behandelt die praktische Entwicklung und Umsetzung von Projekten im Sport

Prozesse und deren Management im Rahmen sport-, abenteuer- und erlebnisorientierter Angebote: subjektives Erleben, Emotionen, soziale Dynamik, Problembewältigung, Reflexion und Transfermöglichkeiten zwischen Arbeit, Freizeit, Sport und Tourismus.

(Rahmen-) Bedingungen und Formen der sportwissenschaftlichen Praxis (natursportliche Aktivitäten, Spiel- und Abenteuerpädagogik in urbanen Räumen, Gestaltung von Erfahrungsfeldern für die Sinne, Abenteuer- und Erlebnissport und -tourismus).

Integration von sport- und erlebnisorientierten Ansätzen in verschiedene Bereiche in Freizeit, Sport, Tourismus

Inszenierung von sportlichen Erfahrungsräumen

- Die Teilnehmer können sportliche Erlebnisräume analysieren und gestalten und bewerten - zusammen mit anderen Fachdisziplinen (Architektur, Design, Mediengestaltung, Ingenieurwissenschaften, Medizin, Sportwissenschaften, Geografie, Wirtschaftswissenschaften etc.)

Das Modul beschäftigt sich mit der steigenden Bedeutung von inszenierten Erlebniswelten und Angeboten im Sport - insbesondere:

- Inszenierung von Incentives und Events im Sport

- Inszenierung von Veranstaltungen in Freizeit, Sport, Tourismus

- übergreifend einsetzbare Inszenierungstechniken

- die Erstellung von Inszenierungskonzepten in Kooperation mit anderen beteiligten Gewerken

- Im Rahmen der Modulprüfung entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Konzept für ein Angebot im Bereich Sport stellen dieses mit geeigneten Medien in einer Präsentation vor und setzen es ggf. um.

Die Studierenden verfügen über vertiefendes Wissen im Bereich Sportwissenschaften und Sportmanagement, u. a.

- intra- und extrasportive Sinnperspektiven, methodische Entscheidungen,

- Reflexion von Modellen zur Teambildung und (Re-) Integration von Individuen hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit

- Freizeit und Breitensport

- Leistungssport

- Organisation im Sport

- Präventions- und Reha Sport

- Sportsoziologie und psychologie

- Trainingslehre

- Entwicklungen und Perspektiven im Sport und der Sportwirtschaft

- Sport und Tourismus

- Sportmarketing

- Ansätze der modernen Konsumtheorie im Sport und Sportmanagement

- Grundlagen im Sportmanagement

- Strategisches Marketing von Organisationen im Sport

- Marketing-Mix-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) im regionalen, nationalen und internationalen Kontext

Durch die Lernformen des Moduls werden Schlüsselkompetenzen wie Präsentationsfähigkeit, Delegations- und Teamfähigkeit, konzeptionelles interdisziplinäres und kreatives Denken sowie die Fähigkeiten zur operativen Umsetzung von Konzepten besonders gefördert.

Die Bearbeitung von Teilaufgaben erfolgt durch die Studierenden in Einzel- und/oder Gruppenarbeit.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung

SOL Selbstorganisiertes Lernen

Segeln Selbstgesteuertes Lernen

Fallstudien (ggf. Exkursionen)

Rollenspiele

Gruppenarbeit (eigenständige Konzeptentwicklung sowie Präsentation und ggf. Umsetzung)

Diskussion mit Studierenden und auch Externen

Präsentationen und Erstellung von Dokumentationen/schriftlichen Ausarbeitungen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Analyse, Umsetzung und Reflexion angeleitet.

