

Studiengang:	<b>Tourismusmanagement, Internationales (2023)</b>	
Fakultät:	<b>Management- und Kulturwissenschaften</b>	
Abschluss:	<b>Master of Arts</b>	
Regelstudienzeit:	<b>4 Semester</b>	
ECTS-Punkte:	<b>120</b>	
Studienbeginn:	<b>WiSe</b> (Wintersemester)	
Lehrsprache:	<b>Deutsch</b>	
Studiendokumente:	<p><b>Prüfungsordnung:</b> gültig ab Matrikel 2015 Lesefassung zur Prüfungsordnung</p> <p><b>Studienordnung:</b> gültig ab Matrikel 2015 Lesefassung zur Studienordnung</p> <p><b>Änderungssatzung:</b> 1. Änderungssatzung gültig ab Matrikel 2017 2. Änderungssatzung gültig ab Matrikel 2020 3. Änderungssatzung gültig ab Matrikel 2023 Rektoratsbeschluss zum 3. Versuch der Abschlussarbeit 28.02.2026</p> <p><b>Akkreditiert am:</b> Abschlussbericht</p>	

Nr.	Module	ECTS-Punkte *	Prüfungen	SWS** pro Semester			
				1	2	3	4
	201300 <b>Advanced English C1 - Zertifikatskurs I</b> ***	5	PK90 PK90	4			
	224750 <b>Business Plans</b>	5	PM20 VB	4			
	224700 <b>Internationaler Tourismus</b>	5	PK90 VR	4			
	150200 <b>Methoden der Inszenierung</b>	5	PR	4			
	260000 <b>Mobilität der Zukunft</b>	5	PB	4			
	259400 <b>Nachhaltige Unternehmensplanung</b>	5	PB	4			
	260700 <b>Personalmanagement und Führung im internationalen Kontext</b>	5	PK120 VR	4			
	205450 <b>Interkulturelle Kompetenz</b>	5	PB VR		4		
	259450 <b>Internationale Entwicklungszusammenarbeit</b>	5	PM20		4		
	205750 <b>Internationales Wirtschaftsrecht/Reiserecht/Fallstudien</b>	5	PK120 VB		4		
	286000 <b>Kommunikation in digitalen Netzwerken</b>	5	PL VR		4		
	286050 <b>Produktentwicklung für Tourismusk Märkte</b>	5	PO15		4		

Nr.	Module	ECTS- Punkte *	Prüf- ungen	SWS** pro Semester			
				1	2	3	4
	260800 <b>Zukunftswerkstatt</b>	5	PM90 VR		4		
	205800 <b>Forschungsseminar Master</b>	5	P			3	
	150500 <b>Fremdsprache im Ausland</b>	5	P			4	
	150350 <b>Kulturstudien</b>	5	P			3	
	140800 <b>Wahlpflichtmodul im Ausland</b>	15	P			9	
	135400 <b>Abschlussmodul (Master-Arbeit und Verteidigung)</b>	25	PA PM50				0
	260500 <b>Internationales Controlling</b>	5	PK90				3
<b>SWS</b> der Studienrichtung pro Semester				24	24	19	3
<b>ECTS-Punkte</b> pro Semester				30	30	30	30

\* 1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden

\*\* eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

\*\*\* Wahlmodul (Anmeldung durch den Prüfling erforderlich, siehe §14 Abs. 1 der PO)

#### Legende zur Tabelle:

WiSe = Wintersemester

SoSe = Sommersemester

ECTS = European Credit Transfer System - (Punkte)

PA = Prüfungsleistung in Form der Abschlussarbeit gemäß § 21

PB = Alternative Prüfungsleistung in Form des Belegs gemäß § 22 Absatz 1 Nr.1, Absatz 2

PK = Schriftliche Prüfungsleistung in Form der Klausur gemäß §§ 19 Absatz 1 Nr.1; 20

PL = Alternative Prüfungsleistung in Form der Laborleistung gemäß § 22 Abs.1 Nr.3, Absatz 4

PM = Mündliche Prüfungsleistung gemäß § 18

PR = Alternative Prüfungsleistung in Form des Referates gemäß § 22 Absatz 1 Nr.2, Absatz 3

P = Prüfungsleistung/en entsprechend den Wahlpflichtkomponenten

PO = Prüfungsleistung als Referat/Posterpräsentation

VB = Prüfungsvorleistung in Form des Belegs gemäß § 17 Abs.2 i.V.m. § 22 Absatz 1 Nr.1, Abs.2

VR = Prüfungsvorleistung in Form des Referates gemäß § 17 Abs.2 i.V.m. § 22 Absatz 1 Nr.2, Absatz 3

(Die Zahlenangabe hinter der Prüfungsart gibt die Dauer der Prüfungsleistung in Minuten an.)

Code:	<b>201300</b>
Modul:	<b>Advanced English C1 - Zertifikatskurs I</b>
Module title:	<b>Advanced English C1 - Part I</b>
Version:	<b>1.0 (09/2014)</b>
letzte Änderung:	14.04.2020
Modulverantwortliche/r:	<b>Diplom-Sprachmittler Sitter, Michael</b> <a href="mailto:m.sitter@hszg.de">m.sitter@hszg.de</a> <b>Ass. Lübeck, Ulrike</b> <a href="mailto:u.luebeck@hszg.de">u.luebeck@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Bachelor/Diplom
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Zittau
Lehrsprache:	Englisch

Status:		Wahlmodul							
Workload* in		SWS* *	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1				2	3	4
			V	S	P	W			
150	5	4.0	0	4	0	0			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	
	<b>105</b>	

Lehr- und Lernformen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Separates Training aller vier Sprachfertigkeiten</li> <li>- Übung integrierter Fertigkeiten</li> <li>- Übungen mit oder ohne Testorientierung</li> <li>- Übung testrelevanter Fertigkeiten, Strategieentwicklung</li> <li>- Gezielte Übungen zu Lexik, Grammatik und Aussprache</li> <li>- Eingangstest, Minitests, Übungstests, Selbststudium</li> <li>- Intensives Training im Sprachlabor</li> </ul>
-----------------------	--

Prüfung(en)			
Prüfungen:	Prüfungsleistung als Klausur (PK)	90 min	50.0%
	Prüfungsleistung als Klausur (PK)	90 min	50.0%

Lerninhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wechselnde, fachbezogene Themen und Szenarien (Campus, Vorlesung, Seminar)</li> <li>- für englischsprachiges Umfeld (Auslandsstudium)</li> </ul>
-------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	
Fachkompetenzen:	<p>Nach regelmäßiger und erfolgreicher Teilnahme sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lernstrategien effektiv zu nutzen,</li> <li>- sich wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Texte in englischer Sprache schriftlich und mündlich schnell zu erschließen, zu verarbeiten sowie derartige Texte</li> </ul>

	<p>eigenständig schriftlich und mündlich zu formulieren,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- englischsprachige Abhandlungen zu paraphrasieren und zusammenfassen,</li> <li>- auf einen breiten, treffenden und nuancierten Wortschatz zuzugreifen,</li> <li>- Memotechniken situationsgerecht einzusetzen,</li> <li>- sich strukturiert, kohärent und natürlich zu äußern,</li> <li>- Grammatik korrekt anzuwenden.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nachdem die Studierenden das Modul absolviert haben, sind sie besser und nachhaltiger befähigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- selbständig, intrinsisch-motiviert, verantwortungsbewusst und kreativ zu arbeiten,</li> <li>- zielgerichtet vorzugehen,</li> <li>- selbstkritisch ihre Stärken und Schwächen zu analysieren,</li> <li>- konvergent, divergent, strategisch und ganzheitlich-integrativ zu denken,</li> <li>- analytisch zu denken und das eigene Handeln an wechselnde Rahmenbedingungen anzupassen,</li> <li>- in Teams zu arbeiten sowie Arbeitsergebnisse zu kommunizieren und zu präsentieren,</li> <li>- Informationen schnell zu erfassen und zu verarbeiten,</li> <li>- unter Zeitdruck zu agieren,</li> <li>- Konflikt- und Stresssituationen zu erkennen und mental zu meistern.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	Gute bis sehr gute Englischkenntnisse auf B2+ Niveau
Empfohlene Voraussetzungen:	Leistungskurs Englisch bzw. Cambridge First Certificate
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The Longman Dictionary of Contemporary English</li> <li>- The Collins Dictionary and Thesaurus</li> <li>- Practical English Usage (Michael Swan)</li> <li>- Cambridge Preparation for the TOEFL Test (Jolene and Robert Gear)</li> </ul>

Code:	<b>224750</b>
Modul:	<b>Business Plans</b>
Module title:	<b>Business Plans</b>
Version:	<b>2.0 (11/2016)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrort:	Zittau
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1				2	3	4
		V	S	P	W			
150	5	4.0	1	0	3	0		

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>30</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>30</b> Vorbereitung Prüfung	<b>45</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modulinhalte erfolgt als Input in Form von Vorlesungen. Die kreative Entwicklung eines business plans wird durch ein moderiertes Praktikum unterstützt und in Workshops qualifiziert.
Hinweise:	Je nach Beispielwahl kann in die Lehre auch Feldforschung integriert sein.

<b>Prüfung(en)</b>			
Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Beleg (VB)		
Prüfung:	mündliche Prüfungsleistung (PM)	20 min	100.0%

Lerninhalt:	Umsetzung von internationalen Marktchancen auf verschiedenen Gebieten in Geschäftsideen und wettbewerbsorientierte Geschäftstätigkeit; Machbarkeitsnachweis sowie Erfolgsabschätzung; Entwurf des Implementierungskonzeptes;
-------------	--

<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - einen Business Plan für eine Geschäftsidee unter Beachtung innovativer Produkt- und Geschäftsprozessansätze zu entwickeln, - internationale Märkte zu analysieren und Marktpotential für die Geschäftstätigkeit zu erschließen, - zur Interessenharmonisierung von Anspruchsgruppen beizutragen,

	- interdisziplinär fachspezifische Rahmenbedingungen und Methoden anzuwenden.
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach der Absolvierung des Moduls ist der Studierende gestärkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- in der Teamarbeit, da das Modul unter Wettbewerbsbedingungen in kleinen Gruppen absolviert wird,</li> <li>- im analytischen und komplexen Denken,</li> <li>- im interdisziplinären Arbeiten,</li> <li>- in der Kreativität und Innovationsfähigkeit,</li> <li>- in der Präsentations- und Argumentationsfähigkeit.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	<p>Kenntnisse der Methode des Business planning            Kenntnisse Tourismusbetriebswirtschaftslehre, Destinationsmanagement,            Tourismusmarketing, Rechnungswesen, Investition/Finanzierung und            Personalmanagement</p>
Literatur:	<p>Posluschny, P./v. Schorlemer, G.: Erfolgreiche Existenzgründungen FUTURESAX-            Wettbewerbsunterlagen            Material BMWI zur Existenzgründung            Aktuelle Literatur zu Wettbewerbstrends Tourismus und Benchmarking</p>