[letzte Änderung 07.09.2023]

Literatur:

Literatur / Literature:

Je nach Themenstellung

Einführungsliteratur siehe Module unter Empfohlene Voraussetzungen

Aktuelle Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt

(beispielhafte Quellenangaben):

- Bischof, R., Event-Marketing Emotionale Erlebniswelten schaffen, Zielgruppen nachhaltig binden, Berlin, aktuellste Auflage
- Csikszentmihalyi, M./Jackson, S.A.: Flow im Sport. München 2000
- Csikszentmihalyi, M.: Das Flow-Erlebnis. Stuttgart 1993
- FdSnow, Fachzeitschrift für den Skisport, Freunde des Skisports im Deutschen Skiverband
- Finger, Claus, Gayler, Brigitte, Animation im Urlaub: Handbuch für Planer und Praktiker, Oldenbourg Verlag, 2003
- Forsberg, K. et al, (2000), Visualizing Project Management, A model for business and technical success, Second Edition, John Wiley and Sons Inc.
- Freyer, W., Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, aktuellste Auflage
- Hayes, N., Saving Sailing, Crickhollow, Milwaukee, 2009, How and more importantly why? A provocative argument and action plan sure to appeal to sailors everywhere for the revival of family sailing . . . and quality uses of free time for rewarding intergenerational pastimes, lifelong hobbies, and free-time pursuits.
- Hoye, R., Sport management: principles and applications, 2. Auflage, Elsevier, Amsterdam u. a., 2009
- Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.), Erlebniswelten und Tourismus, Springer, Berlin, 2004
- John Dattilo, Leisure education program planning: a systematic approach, Venture Publishing, 2008
- Letzner, V., Tourismusökonomie Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, Oldenbourg, München, 2010
- Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles, Thomas Bieger, Peter Keller (Herausgeber), Berlin, aktuellste Auflage (weitere siehe: http://www.alexandria.unisg.ch/Publikationen/Zitation/Thomas_Bieger)
- Neumann, P.: Das Wagnis im Sport. Schorndorf 1999
- Nufer, G., Bühler, A., (Hrsg.), Management und Marketing im Sport Berlin, aktuellste Auflage (weitere siehe: <http://homepages.uni-tuebingen.de/gerd.nufer/index.html>)
- Opaschowski, H., Das gekaufte Paradies, Germa Press, Hamburg, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H., Tourismus, Leske und Budrich, Opladen, aktuellste Auflage
- Opaschowski, H.W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie Marketing von Erlebniswelten. Opladen 1995
- Opaschowski, H.W.: Xtrem Der kalkulierte Wahnsinn. Hamburg 2000
- Reinhold Popp, Marianne Schwab, Pädagogik der Freizeit, Hohengehren, 2003
- Schilling, J., Planung von Ferienlagern und Freizeiten, München, 1981
- Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt 1995
- Steinecke, A. (Hrsg.), Erlebnis- und Konsumwelten, Oldenbourg, München, 2000
- Wopp, Ch.: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Meyer & Meyer, Aachen 1995

- Green Champions in Sport and Environment, Guide to environmentally-sound large sporting events, German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, German Olympic Sports Confederation, Berlin, 2007
- Haedrich, G., Kaspar, C. u. a. (Hrsg.), Tourismus-Management, 3. Auflage, de Gruyter, Berlin u. a., 1998
- Hobel, B. and Schütte, S. (2006), Projektmanagement, Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler
- Holloway, C., The business of tourism, 7. Auflage, Pearson Education, London, 2006
- Hoyle, L., Event marketing how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions, Wiley, New York, aktuellste Auflage
- Hungenberg, H., Problemlösung und Kommunikation, München, aktuellste Auflage
- Drina Kunkel, Als Animateur ins Ausland: Gästebetreuung zwischen Traum und Wirklichkeit ; Jobs, Bewerbung, Tipps und Adressen, Ausbildung in Tourismus & Freizeit ; [Hotels, Campingplätze, Clubanlagen, Kreuzfahrtschiffe ; Bewerbung, Fakten, Strategien, Tipps und Adressen ; Saison 2005], 2004
- Herold, H., und C., Selbstorganisiertes Lernen in Schule und Beruf, 2013

[letzte Änderung 07.09.2023]