Code:	<b>224700</b>
Modul:	<b>Internationaler Tourismus</b>
Module title:	<b>International Tourism</b>
Version:	<b>2.03 (11/2016)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Zittau
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte	SWS*	1				2	3	4
			V	S	P	W			
150	5	4.0	1	2	0	1			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>42</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>15</b> Vorbereitung Prüfung	<b>60</b> Sonstiges

Erläuterungen zu <b>Weiteres</b>	Workshops zu einem aktuellen Thema mit entsprechender Projektstudie, Pflichtexkursion 2 Gastvorträge von Spezialisten aus der Praxis,
-------------------------------------	---

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modul Inhalte erfolgt in Form von Vorlesungen und Workshops. Zur Vertiefung des in den Vorlesungen erworbenen Wissens und zur Vervollständigung des Workshopthemas findet eine Fachexkursion statt. Zwei Gastvorträge von Spezialisten aus der Praxis zu aktuellen Entwicklungen des internationalen Tourismus ergänzen die Lehrformen.
-----------------------	--

Hinweise:	Eine Exkursion in Schauplätze des internationalen Tourismus ist Bestandteil des Moduls.
-----------	---

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Referat (VR)		
Prüfung:	Prüfungsleistung als Klausur (PK)	90 min	100.0%

Lerninhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationale Quell- und Zielmärkte, deren Dynamik und Marktbearbeitung.</li> <li>- Globalisierung im Tourismus</li> <li>- Europa als bedeutender Quell- und Zielmarkt im Rahmen des Weltmarktes</li> <li>- Die Rolle Deutschlands im Welttourismus</li> <li>- Auswirkungen von Krisen auf den internationalen Tourismus</li> </ul>
-------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- globale Akteure im internationalen Tourismus</li> <li>- Schauplätze des internationalen Tourismus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismus als Wirtschafts- und Gesellschaftsfaktor in Transformationsländern,</li> <li>• Entwicklungsländer als exotische Traumziele und die Bedeutung des Tourismus in der Entwicklungszusammenarbeit,</li> <li>• Touristische Zukunftsmärkte Asiens - Fallbeispiele Indien und China.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wirtschaftliche Bedeutung des internationalen Tourismus als Wirtschaftsfaktor und gesellschaftliches Phänomen zu erkennen und zu bewerten;</li> <li>- die ökonomischen und sozialen Triebkräfte bei der Entwicklung des internationalen Tourismus zu identifizieren;</li> <li>- Potenzialmärkte zu identifizieren und deren Wettbewerbssituation einzuordnen sowie entsprechende Wettbewerbsstrategien zu entwickeln;</li> <li>- die mit der Entwicklung des internationalen Tourismus einhergehenden Veränderungen für das Leben der Menschen in vielen Teilen der Welt zu erkennen, kritisch zu reflektieren und Lösungsvorschläge zu unterbreiten;</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Das Modul trägt zur Entwicklung wichtiger Schlüsselkompetenzen bei, d.h. die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- entwickeln ein gutes Verständnis von Kulturunterschieden und können dieses Wissen anwenden;</li> <li>- lernen Entwicklungen in verschiedenen Kontexten zu bewerten und kritisch zu hinterfragen;</li> <li>- passen sich unterschiedlichen interkulturellen Kommunikationsnormen an;</li> <li>- entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit weiter;</li> <li>- sind in der Lage, bereichsspezifische und -übergreifende Diskussionen zu führen;</li> <li>- analytisch und problemorientiert zu denken.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Branchenkenntnisse Tourismus, Volkswirtschaftliche Denkmodelle
Literatur:	<p>Steinecke, A.: Internationaler Tourismus, UVK Verlagsgesellschaft Konstanz, München 2014  Quack, Klemm: Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts, Oldenbourg Verlag München 2013  AIEST: Kongressberichte verschiedener Jahrgänge. St. Gallen  Bruns, J.: Internationales Marketing, Kiehl, 2002  Henschel, K.: Internationaler Tourismus, Oldenbourg, 2002  Quack, H.: Internationales Marketing, Vahlen, 2001  Pechlaner, H./Glaeßer, D.: Risiko und Gefahr im Tourismus, ESV Berlin, 2005; Sell, A.: Internationale Unternehmenskooperationen;  Bieger, Th., Laesser, Chr., Beritelli, P.: Wettbewerb im alpinen Tourismus - Herausforderungen und Innovationen, Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2010, ESV Verlag Berlin 2011  Hartmann, Herle: Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus, ESV Verlag Berlin 2014  Egger, R., Herdin, Th.: Tourismus im Spannungsfeld von Polaritäten, LIT Verlag Münster 2010  sowie aktuelle Zahlen, Daten, Fakten, Veröffentlichungen  Weitere Literatur zu Spezialthemen wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>

Code:	<b>150200</b>
Modul:	<b>Methoden der Inszenierung</b>
Module title:	<b>Methods of Staging</b>
Version:	<b>1.0 (10/2010)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe+WiSe (Sommer- und Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1				2	3	4
		V	S	P	W			
150	5	2	1	1	0			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>60</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>25</b> Vorbereitung Prüfung	<b>20</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modulinhalt erfolgt in Form von Vorlesungen, Seminaren, Gruppenarbeit, Kleingruppenarbeit und Kreativitätstrainings.
Hinweise:	in der Vorlesung: Beamer, Computer und gute Lautsprecher im Seminar: Beamer, Computer und Raum mit flexibler Bestuhlung (U-Form, Tische zusammenstellen)

<b>Prüfung(en)</b>			
Prüfung:	Prüfungsleistung als Referat (PR)	-	100.0%

Lerninhalt:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vermittlung von Grundlagen der Motivations-, Kommunikations-, Kreativitäts- und Werbepsychologie.</li> <li>2. Wie werden Ideen entwickelt und vermittelt. Kreatives Denken (konvergentes und divergentes Denken). Vermittlung verschiedener Kreativitätstechniken (intuitiv-kreative Techniken, sequentiell-morphologische Techniken). Die Entstehung von Kreativität. Vermittlung von Bewertung- und Entscheidungstechniken zur endgültigen Ideen- und Strategien-Analyse.</li> <li>3. Abhängigkeiten zwischen Botschaft und Medium. Reisetexte. Reiseführer. Reisefotografie. Mit welchen Worten und Bildern wird für Reisen geworben. Wer soll angesprochen werden und wer fühlt sich wovon angesprochen. Wünsche, Wunschbilder, Projektion und ihre Quellen. Beispiele aus der Reisewelt. Themen, Topoi, Motive.</li> <li>4. Gestaltung in der Werbung (Bild, Text, Überschrift, Farbgestaltung). Visualität und Umsetzung in Gestaltung und Typographie. Grundlagen der Gestaltung von Anzeigen, Foldern, Flyern, Katalogen, Werbebroschüren, E-Marketing.</li> </ol>
-------------	--

	<p>Vermittlung von Grundkenntnissen in Urheberrecht und Vergütung. Textvermarktung im Tourismus.</p> <p>5. Vermittlung von Grundkenntnissen in Typographie und Gestaltung.</p> <p>6. Vermitteln von verschiedenen journalistischen Formen (Bericht, Pressemitteilung, Reportage, Nachricht, Kurzmeldung etc.) und Basiswissen zu Pressekonferenzen.</p> <p>Werbegestaltung (vor allem in Hinsicht auf Design, Farbwahl, Websitegestaltung) Werbekampagnen und Websitegestaltung im interkulturellen Rahmen / Grundkenntnisse Interkulturelle Werbung</p> <p>7. Vermittlung von Kenntnissen im Storytelling.</p>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– divergentes Denken zu üben und auf spezifische Fragestellungen anzuwenden.</li> <li>– Kreativitätstechniken zur Produktgestaltung anzuwenden.</li> <li>– existenter touristischer und kultureller Produkte zu analysieren und zu bewerten.</li> <li>– visuelle und textästhetische Untersuchungen anhand von Reiseführern, Katalogen verschiedener Reiseveranstalter, Broschüren und Flyern von Hotels und Pensionen und verschiedenen reisespezifischen Werbematerialien durchzuführen.</li> <li>– Pressemitteilungen, reportageartigen Texte für Anzeigen, Broschüren, Websites und Flyer zu verfassen und Pressekonferenzen durchzuführen.</li> <li>– verschiedene Textarten im Kontext von Projekten anzuwenden.</li> <li>– touristische Dachmarken, Webseiten zu analysieren und Destinationen zu vermarkten.</li> <li>– wesentliche Elemente von Gestaltungshandbüchern und Dachmarken ausgewählter Orte und touristischer Destinationen zu verstehen.</li> <li>– eigenständig Kampagnen zu kreieren und Ideen für innovative touristische Produkte zu entwickeln.</li> <li>– gestalterische Elemente (z.B. Logos, Flyern, Broschüren) und textliche Elemente (z.B. Namen, Teaser, Slogans, Pressemitteilungen, Reportagentexten etc.) zur Inszenierung und Vermarktung dieser Ideen und Kampagnen zu entwickeln.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– verschiedener Kreativitätstechniken für die Entwicklung neuer Ideen, Produkte und Projekte bzw. zur Verbesserung und zum Ausbau bestehender Ideen, Produkte und Projekte anzuwenden.</li> <li>– neue Ideen und Lösungen zu entwickeln.</li> <li>– Semantisierungsprozesse eigenständig zu handhaben.</li> <li>– die Grundlagen der Ideen- und Textproduktion zu beherrschen und anzuwenden.</li> <li>– stilistische Techniken beim Schreiben für verschiedene Zielgruppen und Zwecke anzuwenden.</li> <li>– Teaser und Slogans zu entwickeln.</li> <li>– Texte zu produzieren und zu distribuieren.</li> <li>– Logos, Visitenkarten, Flyer, Kataloge zu gestalten.</li> <li>– unter Anleitung selbstständig im Team zu arbeiten.</li> <li>– kontext- und zielgruppengerechte Produkte und Einführungsstrategien zu entwickeln.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	<p>Daran, Ely; Hauser John R.: The virtual consumer. In: Product Innovation management 19, S. 332-353, 2002.</p> <p>Grabher, Gernot. The Project Ecology of Advertising. Tanks, Talents, Teams. In:</p>

- Regional Studies, Vol. 36, pp. 245-262, 2002.
- Grönroos, Christian. In Search of a New Logic for Marketing, London, 2007.
- Csikszentmihalyi, Mihaly: Kreativität, Klett-Cotta, Stuttgart 1996.
- Felser, Georg: Werbepsychologie und Konsumentenpsychologie, Spektrum 2007.
- Florida, Richard: The Rise of the Creative Class. Basic Books New York, 2002.
- Ford, Cameron M. et. al.: Creative Actions in Organization. Sage London.
- GEO, 2003: Der kreative Mensch. Ausgabe 9/2003.
- Leonard, Dorothy (ed.): When Sparks Fly. Creativity in Groups. Harvard Business School Press.
- Heath, Chip & Heath, Dan. Made to Stick. Why some Ideas Survive and Others Die. Random House, New York 2007.
- Hellmann, Kai-Uwe. Werbung und Konsum. Was ist die Henne, was ist das Ei? Konzeptionelle Überlegungen zu einem zirkulären Verhältnis. In: Hellmann, K.-U.; Schrage, D. (Hg.): Konsum der Werbung. S. 33-46, Wiesbaden, 2004.
- Pricken, Mario: Visuelle Kreativität.
- Pricken, Mario & Klell, Christine: Kribbeln im Kopf, Hermann Schmidt Mainz, 2010.
- Kreativitätstechniken für Werbung, Marketing und Medien.
- Rauter, E.A.: Die Neue Schule des Schreibens. Von der Gewalt der Wörter, Econ, Düsseldorf 1996.
- Richards, Greg. Creativity and Tourism. In: Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 4, pp. 1225-1250, 2011.
- Schneider, Wolf: Deutsch fürs Leben, Rororo Hamburg 2004.
- Sontag, Susan: Über Fotografie, Fischer 1999.
- Spering, Schmidt: Allgemeine Psychologie. Kompakt, Beltz.
- Thier, Karin. Storytelling. Springer 3. Aufl., Berlin Heidelberg 2017.

Code:	<b>260000</b>
Modul:	<b>Mobilität der Zukunft</b>
Module title:	<b>Future Mobility</b>
Version:	<b>1.0 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>M.A. Benad, Sebastian</b> <a href="mailto:sebastian.benad@hszg.de">sebastian.benad@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1				2	3	4
		V	S	P	W			
150	5	4.0	1	2	1	0		

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>70</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>35</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorlesungen und Seminare</li> <li>- Gruppenarbeit</li> <li>- problembasiertes Lernen</li> </ul>
-----------------------	--

Hinweise:	<p>1) Die Erstellung der Prüfungsleistung als Beleg erfolgt, wenn möglich, auf Basis eines Projektes mit einem Kooperationspartner aus der Tourismuswirtschaft.</p> <p>2) Im Rahmen des Modules findet eine gemeinsame Pflichtexkursion mit dem Modul "Internationaler Tourismus" statt.</p>
-----------	--

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung als Beleg (PB)	-	100.0%
----------	---------------------------------	---	--------

Lerninhalt:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilität in Deutschland und weltweit - aktuelle Trends und weltweite Entwicklung der Verkehrsmittel</li> <li>- Grundlagen des Modal split</li> <li>- vernetzte Mobilität für den Touristen mittels Mobilitätsmanagement im internationalen Kontext</li> <li>- Management und Gestaltung von Orientierungssystemen für internationale Anspruchsgruppen</li> <li>- Verzahnung der Planungsprozesse in der Verkehrs- und Tourismusbranche</li> <li>- Innovative Ansätze im Mobilitätsmanagement internationaler Destinationen</li> <li>- Analyse internationaler Fallbeispiele im Bereich „Mobilitätslösungen im urbanen und ländlichen Raum“</li> </ul>
-------------	---

<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des touristischen und standortbezogenen Mobilitätsmanagements zu verstehen.</li> <li>- Grundlagen im Management und der Gestaltung von Orientierungssystemen anzuwenden.</li> <li>- verschiedene Mobilitätslösungen und Orientierungssysteme zielgruppengerecht zu analysieren.</li> <li>- Mobilitätsmanagementlösungen als Instrument zur Lenkung von Gästeströmen zu konzipieren.</li> <li>- aktuelle Entwicklungen im Mobilitätsmanagement zu klassifizieren und zu charakterisieren, um daraus Chancen und Risiken abzuleiten.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigenverantwortlich ein Managementproblem zu erkennen, zu analysieren und im Kontext stehende Handlungsnotwendigkeiten abzuleiten.</p>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	<p>Lugner / Schreiber - „Orientierung auf Reisen“ - DOM publishers 2009</p> <p>Axel Schulz - „Grundlagen Verkehr im Tourismus“ - Oldenbourg Verlag 2014</p> <p>Axel Schulz - „Verkehr und Tourismus“ - Oldenbourg Verlag 2012</p> <p>Sven Groß - „Tourismus und Verkehr“ - Oldenbourg Verlag 2011</p> <p>Sven Groß - „Mobilitätsmanagement im Tourismus“ - FIT 2005</p> <p>Rein / Schuler - „Tourismus im ländlichen Raum“</p> <p>Weitere Literatur wird entsprechend Themengebieten zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p>

Code:	<b>259400</b>
Modul:	<b>Nachhaltige Unternehmensplanung</b>
Module title:	<b>Sustainable Business Planning</b>
Version:	<b>1.0 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Dipl.-Kffr. Langschwager, Solvig</b> <a href="mailto:S.Langschwager@hszg.de">S.Langschwager@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte	SWS*	1				2	3	4
			V	S	P	W			
150	5	4.0	0	2	2	0			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>60</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>45</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modulinhalte erfolgt über game-based Learning in Form eines haptischen Planspiels. Begleitet wird das Planspiel durch Vorlesungen und Workshops.
Hinweise:	Das Planspiel wird an einer haptischen Spielfläche gespielt und erfordert daher die Anwesenheit der Studierenden. Gespielt wird in Teams mit Wettbewerbscharakter.

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung als Beleg (PB)	-	100.0%
----------	---------------------------------	---	--------

Lerninhalt:	Simulation der Tätigkeit von Führungsteams und konkurrierender Unternehmen hinsichtlich Einkauf, Leistungsprozesse, Marketing, Finanzierung. Personal und Erfolgsbewertung über mehrere Geschäftsjahre. Einheit von Strategiebildung und operativer Planung, Endauswertung und Widerspiegelung im Geschäftsbericht, unter Beachtung der Nachhaltigkeit. Mit Hilfe der haptischen Spielfläche, welche der marktwirtschaftlichen Realität nachgebildet ist, werden betriebswirtschaftliche Kenntnisse am Modell konkurrierender Reiseveranstalter komplex angewendet. Dabei sind die Studierenden gefordert, unternehmerische Entscheidungen unter Beachtung der Aspekte der Nachhaltigkeit zu treffen.
-------------	--

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - nachhaltige Unternehmensstrategien zu entwickeln, insbesondere unter Beachtung
------------------	--

	<p>der Ressourcenschonung, zukunftsfähiger sozialverträglicher Personalmanagementkonzepte und des ökonomischen Erfolges</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- operative Entscheidungen so zu treffen, dass sie der strategischen Zielerreichung dienen</li> <li>- sich wandelnde Rahmenbedingungen zu analysieren und die Führung des Unternehmens darauf anzupassen</li> <li>- geeignete Kennzahlen zu nutzen, um ein effizientes Controllingssystem aufzubauen und zu nutzen</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Absolventen gestärkt in Bezug auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vernetztes Denken,</li> <li>- persönliche Belastbarkeit durch Bewältigung komplexer Entscheidungssituationen,</li> <li>- Teamfähigkeit durch die Übernahme verschiedener betrieblicher Aufgaben und Koordination dieser im virtuellen Unternehmen,</li> <li>- kommunikative Fähigkeiten innerbetrieblich und auf dem virtuellen Markt mit Mitbewerbern,</li> <li>- Führungskompetenzen durch die Übernahme von Leitungswasser- und Entscheidungsfunktionen.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf Bachelorniveau
Empfohlene Voraussetzungen:	keine
Literatur:	<p>Weinrich, Kai: Nachhaltigkeitsorientierte Unternehmensführung, Springer Verlag, 2015  Feller, R., Mayr, A., Pirklbauer, K.: Nachhaltige Unternehmensführung erfolgreich umgesetzt, Haufe Verlag, 2015  Kemnitz, M.C.: Transformationsmodell nachhaltiger Unternehmensführung durch Unternehmensentwicklung, Springer Verlag  Macharzina, K.: Unternehmensführung, Wiesbaden  Mundt, J.: Reiseveranstaltung, München, Wien, Oldenburg</p>

Code:	<b>260700</b>
Modul:	<b>Personalmanagement und Führung im internationalen Kontext</b>
Module title:	<b>Human Resources Management and Leadership with an International Perspective</b>
Version:	<b>1.0 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. rer. pol. Maiwald, Falk</b> <a href="mailto:f.maiwald@hszg.de">f.maiwald@hszg.de</a> <b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1				2	3	4	
		V	S	P	W				
150	5	2	2	0	0				

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>70</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>35</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modul Inhalte erfolgt in Form von Vorlesungen und Seminaren. Zur Vertiefung des in den Vorlesungen erworbenen Wissens dienen begleitende Übungen und Referate.
-----------------------	--

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Referat (VR)
----------------------	--------------------------------------

Prüfung:	Prüfungsleistung als Klausur (PK)	120 min	100.0%
----------	-----------------------------------	---------	--------

Lerninhalt:	<p>Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor – Strategisches HR-Management, Akteure und Herausforderungen (Digitalisierung/ Arbeit 4.0, Evolution der Generationen, Globalisierung/ Interkulturalität) und deren Auswirkungen auf Personalbedarfe im internationalen Kontext</p> <p>Personalmarketing – Rekrutieren und Binden von Mitarbeitern, Employer Branding</p> <p>Entwicklung und Entfaltung des Personals – Kompetenzen und Kompetenzmanagement, Talentmanagement</p> <p>Planung des Personaleinsatzes – Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitszeitmanagement</p>
-------------	---