Wellness- und Gesundheitstourismus

Modulbezeichnung: Wellness- und Gesundheitstourismus
Modulbezeichnung (engl.): Health and Wellness Tourism
Studiengang: <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u>
Code: MFSTM-W-141
SWS/Lehrform: 4V (4 Semesterwochenstunden)
ECTS-Punkte: 6
Studiensemester: 2
Pflichtfach: nein
Arbeitssprache: Deutsch
Prüfungsart: Projektarbeit (Wiederholung jährlich) [letzte Änderung 24.01.2014]
Verwendbarkeit / Zuordnung zum Curriculum: MFSTM-W-141 <u>Freizeit-, Sport-, Tourismus-Management, Master, ASPO 01.04.2017</u> , 2. Semester, Wahlpflichtfach, allgemeinwissenschaftlich

Arbeitsaufwand:

Die Präsenzzeit dieses Moduls umfasst bei 15 Semesterwochen 60 Veranstaltungsstunden (= 45 Zeitstunden). Der Gesamtumfang des Moduls beträgt bei 6 Creditpoints 180 Stunden (30 Std/ECTS). Daher stehen für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung zusammen mit der Prüfungsvorbereitung 135 Stunden zur Verfügung.

Empfohlene Voraussetzungen (Module):

MFSTM-110 Freizeit-, Sport- und Tourismuswissenschaft
MFSTM-120 Akteure in der Freizeit-, Sport- und Tourismuswirtschaft
MFSTM-130 Projekt- und Prozessmanagement
MFSTM-140 Interkulturelle und soziokulturelle Kompetenz
MFSTM-150 Methoden der empirischen Sozialforschung

[letzte Änderung 24.01.2014]

Sonstige Vorkenntnisse:

Wünschenswert wären tourismusspezifische Vorkenntnisse z. B. aus der beruflichen Praxis oder Studiengängen im Bereich Tourismus, Sport, Freizeit, Geografie, BWL, VWL

[letzte Änderung 24.01.2014]

Als Vorkenntnis empfohlen für Module:**Modulverantwortung:**

Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel

Dozent/innen:

Dozierende des Studiengangs

[letzte Änderung 24.01.2014]

Lernziele:

Lernziele/Kompetenzen:

Die Studierenden entwickeln, erweitern und vertiefen ihr Fach- und Methodenwissen zu den folgenden Punkten:

Begriffe, Dimensionen und Konzepte des Wellness- und Gesundheitstourismus in Deutschland, Europa und weltweit,

Phänomene des Gesundheitsmarktes vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen und touristischer Trends,

Wirtschaftswissenschaftliche, politische, soziologische und psychologische Theorien, die ein besseres Verständnis des Gesundheitstourismus und der involvierten Akteure ermöglichen,

methodische und empirische Verfahren zur Analyse relevanter Aspekte,

Bewertung, Benchmarking und Qualität im Wellness- und Gesundheitstourismus,

Analyse und Gestaltung(sfähigkeit) von Produkten und Dienstleistungen im Wellness- und Gesundheitstourismus,

rechtliche Rahmenbedingungen,

Besonderheiten branchenübergreifender Netzwerkbildung,

Vermarktung und Vermittlung gesundheitstouristischer Angebote.

Die Studierenden

gewinnen Einblicke in die betriebswirtschaftliche Perspektive des Wellness- und Gesundheitstourismus, können spezifische betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit gesundheitstouristischem Bezug analysieren und präsentieren, entwickeln ein sektorenübergreifendes Verständnis für wirtschaftliches Verhalten.

Internationale und interkulturelle Bezüge

Beschäftigung mit internationalen Unternehmen und Organisationen im Wellness- und Gesundheitstourismus
Analyse internationaler Gesundheitstouristenströme
Nutzung von Beispielen aus internationalen Organisationen und Netzwerken
Hinführung zur Realität der beruflichen Praxis im Wellness- und Gesundheitstourismus

Berufspraktische Bezüge:

Management- und Politikkonzepte im Wellness- und Gesundheitstourismus
Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Methoden im Wellness- und Gesundheitstourismus
Erwerb von Sozialkompetenz
Projekte, Gastvorträge, Exkursionen (zusammen mit Studierenden verschiedener Semester und Studiengänge)
Managementkonzepte und Methoden
Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Fähigkeiten bei der Anwendung moderner Präsentationstechniken, der Projekt- und Teamarbeit sowie des wissenschaftlichen Arbeitens.