	<p>Gestaltung der Personalführung - Theorien der Führung, Führungsstile, Motivation und Anreize</p> <p>Personalcontrolling - Instrumente, Kennzahlen/-Systeme</p> <p>Rechtsgrundlagen der Personalwirtschaft - individuelles und kollektives Arbeitsrecht im In- und Ausland/ EU-Spezifika</p>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, auf Basis aktueller wissenschaftlicher und praxisorientierter Erkenntnisse die Rolle des Personals als zentraler Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor für konkrete Praxisfälle zu beschreiben, die sich daraus ergebenden Herausforderungen für das Personalmanagement/Human Resources Management zu identifizieren und im Kontext externer und internationaler - auch rechtlicher - Rahmenbedingungen und deren Entwicklungen sowie der internen Geschäftsprozesse zu bewerten.</p> <p>Darauf aufbauend können sie in der Rolle eines Personalmanagers systematisch Zielstellungen ableiten und exemplarische Lösungen in den Aufgabenfeldern des Personalmanagements entwerfen.</p> <p>Durch Übungen an Beispielen und Problemstellungen aus der Praxis sind die Studierenden in der Lage, dazu grundlegende Instrumente und Methoden zu benutzen und auf deren Wirksamkeit/Effektivität mit Blick auf Unternehmensziele zu achten. Entsprechend können sie quantitative und qualitative Personalbedarfe analysieren, Strategien und Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Personal ableiten und umsetzen, kompetenzorientierte Ansätze zur Personalentwicklung begründen und Planungen zum Personaleinsatz anstellen.</p> <p>Die Absolventinnen können wichtige Führungstheorien wiedergeben. Sie können exemplarisch Führungsprobleme identifizieren und beschreiben und daraus Impulse und Ansätze für effektive Führungsprozesse, -stile und -verhaltensweisen sowie zur Motivation von Mitarbeitern ableiten. Sie können die Dimensionen der Führung (Aufgabenorientierung, Mitarbeiterorientierung, Mitwirkungsorientierung) sowie deren Wechselwirkungen und Anwendungsoptionen beurteilen.</p> <p>Sie sind zudem in der Lage, Besonderheiten eines interkulturellen Zusammenwirkens in Geschäftsprozessen zu erkennen und zu handhaben.</p>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Die AbsolventInnen des Moduls können komplexe Zusammenhänge erkennen und auflösen. Sie sind in der Lage, sich selbst neues Wissen zu erschließen. Sie können eigene Positionen und Lösungsansätze vertreten, dabei aber auch ihre eigene Haltung anhand von Werten, moralischen Grundsätzen und sozialer Verantwortung kritisch reflektieren. Im Rahmen von Seminaren und Übungen und im Selbststudium arbeiten die Studierenden regelmäßig gemeinsam an Untersuchungen und Entwürfen. Dadurch sind sie in der Lage, zielgerichtet Kooperationen einzugehen und zu gestalten. Sie können im Team arbeiten, übernehmen Verantwortung. Sie können Interessenskonstellationen analysieren und in Konfliktsituationen Konsenslösungen entwickeln. Sie sind in der Lage, mit interkulturellen Unterschieden und genderspezifischen Fragestellungen umzugehen.</p>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundkenntnisse der Organisation und des Managements
Literatur:	<p>Primärliteratur:</p> <p>Scholz, Ch.: Personalmanagement, 6. Aufl., München 2014.</p> <p>Scholz, Ch./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, 3. Aufl., München 2019.</p> <p>Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 7. Aufl., Berlin 2018.</p> <p>Jung, H.: Personalwirtschaft. 10. Aufl., München 2017.</p> <p>Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, 5. Aufl., München 2016.</p> <p>Armstrong, M.; Taylor, St.: Handbook of Human Resource Management Practice, 14th ed., London 2017</p> <p>Werther, S. et al. (Hrsg.): Arbeit 4.0 aktiv gestalten, Berlin 2018.</p> <p>Schein, E., Schein: Organisationskultur und Leadership, 5. Aufl., München 2018.</p>

Zu Semesterbeginn wird jeweils die Literaturliste aktualisiert und zu ausgewählten Themenbereichen durch Einbindung von (auch englischer) Spezialliteratur ergänzt.

Code:	<b>205450</b>
Modul:	<b>Interkulturelle Kompetenz</b>
Module title:	<b>Intercultural Competence</b>
Version:	<b>1.0 (01/2015)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe+WiSe (Sommer- und Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1				2	3	4
			V	S	P	W			
150	5	4.0	1	1	1	1			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>60</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>25</b> Vorbereitung Prüfung	<b>20</b> Sonstiges

Erläuterungen zu <b>Weiteres</b>	Fachexkursion
-------------------------------------	---------------

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung der Modulinhalte erfolgt in Form von Vorlesungen und Workshops. Zur Vertiefung des in den Vorlesungen erworbenen Wissens dienen begleitende Übungen, Fallbeispiele, Kleingruppenübungen, Rollenspiele, Reflexionsfragen, Beispiele von Critical Incidents, Filme, Spiele, Gruppendiskussionen sowie eine Fachexkursion.
-----------------------	---

Hinweise:	Computer, Beamer und gute Lautsprecher Visualisierung durch interaktive Medien (Pinnwand, Flipchart, Power Point etc.) Für den Seminar und Workshop-Teil flexible Bestuhlung
-----------	--

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Referat (VR)
----------------------	--------------------------------------

Prüfung:	Prüfungsleistung als Beleg (PB)	-	100.0%
----------	---------------------------------	---	--------

Lerninhalt:	1. Vermittlung von vertieften Kenntnissen und Fähigkeiten der Interkulturellen Kommunikation. 2. Geschäftsverhalten in verschiedenen Kulturen und beruflicher Umgang mit verschiedenen Kulturen. Kultur und Verhandlungsstile. Businessknigge und Interkulturelle Wirtschaftskommunikation (Meetings, Verhandlungen, Team, Kleidungsregeln, Geschäftsessen, Präsentationen, Geschäftskommunikation und Feedback-Regeln). Wissen um die unterschiedlichen Kommunikation- und
-------------	--

	<p>Evaluationsmuster in verschiedenen Kulturen und an welchen Stellen, welche Kulturen dabei Plätze tauschen. Welche Stile des Überzeugens in verschiedenen Kulturen existieren.</p> <p>3. Interkulturelles Recruiting und Personalmanagement.</p> <p>4. Tourismus und Interkulturalität.</p> <p>5. Länderspezifische Vertiefung: In Interkulturellen Trainings anhand bestimmter Beispielsituationen wird interkulturelle Kommunikation und Kompetenz zu Ländern vermittelt und vertieft, wie zum Beispiel China, Russland, Brasilien, Peru, Tschechien, Polen sowie jeweils neu ausgewählte Länder aus dem asiatischen, afrikanischen, süd- und mittelamerikanischen und arabischen Raum.</p> <p>6. Die großen Weltreligionen: Christentum, Judentum, Islam, Buddhismus, Hinduismus und Konfuzianismus und deren Implikationen für Werte und Verhalten werden vertieft vermittelt. Aufbauend auf diesen Kenntnissen wird über die Wahrnehmung anderer Religionen diskutiert und über die verschiedene Ausprägung und die verschiedenen Formen der Religionsausübung in Ländern derselben Religion (z.B. Vergleich Saudi Arabien und Iran).</p> <p>7. Marketing und Kultur.</p> <p>8. Spezifika im Umgang mit Raum und Zeit (z.B. zyklische und lineare Zeitkonzepte und das Lebenstempo verschiedener Kulturen).</p> <p>9. Interkulturalität und Alltag.</p> <p>10. Sprache und Interkulturalität. Analysieren, welchen Einfluss Sprache auf das Denken und Wahrnehmen hat.</p>
--	---

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	<p>Im Mittelpunkt steht der Aufbau ausgeprägter Interkultureller Kompetenz. Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sich in einem interkulturellen Team und im Umgang mit internationalen Geschäftspartnern professionell zu verhalten.</li> <li>- interkulturelle Konflikte zu erkennen und konstruktiv und kultursensibel zu lösen.</li> <li>- sich in einem interkulturellen Umfeld zurecht zu finden und erfolgreich mit Akteuren aus verschiedenen Kulturkreisen zu agieren.</li> <li>- insbesondere kulturelle Stereotype zu hinterfragen und zu ändern.</li> <li>- unterschiedliche Modelle einer konstruktiven Konfliktlösung zu kennen und vor dem Hintergrund kultureller Unterschiede anzuwenden.</li> <li>- kultursensibel zu kommunizieren und Feedback zu geben.</li> <li>- interkulturelles Recruitment und die Faktoren der entsprechenden Kulturkreise einzuschätzen.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erfolgreich im Team zusammen zu arbeiten.</li> <li>- interkulturelles Wissen auf touristische Fragestellungen anzuwenden.</li> <li>- englische Texte zu Interkulturalität zu lesen und hinsichtlich der wesentlichen Gedanken und neuen Erkenntnisse zu verstehen, zu bewerten, zu analysieren und zu diskutieren.</li> <li>- Filme und Filmszenen hinsichtlich von Kulturdimensionen (Hofstede) und Merkmalen von Interkulturalität und kulturellen Besonderheiten (Kommunikation, Werte, Verhaltensweisen, Kritik, Verhandlungen etc.) zu analysieren und zu vergleichen.</li> <li>- in Beispielsituationen adäquate Konfliktlösungen konstruktiv anzuwenden.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	<p>Grundlagen der Interkulturalität und Kommunikation im Bachelor-Studium (oder anderweitig erworben)</p>
Literatur:	<p>Banaji, M.R. &amp; Prentice, D.A. (1994). The self in social contexts. In: Annual Review of Psychology, 45, 297-332.</p> <p>Branscombe, N.R. &amp; Wann, D.L. (1994). Collective self-esteem consequences of outgroup derogation when a valued social identity is on trial. European Journal of Social Psychology, 24, 641-657.</p> <p>Delle Fave, Antonella &amp; Massimini, Fausto (2002). Cross-Cultural Implications of Psychological Selection. In: Boski, P., van de Vijver, F.J.R., Chodynicka, A.M. (Hrsg.). New Directions in Cross-Cultural Psychology. Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warschau.</p> <p>De Sola Pool, I.; Keller, S.; Bauer, R.A. (1956). The influence of foreign travel on political</p>

attitudes of american businessmen. *Public Opinion Quarterly*, 20, 161-176.

Fechter, Anne-Meike (2000). Living in the gap: Foreigners in Yogyakarta, Java. In: *INtergraph: Journal of Dialogic Anthropology*, Volume 1, Issue 3, Sept. 2000 .

Feldman, R.M. (1990). Settlement – identity. Psychological bounds with home places in a mobile society. *Environment & Behavior*, 22 (2), S. 183-229.

Ferraro, G. (2013). *The Cultural Dimension of International Business*. Harlow, Pearson Educated Limited, 2013.

Helfrich, Hede (1996). Psychology of time from a cross-cultural perspective. In: Hede Helfrich (Hrsg.). *Time and Mind*. Seattle, Toronto, Göttingen, Bern: Hogrefe & Huber.

Hinkle, S. & Brown, R.J. (1990). Intergroup comparisons and social identity: Some links and lacunae. In D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.) *Social Identity Theory. Constructive and Critical Advances* (pp.48-70). New York: Springer.

Hartmann, Rainer; Herle, Felix (Hrsg.) (2014).: *Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus*, Berlin: ESV, 2014.

Hecht-El Minshawi, B. (2008). *Interkulturelle Kompetenz. Soft Skills für die internationale Zusammenarbeit*. 2. Aufl. Weinheim: Beltz.

Hofstede, Geert. *Interkulturelle Zusammenarbeit*. Wiesbaden: Gabler, 1993.

Hofstede, Geert; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd Edition, McGraw-Hill USA, 2010.

Hofstede, Geert. *Culture´s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2nd Edition, Thousand Oaks CA: Sage Publications, 2001.

Hutter, Manfred. *Die Weltreligionen*. München: C.H.Beck, 2012.

Jandt, F. (2012). *An Introduction to Intercultural Communication*. Los Angeles, Sage Publications, 2012.