Durch die erfolgreiche Beendigung des Moduls können die Studierenden

Betriebswirtschaftliche Fragestellungen und Besonderheiten des Wellness- und Gesundheitstourismus verstehen, analysieren und in Planungsmodellen abbilden

Planungs- und Steuerungsmethoden im Wellness- und Gesundheitstourismus anwenden

Betriebswirtschaftliche Prozesse im Wellness- und Gesundheitstourismus beschreiben, entwickeln, planen und gestalten

Strategien und Konzepte im Wellness- und Gesundheitstourismus planen, umsetzen und kontrollieren
Fach- und Methodenwissen vom Prozessmanagement bis zur Etablierung von Regelprozessen anwenden
effizienter kommunizieren (Pyramidenprinzip) sowie Interaktion mit Externen und Gruppen

Fach- und Methodenwissen der Motivation und Teamarbeit anwenden (Verbesserung der Führungskompetenzen, wie z. B. Initiative, Teamfähigkeit, Integration, Delegation, Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit, Selbstvertrauen, Verantwortungs- und Risikobereitschaft)

[letzte Änderung 24.01.2014]

Inhalt:

Grundbegriffe und Grundzusammenhänge im Wellness- und Gesundheitstourismus
Gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Hintergründe
Internationalisierung
Branchenübergreifende Kooperationen: Status Quo
Akteure im Wellness- und Gesundheitstourismus in Deutschland, Europa und weltweit
Strukturen und Angebote im Wellness- und Gesundheitstourismus in Deutschland, Europa und weltweit
Analyse und Gestaltung von Angeboten im Wellness- und Gesundheitstourismus
Strategische Planung der Marketing-Instrumente für Wellness- und Gesundheitstourismus
Vermarktung und Distribution
Nachhaltigkeit im Wellness- und Gesundheitstourismus

[letzte Änderung 24.01.2014]

Weitere Lehrmethoden und Medien:

Seminaristische Vorlesung
SOL Selbstorganisiertes Lernen
Segeln Selbstgesteuertes Lernen
Fallstudien (ggf. Exkursionen)
Diskussion mit Studierenden und auch Externen
Kurzpräsentationen

Anhand von ausgewähltem Datenmaterial und Fallstudien werden die Studierenden zu einer selbstständigen Entwicklung von Konzepten sowie deren Umsetzung und Reflexion angeleitet

[letzte Änderung 24.01.2014]

Literatur:

Berg, W.: Gesundheitstourismus und Wellnessstourismus, 2008.
Ebel, B. et. al.: Einwerbung und Betreuung internationaler Patienten, Tagungsband zur 2. Konferenz Medizintourismus, Sankt Augustin 16./17.09.2009.
Heuwinkel, K.: Reisen der Gesundheit zuliebe, 2011.
Heuwinkel, K.: HealthTourMobil - Ansatz zur Etablierung eines branchenübergreifenden Medizintourismus. In: Ebel, 2009.
Heuwinkel, K.: eHealth and Tourism. In: Hein, A., Thoben, W., Appelrath, H., Jensch, P. (Eds.): European Conference on eHealth 2007, Lecture Notes in Informatics, Volume P-118, 2007.
Juszczak, J.: Internationale Patienten in deutschen Kliniken: Ansätze zur Vermarktung von Gesundheitsdienstleistungen im Ausland. Sankt Augustin, 2007.
Marsek, P., Sharpe, F.: Medical Tourism. 2009.
Roland Berger: E-Health. Wachstumsperspektiven für die Telekommunikationsbranche, 2009.
Rulle, M.: Der Gesundheitstourismus in Europa - Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien, 2008.
WHO: Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung, 1986.
WTO: Concepts, definitions and classifications for tourism statistics , 1995.
Gesundheitsberichterstattung des Bundes: www.gbe-bund.de

[letzte Änderung 24.01.2014]