Jones, J. M. (1988). Cultural differences in temporal perspectives. In: J. E. Mc Grath (Hrsg.). *The social psychology of time*. Newbury Park: C.A. Sage, 89-110.

Kotler P. (2016). *Principles of marketing*, Pearson, seventh European edition, 2016.

Kumbier, Dagmar; Schulz von Thun, Friedemann. *Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele*. Hamburg: Rowohlt, 2008.

Kumbruck, C.; Derboven, W. (2009). *Interkulturelle Training. Trainingsmanual zur Förderung interkulturelle Kompetenzen in der Arbeit*. 2. Aufl. Heidelberg: Springer.

La Fromboise, T., Coleman, H.L.K., & Gerton, J. (1993). Psychological impact of biculturalism : Evidence and theory. *Psychological Bulletin*, 114, 395-412.

Lambert, W. E. (1974). Culture and language as factors in learning and education. In: Aboud, F.E. & Mead, R.D. (Eds.). *Cultural factors in learning and education*. 91-122. Bellingham, WA: 5th Washington Symposium on Learning

Ders. (1977). The effects of bilingualism on the individual: cognitive and sociocultural Consequences. In P.A. Hornby (Ed.). *Bilingualism: Psychological, social and educational implications*. New York: Academic Press

Ders. (1978). Some cognitive and sociocultural consequences of being bilingual. In: Alatis, J.E. (Ed.). *International dimensions of bilingual education*. 214-229. Washington DC: Georgetown University Press.

Levine, R.V. (1988). The pace of life across cultures. In: J.E. Mc Grath (Hrsg.). *The social psychology of time*. Newbury Park: C.A. Sage, 39-60.

Lewis, R. D. (2008). *Cross-Cultural Communication. A Visual Approach*. Warnford,

Transcreen Publications, 2008.

Lustig, M.W.; Kosender, J. (2009). Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures. Columbus: Allen & Bacon.

Mizuno, M. & Yamaguchi, S. (1997). A test of the ingroup and outgroup favoritism phenomenon: The effect of the desirability of group names on ingroup and outgroup evaluations. In: K. Leung, U. Kim, S. Yamaguchi & Y. Kashima (Eds.), *Progress in Asian Social Psychology*, Vol. 1 (pp. 217-229). Singapore: Wiley.

Meyer, Erin (2014). *The Culture Map. Deckding how people think, lead, and get things done across cultures*. New York: Public Affairs.

Moyerman, D.R. & Foreman, B.D. (1992). Acculturation and adjustment: A meta-analytic study. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 14, 163-200.

Mummendey, A. (1995). Positive distinctiveness and social discrimination: An old couple living in divorce. *European Journal of Social Psychology*, 25, 657-670.

Mummendey, A., Klink, A., Mielke, R., Wenzel, M., Blanz, M. (1999). Socio-structural characteristics of intergroup relations and identity management strategies: Results from a field study in East Germany. *European Journal of Social Psychology*, 29, 259-286.

Nisbett, Richard (2003). *The Geography of Thought*. New York: The Free Press, 2003, 48-78.

Salazar, J.M. (1998). Social Identity and National Identity. In S. Worchel et al. (Hrsg.) *Social Identity. International Perspectives*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, pp.114-123.

Smith, Peter B. (2000). Self-Concept, Identification and National Identity. In: In: Boski, P., van de Vijver, F.J.R., Chodyncka, A.M. (Hrsg.). *New Directions in Cross-Cultural Psychology*. Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Swaab, R.; Maddux, W.; Sinaceur, M. (2011). Virtual Linguistic Mimicry: When and How Online Mimicry Increases Negotiation Outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology* 47, 616-621.

Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79-97.

Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel & W.G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, 7-24. Chicago: Nelson-Hall.

Triandis, H.C. (1997). Where is culture in the acculturation model? *Applied psychology: An International Review*, 46, 55-58.

Triandis, H.C., Kashima, Y., Shimada, E. & Villareal, M. (1986). Acculturation indices as a means of confirming cultural.

Trompenaars, Fons. *Business weltweit*. Hamburg: Murmann, 2004.

Trompenaars, Fons: *Handbuch Globales Managen*. Düsseldorf: ECON-Verlag, 1993.

Ward, C., Bochner, S., Furnham, A. (2001). *The psychology of culture shock*. East Sussex: Routledge.

Wursten, Huib: *Intercultural Issues in Recruitment*. In: Itim, *Intercultural Management*.

Zschocke, Martina & Kneehans, Ellen (2002). To Be A Stranger Abroad and To perceive A Foreigner at Home: Views on Difference and Identity From A Cross-Cultural Perspective. In: Boski, P., van de Vijver, F.J.R., Chodyncka, A.M. (Hrsg.). *New Directions in Cross-Cultural Psychology*. Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warschau.

Code:	<b>259450</b>
Modul:	<b>Internationale Entwicklungszusammenarbeit</b>
Module title:	<b>International Development Cooperation</b>
Version:	<b>1.0 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Dipl.-Kffr. Langschwager, Solvig</b> <a href="mailto:S.Langschwager@hszg.de">S.Langschwager@hszg.de</a> <b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pfluecke@hszg.de">u.pfluecke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:		Pflichtmodul							
Workload* in		SWS* *	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2				3	4
			V	S	P	W			
150	5	4.0	1	2	1	0			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>60</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>45</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen: Vorlesungen, Übungen/Seminare. Vertiefung erfährt die Lehrreihe durch Projektarbeit im Team und durch Gastvorträge aus der Praxis, je nach Verfügbarkeit.

Hinweise: Es ist möglich, dass die Pflichtexkursion im Modul "Zukunftswerkstatt" um Forschungsaufgaben für das Modul "Internationale Entwicklungszusammenarbeit" ergänzt wird.

### Prüfung(en)

Prüfung:	mündliche Prüfungsleistung (PM)	20 min	100.0%
----------	---------------------------------	--------	--------

Lerninhalt: Nationale und internationale Tourismusentwicklung: internationale Akteure (staatliche und nichtstaatliche) und Netzwerke, wie OECD, UNESCO, Weltbank, Brot für die Welt, World Vision, GIZ und BMZ; Analyse von Rahmenbedingungen, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten

Verdeutlichung des Begriffes Entwicklungszusammenarbeit als partnerschaftliches Miteinander und deutliche Abgrenzung zum Begriff Entwicklungshilfe

Fallstudien zu nachhaltigen Tourismusentwicklungskonzepten, wie Community based und Fair trade tourism

Deklaration von Entwicklungsbedarf in unterschiedlichen politischen

	<p>Systemen/Destinationen und Erarbeitung von grundlegenden Entwicklungsmöglichkeiten plus deren organisationale Einbindung</p> <p>Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, Ansätze zu finden, um auf einer partnerschaftlichen Basis weltweite sozioökonomische Ungleichheiten auszugleichen, fokussiert auf die Agenda 2030 einer nachhaltigen Entwicklung</p> <p>Evaluation von internationalen Entwicklungsprojekten</p>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- touristischen Entwicklungsbedarf, unter sich wandelnden Rahmenbedingungen, unter dem Fokus der Nachhaltigkeit und unterschiedlichen kulturellen Voraussetzungen zu deklarieren und detailliert zu analysieren,</li> <li>- Projekte finanziell zu planen und zu strukturieren,</li> <li>- internationale Projektpartner in staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen zu identifizieren und für eine Kooperation zu gewinnen,</li> <li>- sicher mit europäischen Förder- und Entwicklungsmöglichkeiten umzugehen,</li> <li>- Entwicklungsprojekte zu bewerten.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Durch die Beschäftigung mit den Lehrinhalten verstärkt sich bei den Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilität für politische und kulturelle Unterschiede</li> <li>- Grundkenntnisse in der internationalen Diplomatie</li> <li>- Teamarbeit, Kommunikationsfähigkeit und Selbstmanagement durch semesterbegleitende Projektarbeit</li> <li>- analytische Fähigkeiten in Kombination mit kritischer Bewertung</li> <li>- Entscheidungsfindung im Rahmen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundkenntnisse Interkulturalität und Projektmanagement
Literatur:	<p>Bohnert, M.; Klingbeil, S.; Marschall, P.: Die Struktur der deutschen öffentlichen Entwicklungszusammenarbeit- Diskussionspapier, 2018</p> <p>Sangmeister/Wagner (HRSG.): Die Entwicklungszusammenarbeit der Zukunft, NOMOS, 2019</p> <p>Ottlacher, F.; Vogel, Th.: Entwicklungszusammenarbeit im Umbruch- Bilanz-Kritik-Perspektiven- eine Einführung; Brandes &amp; Appel, 2016</p> <p>Ökologisches Wirtschaften - Green Economy und Entwicklungszusammenarbeit - Zeitschrift 4/2014</p> <p>König, J.: Nachhaltigkeit in der Entwicklungszusammenarbeit, 2011</p>

Code:	<b>205750</b>
Modul:	<b>Internationales Wirtschaftsrecht/Reiserecht/Fallstudien</b>
Module title:	<b>International Business Law/Travel Law/Case Studies</b>
Version:	<b>1.0 (02/2015)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. jur. Kaspar, Michael Wolfgang</b> <a href="mailto:m.kaspar@hszg.de">m.kaspar@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Zittau
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1	2				3	4
			V	S	P	W		
150	5	4.0	2	2	0	0		

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>60</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>20</b> Vorbereitung Prüfung	<b>25</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen: Die Vermittlung der Modul Inhalte erfolgt in Form von Vorlesungen und Seminaren.

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung: Prüfungsvorleistung als Beleg (VB)

Prüfung: Prüfungsleistung als Klausur (PK)      120 min      100.0%

**Lerninhalt:**

Recht wird von Staaten gesetzt. Recht ist daher naturgemäß national und in seiner Wirkung grundsätzlich auf den Staat begrenzt, der es erlassen hat. Nur ausnahmsweise, insbesondere bei internationalen Übereinkommen reicht der Wirkungskreis einer Rechtsordnung über die Grenzen einzelner Staaten hinaus. In allen übrigen international gelagerten Fällen ist vor der Anwendung materiellen Rechts zunächst die Frage zu klären, welche (nationale) Rechtsordnung anzuwenden ist. Demzufolge ist auch diese Vorlesung zweistufig aufgebaut.

Jeweils aufbauend auf Methode und Systematik des Bürgerlichen Rechts und diese Vorgehens-, Rechts-, Denk- und Argumentationsstrukturen für Rechtsgeschäfte (auch im Drei- Personen- Verhältnis) fortführend und mittels Fallbearbeitungen praktisch vertiefend:

1. Teilveranstaltung Wirtschaftsrecht (2 SWS)  
Das Recht der Stellvertretung mit Blick auf Abschluss und Wirksamkeit von Rechtsgeschäften unter Abgrenzung zu höchstpersönlichem Handeln und Handeln unter Einschaltung eines Boten; im Zentrum der Betrachtung stehen der Abschluss eines Vertrags mit Wirkung für und gegen eine andere Person als die Handelnde und

dessen Wirksamkeitsvoraussetzungen. Außerdem werden die Rechtsfolgen einer unwirksamen Vertretung betrachtet.

Gelegentlich dieser Untersuchung und am juristischen Handlungszusammenhang orientiert, werden die folgenden Themenbereiche in die Vorlesung integriert:

- Formen, Voraussetzungen und Reichweite der Vertretungsmacht;
- Überblick über Personen und Personmehrheiten sowie deren elementaren Eigenschaften (Rechtsfähigkeit, Geschäftsführung, Vertretung im Rechtsverkehr einschließlich der damit verbundenen Haftungssystematik und grundlegender Fragen von deren steuerlichen Behandlung);
- Wirkungen des Handelsregisters, insb. § 15 HGB.

## 2. Teilveranstaltung Internationales Reiserecht (2 SWS)

Um das Zusammenspiel der Normen im internationalen Wirtschaftsrecht zu verstehen, ist es zunächst erforderlich, sich mit den unterschiedlichen Rechtsquellen und der zwischen ihnen bestehenden Normhierarchie zu befassen. Hierbei werden insbesondere die verfassungsrechtlichen und europarechtlichen Grundlagen einbezogen.

Sodann wendet sich die Vorlesung – nach einem einführenden Blick auf die Bedeutung internationalen Zivilprozessrechts für das anzuwendende nationale materielle Recht – den Grundzügen des deutschen Internationalen Privatrechts (IPR) für den Bereich vertraglicher Schuldverhältnisse zu:

- Das IPR (Internationales Privatrecht) der Bundesrepublik Deutschland als Maßstab der Entscheidung über das anzuwendende nationale Sachrecht bei Verträgen zwischen Veranstaltern und Leistungserbringern bzw. Reisenden, soweit diese grenzüberschreitenden Bezug haben;
- die Beurteilung von Rechtsfragen mit grenzüberschreitendem Bezug (Ansprüche auf vertragsgemäße Leistung und Haftung zwischen Veranstaltern und Reisenden) auf der Grundlage anwendbaren deutschen Sachrechts unter besonderer Berücksichtigung internationaler Rechtsquellen und umgesetzten europäischen Richtlinienrechts (Übereinkommen von Montréal; FluggastrechteVO, Pauschalreiserecht der §§ 651 BGB ff.).

## Lernergebnisse/Kompetenzen

### Fachkompetenzen:

- Die Absolventinnen und Absolventen lernen wesentliche Regelungen und Zusammenhänge des Handels- und Gesellschaftsrechts kennen; sie erwerben vertiefte Kenntnisse im Recht der Pauschal- und Individualreisen;
- Die Absolventinnen und Absolventen erwerben die Fähigkeit zum Recherchieren der einschlägigen Rechtsvorschriften und Literatur Umgang mit z.T. komplexen rechtlichen Dokumenten (Gesetzen, Verordnungen, Gesellschaftsverträgen, Urteilen u.ä.) Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit mit insbesondere mit Rechtsanwälten;
- Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich unter Verwendung juristischer Systematik und Terminologie mit Lehrmeinungen in der Rechtswissenschaft, insbesondere zum Reiserecht kritisch auseinander zu setzen und diese zu interpretieren. Sie können wirtschaftlich, insb. tourismuswirtschaftlich relevante Sachverhalte auf nationaler sowie auf internationaler Ebene erfassen und verantwortungsvoll verwenden.
- Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die maßgebliche juristische Methode einzusetzen und gezielt einzusetzen auf andere, vergleichbare Sachverhalte zu übertragen; sie können diese wissenschaftlich gestützten Methoden auf praktische und theoretische, studien- und berufsrelevante sowie gegenwärtige und zukünftige Problemstellungen anwenden. Sie berücksichtigen dabei tourismuswirtschaftliche und allgemeinwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Framing).
- Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, interdisziplinäre Perspektiven, insbesondere im Zuge der Interkulturalität, einzunehmen und in ihr Handeln zu integrieren.
- Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Sachverhalte begründet zu verallgemeinern. Sie können inhaltliche Perspektivwechsel vornehmen. Sie

	<p>können Gesetz- bzw. Regelmäßigkeiten und/ oder wesentliche Aspekte des Untersuchungsgegenstandes identifizieren. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Lösungsansätze und Handlungsmöglichkeiten unter Nutzung der juristischen Methode zu entwickeln, auf Fälle anzuwenden und Entscheidungen zu treffen.</p>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Absolventinnen und Absolventen können analytisch denken und sich exakt fachsprachlich ausdrücken.</li> <li>• Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, in Gruppen zu arbeiten und die erarbeiteten Ergebnisse zu präsentieren.</li> <li>• Die Vorlesung trägt dazu bei, die Absolventinnen und Absolventen in die Lage zu versetzen, wesentliche Anforderungen wissenschaftlicher Redlichkeit in ihr Handeln zu internalisieren und Grundfragen und Grundbegriffe der rechtlichen Werteordnung in Betracht zu ziehen. Sie können deskriptive, normative Aussagen analysieren. Sie können unter Einbezug von Werten begründete Entscheidungen treffen. Sie können ihr eigenes Handeln an moralischen Grundsätzen in verschiedenen Dimensionen im Bewusstsein ihrer Verantwortung orientieren. Sie können eigene und fremde moralische Überzeugungen sowie Wertgrundlagen der eigenen Profession und deren Einbettung in gesellschaftliche Werte und Normen beurteilen.</li> <li>• Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich über ihre persönlichen Werte und Ziele eigenen ökonomischen Handelns mit anderen Menschen, die Interesse an den Handlungsfolgen haben, auszutauschen. Sie können sich mit Betroffenen und Fachleuten vernünftig auf eine Konfliktlösung einigen. Sie können dazu adäquate Kommunikationsformen auswählen und gezielt einsetzen.</li> <li>• Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, eigenständig zu lernen und zu arbeiten. Sie können sich die Zeit selbstgesteuert einteilen, können sich selbst reflektieren und mit Kritik umgehen. Sie zeigen Initiative, setzen sich Ziele und verfolgen diese.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	Erfolgreiche Teilnahme am Moduls „Recht/Reisevertragsrecht“, ModulNr. 186600 oder an insbesondere methodologisch gleichwertiger Vorlesung;
Empfohlene Voraussetzungen:	Managementkenntnisse
Literatur:	<p>Vorlesungsbegleitende Skripte und Visualisierungen zu den Gegenständen der Vorlesung;</p> <p>v. Hoffmann, Internationales Privatrecht, /, Auflage, C. H. Beck, 2002          Schmid, Fluggastrechte-Verordnung, 2018, C.H.Beck          Führich, E.: Reiserecht- Handbuch, 8. Auflage (sobald erschienen), C.H. Beck;          Führich / Brenner, Basiswissen Reiserecht, Grundriss des Reisevertrags- und Individualreiserechts, 4. Auflage 2018.</p> <p>Gesetze: BGB, EGBGB, HGB, GmbHG, InsO, AEUV, Rom I- Verordnung, Übereinkommen von Montréal, VO (EU) Nr. 261/ 2004 (FluggastrechteVO);          Hierfür erforderlich:          1.          Entweder          Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2021, Gesetzestext,          22. Auflage. 2021, C.H.BECK. ISBN 978-3-406-75467-8, 9,90 EUR</p> <p>oder          Güllemann, Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts,          Gesetzestext, 22. Auflage. 2021, nwb- verlag, inkl. Gesetze-App.          ISBN 978-3-482-68462-3, 10,90 EUR</p> <p>oder          Zivilrecht Wirtschaftsrecht, Gesetzestext, 29. Auflage. 2020          Nomos. ISBN 978-3-8487-6947-6, 24,00 EUR.</p> <p>2.          Internationales Privat- und Verfahrensrecht, Gesetzestext</p>

20., neubearbeitete und erweiterte Auflage. 2020,  
C.H.BECK. ISBN 978-3-406-76286-4, 26,90 EUR.

Ich weiß, für eine studentische Kasse ist das viel Geld. Daher stelle ich die daraus benötigten und in den oben, unter 1., benannten Sammlungen nicht enthaltenen Texte des AEUV, MÜ und der EuFluggastrechteVO auch als pdf zum Ausdruck zur Verfügung. Ist preiswerter, aber im Handling in Vorlesung und Klausur sperriger.

Code:	<b>286000</b>
Modul:	<b>Kommunikation in digitalen Netzwerken</b>
Module title:	<b>Communication in Digital Networks</b>
Version:	<b>1.0 (02/2022)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>M.A. Benad, Sebastian</b> <a href="mailto:sebastian.benad@hszg.de">sebastian.benad@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte	1	2				3	4
			V	S	P	W		
150	5	4.0	1	2	1	0		

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>70</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>35</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	- Vorlesungen und Seminare - Gruppenarbeit - problembasiertes Lernen
-----------------------	--

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Referat (VR)
----------------------	--------------------------------------

Prüfung:	Prüfungsleistung als Laborarbeit (PL)	-	100.0%
----------	---------------------------------------	---	--------

Lerninhalt:	Einordnung des Social-Media-Management in das Online-Marketing - politische, ökonomische, gesellschaftliche, technologische, ökologische und rechtliche Aspekte des Social-Media-Management im internationalen Kontext - Analyse ausgewählter Social-Media-Studien als Grundlage für die Entwicklung von Social-Media-Marketing-Kampagnen - Analyse von aktuellen Best-Practice-Beispielen im internationalen und touristischen Social-Media-Marketing zur Identifikation von Gesetz- bzw. Regelmäßigkeiten - Grundlagen des Storytelling - der Corporate Blog als Basis für Social-Media-Aktivitäten - Implementierung des Social-Media-Management unter Berücksichtigung von Prozessen und Ressourcen im Unternehmen - Grundlagen des Content-Seeding zur Positionierung von Produkten und Angeboten in sozialen Netzwerken
-------------	--

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bedeutung von sozialen Netzwerken für den touristischen Absatz- und Beschaffungsmarkt zu bewerten.</li> <li>- Content-Marketing-Strategien unter Berücksichtigung internationaler tourismuswirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf Basis von Storytelling-Techniken zu konzipieren.</li> <li>- eigenverantwortlich und zielbezogen einen Social-Media-Marketing-Plan zu erstellen.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Bedeutung von branchenübergreifenden Werbenetzwerken zur gemeinsamen Zielerreichung zu verstehen.</li> <li>- kooperativ Ideen zur gemeinsamen Zielerreichung zu entwickeln.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen des E-Marketings und Contentmarketings
Literatur:	Wird im zum Modul gehörenden OPAL-Modul veröffentlicht

Code:	<b>286050</b>
Modul:	<b>Produktentwicklung für Tourismuskärkte</b>
Module title:	<b>Product Development for Tourism Markets</b>
Version:	<b>1.0 (02/2022)</b>
letzte Änderung:	08.06.2023
Modulverantwortliche/r:	<b>M.A. Benad, Sebastian</b> <a href="mailto:sebastian.benad@hszg.de">sebastian.benad@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte						3	4	
		1	V	S	P	W			
150	5	4.0	1	2	1	0			

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung S ... Seminar/Übung P ... Praktikum W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>70</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>35</b> Vorbereitung Prüfung	<b>0</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	- Vorlesungen, Seminare - Gruppenarbeit als Workshop - problembasiertes Lernen
-----------------------	--

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung als Referat/Posterpräsentation (PO)	15 min	100.0%
----------	--	--------	--------

Lerninhalt:	- Produktmanagement: Lage, Potenziale, Grenzen, Terminologien von Lehrmeinungen der Wirtschaftswissenschaften - Analyse von Märkten und Umwelt im internationalen Kontext - Konzepte, Theorien, Modelle und Methoden des Produktmanagements im Unternehmen - Inszenierung im Tourismus (Analyse von Best Practice Beispielen auf internationaler Ebene) - Produktmanagement von Reiseveranstaltern für den internationalen Tourismusmarkt - Innovationsmanagement im globalen Umfeld
-------------	---

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - strategische Entscheidungen in der Produktpolitik zu treffen. - selbständig zielgruppenspezifische Produkte für den internationalen Markt zu entwickeln. - selbständig Konzepte für Innovationen auf dem internationalen Tourismusmarkt zu
------------------	--

	entwickeln.
Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage: - basierend auf Kreativität und aktuellen Marktbedingungen Konzepte für den Zukunftsmarkt zu entwickeln. - erarbeitete Informationen, eigene Ideen, identifizierte Probleme und selbstentwickelte Lösungen auf wissenschaftlichem Niveau sicher und kompetent zu präsentieren.
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	Entsprechende Literatur wird über den zum Modul gehörenden OPAL-Kurs mitgeteilt.

Code:	<b>260800</b>
Modul:	<b>Zukunftswerkstatt</b>
Module title:	<b>Future Workshop</b>
Version:	<b>2.03 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a> <b>Dipl.-Kffr. Langschwager, Solvig</b> <a href="mailto:S.Langschwager@hszg.de">S.Langschwager@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte						3	4
		1	2					
			V	S	P	W		
150	5	4.0	0	1	0	3		

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>105</b>	<b>42</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>15</b> Vorbereitung Prüfung	<b>93</b> Sonstiges

Erläuterungen zu <b>Weiteres</b>	Workshop, Projektstudie
-------------------------------------	-------------------------

Lehr- und Lernformen:	Die Vermittlung und Aneignung der Modulinhalte erfolgt in Form von seminaristischen Workshops sowie durch Feldarbeit in der Destination.
-----------------------	--

Hinweise:	je nach Forschungsgegenstand, für die Projektstudie ist mindestens eine Pflichtexkursion vorgesehen
-----------	--

### Prüfung(en)

Prüfungsvorleistung:	Prüfungsvorleistung als Referat (VR)
----------------------	--------------------------------------

Prüfung:	mündliche Prüfungsleistung (PM)	90 min	100.0%
----------	---------------------------------	--------	--------

Lerninhalt:	Konzeptionierung einer zukunftsfähigen Tourismusentwicklung für eine Destination des Internationalen Tourismus (z.B. in Georgien, Vietnam, Albanien, Israel, Montenegro) unter Beachtung der aktuellen Phase des Lebenszyklus dieser sowie Wirkungen äußerer Einflussfaktoren; Entwicklung von Szenarien; Bearbeitung von aktuellen und interdisziplinären Fragestellungen aus ökonomischer Perspektive;
-------------	--

<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die jeweiligen Destinationvoraussetzungen unter der Beachtung von Umfeldfaktoren zu analysieren und kritisch zu würdigen,</li> <li>- Lücken und Nischen der möglichen touristischen Entwicklung zu identifizieren,</li> <li>- mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden und Modelle Szenarien oder zukunftsfähige touristische Entwicklungsprogramme für Destinationen unter strikter Berücksichtigung des Aspektes Nachhaltigkeit abzuleiten und Projektpartner davon zu überzeugen,</li> <li>- ein komplexes Entwicklungsprojekt zum Tourismus insbesondere unter Transformationsbedingungen so detailliert zu entwerfen, dass eine solide Präsentation/Diskussion und Akzeptanz in der Destination gewährleistet ist.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Folgen ihrer fachlichen Entscheidungen und die Konsequenzen ihrer Umsetzung für Mensch, Wirtschaft und Umwelt in der Praxis zu beurteilen,</li> <li>- konstruktiv in einer Gruppe Ergebnisse zu erarbeiten und Strategien zu entwickeln,</li> <li>- neue Ideen und Lösungen zu entwickeln,</li> <li>- in interkulturellen Zusammenhängen zu denken und zu handeln.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	knüpft insbesondere an die Module Internationaler Tourismus und Mobilität der Zukunft an
Empfohlene Voraussetzungen:	die Module Business Plans und Methoden der Inszenierung sowie Spezialkenntnisse des Tourismusmarketings und Destinationsmanagements / Wirtschaftsfaktor Tourismus
Literatur:	<p>A. Steinecke, Internationaler Tourismus, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2015.  T. Thimm (Hrsg.), Tourismus und Grenzen, MetaGIS-Systems, Mannheim 2013.  P. Voigt, Internationales Reiseveranstaltermanagement, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH München 2012.  D. Glaeßer, Handbuch des Krisenmanagement im Tourismus, Erich Schmidt Verlag Berlin 2005.  R. Egger, T. Herdin (Hrsg.), Tourismus im Spannungsfeld von Polaritäten, LIT Verlag Wien 2010.  Ch. Engl, destination Branding, UVK Verlagsgesellschaft Konstanz 2017.  A. Fink, A. Siebe, Szenario Management, Campus Verlag Frankfurt 2016.  Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Tourismus in der Entwicklungszusammenarbeit 2018.</p> <p>Weitere Literatur wird je nach konkreter Themenstellung zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.</p>

Code:	<b>205800</b>
Modul:	<b>Forschungsseminar Master</b>
Module title:	<b>Research Seminar Master</b>
Version:	<b>2.0 (02/2015)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<p><b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a></p> <p><b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a></p> <p><b>Dipl.-Kffr. Langschwager, Solvig</b> <a href="mailto:S.Langschwager@hszg.de">S.Langschwager@hszg.de</a></p>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Zittau
Lehrsprache:	Deutsch

Status:		Pflichtmodul						
Workload* in		SWS* *	Semester					
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2	3			4
				V	S	P	W	
150	5	3.0			0	0	0	3

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt
	<b>117</b>

Erläuterungen zu Weiteres	je nach Angebot der ausländischen Partnerhochschule
---------------------------	---

Lehr- und Lernformen:	je nach Angebot der ausländischen Partnerhochschule
-----------------------	---

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung/en entsprechend Wahlpflichtkomponente/n (P)	-	100.0%
----------	--	---	--------

Lerninhalt:	<p>1. Vertiefung der Fähigkeit zur Identifikation von Forschungsbedarf, Fokussierung auf Themen, welche der Weiterentwicklung des Tourismus dienen; Deklaration der Nutzenerwartungen</p> <p>2. Sicherer Umgang mit komplexen Forschungsprozessen auf dem Gebiet Tourismus</p>
-------------	--

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, in einem internationalen Umfeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forschungsbedarf selbstständig zu identifizieren.</li> </ul>
------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forschungsfragen zu formulieren.</li> <li>- Forschungsnutzen bzw. Nutzenerwartung zu deklarieren.</li> <li>- für das jeweilige Forschungsvorhaben relevante quantitative und/oder qualitative Forschungsmethoden zu identifizieren und sicher anzuwenden.</li> <li>- verschiedene Forschungsprozesse auf dem Gebiet Tourismus durchzuführen und kritisch zu reflektieren.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, Forschungsergebnisse zu präsentieren.
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	entsprechend Lehrinhaltes erfolgt nach Absprache mit dem betreuenden Dozenten am Hochschulstandort im Ausland

Code:	<b>150500</b>
Modul:	<b>Fremdsprache im Ausland</b>
Module title:	<b>Foreign Language Abroad</b>
Version:	<b>1.0 (10/2010)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a>
	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pfluecke@hszg.de">u.pfluecke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:		Pflichtmodul							
Workload* in		SWS* *	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2	3				4
				V	S	P	W		
150	5	4.0			0	0	0	4	

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	
	<b>105</b>	

Erläuterungen zu Weiteres	Umfang der Semesterwochenstunden je nach Angebot der ausländischen Universität
---------------------------	--

Lehr- und Lernformen:	Umfang der Semesterwochenstunden je nach Angebot der ausländischen Universität
-----------------------	--

Hinweise:	Im Rahmen der Härtefallregelung nach §23 Abs. 4 PO Modul Sprache produktiv in einer weiteren Sprache. Die Aufteilung der Gesamtarbeitsaufwand wird bestimmt durch die Festlegungen der ausländischen Partnereinrichtungen, ebenso wie die Präsenzzeiten, Lehr- und Lernformen sowie Prüfungsform.
-----------	--

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung/en entsprechend Wahlpflichtkomponente/n (P)	-	100.0%
----------	--	---	--------

Lerninhalt:	Der Studierende soll die Sprache und die Kultur vorzugsweise des Gastlandes erlernen bzw. vertiefen. Absolviert ein Studierender ein Auslandssemester in einem deutschsprachigen Gastland, so muss er eine weitere Fremdsprache nachweisen.
-------------	---

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage: - die Sprache des Gastlandes verhandlungssicher anzuwenden sowie die Kultur des
------------------	--

	Gastlandes auszuführen. - sich ggf. bei einem Aufenthalt im deutschsprachigen Raum eine weitere Fremdsprache verhandlungssicher anzueignen.
Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, kulturelle Spezifika zu unterscheiden und sicher anzuwenden.
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	je nach gewählter Sprache und Verfügbarkeit an den Partnereinrichtungen

Code:	<b>150350</b>
Modul:	<b>Kulturstudien</b>
Module title:	<b>Culture Studies</b>
Version:	<b>1.0 (10/2010)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a>
	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pfluecke@hszg.de">u.pfluecke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2	3				4
					V	S	P	W	
150	5	3.0			0	0	0	3	

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	
	<b>117</b>	

Erläuterungen zu Weiteres	je nach Angebot der ausländischen Universität
---------------------------	---

Lehr- und Lernformen:	je nach Angebot der ausländischen Universität
-----------------------	---

Hinweise:	Modul WKm4.9 H "Forschungsprojekt im Ausland" (137600) sowie Anerkennung von Modulen im Austausch mit Modulen im Rahmen der Härtefallregelung nach § 23 Abs. 4 PO. Die Aufteilung der Gesamtarbeitsaufwand wird bestimmt durch die Festlegungen der ausländischen Partnereinrichtungen, ebenso wie die Präsenzzeiten, Lehr- und Lernformen sowie Prüfungsform.
-----------	---

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung/en entsprechend Wahlpflichtkomponente/n (P)	-	100.0%
----------	--	---	--------

Lerninhalt:	Der Tourismus bedarf freizeitkultureller Einrichtungen. Sie sind die strukturellen Voraussetzungen touristischer Aktivitäten. Eine Übersicht der freizeitkulturellen Einrichtungen und kulturtouristischer Schwerpunkte des jeweiligen Gastlandes wird erarbeitet. Dazu gehören: - Analyse freizeitkultureller Einrichtungen und Ereignisse und deren Relevanz für den Tourismus sowie kulturtouristischer Thementourismus,
-------------	---

	- Herausforderungen an die Kultureinrichtungen im internationalen Tourismusmarkt oder Studium verschiedener Facetten der Kultur im Gastland.
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b>	
Fachkompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- freizeitkulturelle Einrichtungen und Ereignisse und deren Relevanz sowie kulturtouristischen Thementourismus für den regionalen/globalen/internationalen Tourismus zu analysieren.</li> <li>- freizeitkulturelle Einrichtungen und kulturtouristische Schwerpunkte einer Destination im Kontext internationaler Tourismusströme zu bewerten und die Antworten auf die Herausforderungen an die Kultureinrichtungen im Tourismusmarkt zu geben.</li> <li>- verschiedene Facetten der Kultur im Gastland selbstständig zu skizzieren und zu analysieren.</li> </ul>
Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage selbstständig freizeitkulturelle Einrichtungen und Ereignisse sowohl für die nationale als auch für die internationale touristische Nutzung qualitativ zu beurteilen sowie die Facetten der Kultur im Gastland zu verstehen.
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	<p>Dreyer, Axel: Kulturtourismus, Oldenburg, München 1996.  Lüdtke, Hartmut: Freizeitsoziologie, LIT, Münster, Hamburg, Berlin, London 2001.  Madro, Frank &amp; Schlutz, Alexander: Im Prozess der Kultur. Essays, Perspektiven und Entwürfe, Merus, Hamburg 2008.</p> <p>Literaturempfehlungen der jeweiligen Partneruniversitäten;</p>

Code:	<b>140800</b>
Modul:	<b>Wahlpflichtmodul im Ausland</b>
Module title:	<b>Elective Module Abroad</b>
Version:	<b>1.0 (04/2010)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a>
	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pfluecke@hszg.de">u.pfluecke@hszg.de</a>
Modul läuft im:	WiSe (Wintersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul							
Workload* in	SWS*	Semester						
Zeit-std.	ECTS-Pkte							
		1	2	3				4
				V	S	P	W	
450	15			5	4	0	0	

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>349</b>	<b>100</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>100</b> Vorbereitung Prüfung	<b>149</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen: entsprechend den Vorgaben der ausländischen Universität

Hinweise: Nach den Bedingungen der ausländischen Universität

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung/en entsprechend Wahlpflichtkomponente/n (P)	-	100.0%
----------	--	---	--------

Lerninhalt: Das Wahlpflichtmodul ist zu erbringen durch frei wählbare und summierbare Module aus dem Angebot der ausländischen Hochschule im Umfang von bis zu 15 ECTS-Leistungspunkten.

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:  
- selbstständig ihren Wissenshorizont zu beurteilen und darauf basierend neues Wissen zu eruieren.  
- in der Sprache des Gastlandes/Fremdsprache zu touristischen Fragestellungen zu

	debattieren.
Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage: - eigenverantwortlich einen Auslandsaufenthalt zu organisieren. - Lernergebnisse zu präsentieren.
Notwendige Voraussetzungen:	keine
Literatur:	Nach den Bedingungen der ausländischen Universität

Code:	<b>135400</b>
Modul:	<b>Abschlussmodul (Master-Arbeit und Verteidigung)</b>
Module title:	<b>Final Module (Master's Thesis and Defence)</b>
Version:	<b>1.0 (12/2009)</b>
letzte Änderung:	31.10.2022
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof. Dr. oec. Pflücke, Ute</b> <a href="mailto:u.pflücke@hszg.de">u.pflücke@hszg.de</a> <b>Prof. Dr. phil. Zschocke, Martina</b> <a href="mailto:M.Zschocke@hszg.de">M.Zschocke@hszg.de</a> <b>Dipl.-Kffr. Langschwager, Solvig</b> <a href="mailto:S.Langschwager@hszg.de">S.Langschwager@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrrort:	Zittau
Lehrsprache:	Deutsch

Status:		Pflichtmodul								
Workload* in		SWS* *	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2	3	4				
					V	S	P	W		
750	25	0.0				0	0	0	0	

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	
	<b>750</b>	

Lehr- und Lernformen:	Konsultationen
-----------------------	----------------

### Prüfung(en)

Prüfungen:	Abschlussarbeit (PA)	-	70.0%
	mündliche Prüfungsleistung (PM)	50 min	30.0%

Lerninhalt:	je nach Themenstellung Masterarbeit
-------------	-------------------------------------

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	<p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Abschlussmoduls haben die Studierenden nachgewiesen, dass sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- über umfangreiches Wissen verfügen und dieses sachgerecht anwenden können,</li> <li>- in einem begrenzten Zeitraum eine wissenschaftliche Themenstellung interdisziplinär konzeptionieren können,</li> <li>- Probleme erkennen und lösen können sowie sich zwischen verschiedenen Problemlösungsalternativen fundiert entscheiden können,</li> <li>- dynamische Marktumfeldbedingungen analytisch erfassen und mit wissenschaftliche Methodik verarbeiten.</li> </ul>
------------------	---

Fachübergreifende Kompetenzen:	Nach erfolgreichem Absolvieren des Abschlussmoduls haben die Studierenden nachgewiesen, dass sie: <ul style="list-style-type: none"><li>- im Rahmen der Disputation ihre Forschungsergebnisse argumentativ verteidigen können,</li><li>- ihre Lösungsvorschläge dem Prinzip der Nachhaltigkeit entsprechen,</li><li>- einen komplexen Forschungsprozess selbständig zu managen.</li></ul>
Notwendige Voraussetzungen:	Zulassung
Literatur:	je nach Themenstellung

Code:	<b>260500</b>
Modul:	<b>Internationales Controlling</b>
Module title:	<b>International Controlling</b>
Version:	<b>1.0 (12/2019)</b>
letzte Änderung:	20.04.2020
Modulverantwortliche/r:	<b>Prof.Dr.oec. Giese, Roland</b> <a href="mailto:rgiese@hszg.de">rgiese@hszg.de</a>
Modul läuft im:	SoSe (Sommersemester)
Niveaustufe:	Master
Dauer des Moduls:	1 Semester
Lehrort:	Görlitz
Lehrsprache:	Deutsch

Status:	Pflichtmodul								
Workload* in	SWS*	Semester							
Zeit-std.	ECTS-Pkte		1	2	3	4			
						V	S	P	W
150	5	3.0				2	1	0	0

\* ... Gesamtarbeitsaufwand pro Modul (1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden)

\*\* ... eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 45 Minuten pro Woche

V ... Vorlesung      S ... Seminar/Übung      P ... Praktikum      W ... Weiteres

Selbststudienzeit in h:	Angabe gesamt	davon		
	<b>117</b>	<b>20</b> Vor- und Nachbereitung LV	<b>20</b> Vorbereitung Prüfung	<b>77</b> Sonstiges

Lehr- und Lernformen:	Vorlesungen, Seminare, Übungen, Bearbeitung von Fallstudien
-----------------------	---

### Prüfung(en)

Prüfung:	Prüfungsleistung als Klausur (PK)	90 min	100.0%
----------	-----------------------------------	--------	--------

Lerninhalt:	<p>Anwendung ausgewählter Methoden der Managementfunktionen, Planung, Steuerung und Abrechnung auf die betriebswirtschaftlichen Hauptaufgaben der Beschaffung, der Produktion, des Absatzes und der Finanzierung in Unternehmen verschiedener Wirtschaftsbereiche (Industrie, Tourismus, Kultur u.a.):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Controllings,</li> <li>- Strategisches Controlling,</li> <li>- Operatives Controlling einschließlich Budgetierung,</li> <li>- Management Accounting,</li> <li>- Risk Management.</li> </ul> <p>Auseinandersetzung mit globalen und EU-Abweichungen zu nationalen Praktiken im touristischen Controlling</p>
-------------	--

### Lernergebnisse/Kompetenzen

Fachkompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- geeignete Methoden für betriebswirtschaftliche Sachverhalte zu erkennen.</li> <li>- die Fachterminologie wiedergeben.</li> <li>- verschiedene Lehrmeinungen und Ansätze kritisch zu werten und zu reflektieren.</li> <li>- Planungs- und Abrechnungsprozesse sicher anzuwenden.</li> </ul>
------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklungskonzepte eigenständig zu erarbeiten.</li> <li>- Strategien zu entwickeln und diese zu implementieren.</li> <li>- ausgewählte Methoden für praktische betriebswirtschaftliche Probleme in Unternehmen bestimmter Wirtschaftsbereiche insbesondere unter Berücksichtigung relevanter rechtlicher Aspekte sowie der Konzepte der Nachhaltigkeit, Interkulturalität und Digitalisierung zu entwickeln bzw. anzuwenden.</li> </ul> <p>Die Absolventen des Moduls sind mit Methoden und Konzepten vertraut, wie die erlernten Befähigungen auch durch und über andere Mitarbeiter angewendet und eingesetzt werden können (Führungsstile, -kompetenz).</p>
Fachübergreifende Kompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- komplexe betriebswirtschaftliche Probleme ganzheitlich zu erfassen und zu analysieren und einer Lösung zuzuführen.</li> <li>- Lösungen zu betriebswirtschaftlichen Problemstellungen im Team zu erarbeiten, in Streitgesprächen zu diskutieren und sowohl in Form wissenschaftlicher Texte als auch verbal zu präsentieren.</li> <li>- Verantwortung zu übernehmen und ihr eigenes Handeln kritisch zu reflektieren.</li> <li>- moderne Medien, Kommunikationswege und Methoden der Datenbeschaffung aktiv zu nutzen.</li> </ul>
Notwendige Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Kenntnis der Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Methoden der Bilanzierung und der Kostenrechnung (verschiedene Alternativen), Erfahrung (Praktica etc.) zu Managementprozessen
Literatur:	<p>Zu Semesterbeginn wird jeweils eine Liste mit aktueller Spezialliteratur ausgegeben.</p> <p>Peemöller: Controlling, Verlag NWB 2005          Brühl: Controlling, Oldenbourg Verlag 2009          Coenenberg: Wertorientierte Unternehmensführung, Schäffer-Poeschel Verlag 2007          Weber, J.: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag 2008          Horvath: Controlling, Vahlenverlag 2008</p>