

**Studienordnung  
für den Master-Studiengang Tourism Development Strategies  
an der Hochschule Stralsund**

**vom 21. Juni 2017**

Aufgrund von § 2 Absatz 1 in Verbindung mit § 39 Absatz 1 des Landeshochschulgesetzes (Landeshochschulgesetz – LHG M-V) in der Fassung der Bekanntmachung vom 25. Januar 2011 (GVOBl. M-V S. 18), geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 11. Juni 2016 (GVOBl. M-V S. 550, 557), erlässt die Hochschule Stralsund folgende Studienordnung für den Master-Studiengang Tourism Development Strategies als Satzung:

## Inhaltsverzeichnis

<b>Erster Abschnitt:</b> .....	<b>3</b>
<b>Allgemeiner Teil</b> .....	<b>3</b>
§ 1 Geltungsbereich .....	3
§ 2 Studienziel .....	3
§ 3 Studienvoraussetzungen .....	3
§ 4 Dauer des Studiums .....	6
§ 5 Arten der Lehrveranstaltungen .....	6
§ 6 Studienablauf.....	7
§ 7 Fächerstatus.....	7
§ 8 Studienberatung .....	7
<b>Zweiter Abschnitt:</b> .....	<b>8</b>
<b>Fachspezifische Regelungen</b> .....	<b>8</b>
§ 9 Modulüberblick .....	8
<b>Dritter Abschnitt:</b> .....	<b>40</b>
<b>Schlussbestimmungen</b> .....	<b>40</b>
§ 10 Übergangsregelungen .....	40
§ 11 Inkrafttreten .....	40
<b>Anlage I – Praktikumsrichtlinie</b> .....	<b>42</b>
<b>Anlage II - Studienplan</b> .....	<b>53</b>
Studienplan 2-semesteriger Master .....	53
Studienplan 3-semesteriger Master .....	54
Studienplan 4-semesteriger Master .....	55

## **Erster Abschnitt: Allgemeiner Teil**

### **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Die vorliegende Studienordnung gilt für den Master-Studiengang Tourism Development Strategies der Fakultät für Wirtschaft an der Hochschule Stralsund, welcher drei Abschlussmöglichkeiten vorsieht:

- Master mit einer Regelstudienzeit von zwei Semestern
- Master mit einer Regelstudienzeit von drei Semestern
- Master mit einer Regelstudienzeit von vier Semestern mit integriertem praktischem Studiensemester

Die Studienordnung legt Ziele und Inhalte sowie Aufbau des Studiums einschließlich der integrierten berufspraktischen Tätigkeit fest.

(2) Die fachspezifischen Regelungen sind im § 9 dieser Studienordnung enthalten.

### **§ 2 Studienziel**

(1) Ziel der Ausbildung ist es, durch eine wissenschaftlich fundierte- und anwendungsbezogene Lehre im Studiengang den Erwerb eines Master-Abschlusses zu ermöglichen. Das Master-Studium soll, aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss, Absolventinnen und Absolventen zur selbständigen Anwendung tiefergehender wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden auch bei schwierigen und komplexen Problemstellungen im Beruf befähigen.

(2) Die Ausrichtung auf internationale und zudem interdisziplinäre Inhalte in Kombination mit der erforderlichen Problemlösungs- und Handlungskompetenz soll die Absolventinnen und Absolventen zur erfolgreichen Bewältigung von Managementaufgaben auf mittleren und höheren Führungsebenen befähigen.

(3) Die Fähigkeit zur Erschließung neuer Gebiete und zur selbstständigen Weiterbildung wird vertieft. Dementsprechend ist die Ausbildung auch auf die Förderung der Persönlichkeitsbildung, die Vermittlung sozialer und multikultureller Kompetenz sowie ökonomischer und arbeitswissenschaftlicher Grundkompetenz ausgerichtet.

### **§ 3 Studienvoraussetzungen**

(1) Die allgemeinen Studienvoraussetzungen bestimmen sich gemäß §§ 17 bis 20 Landeshochschulgesetz M-V in der Fassung der Bekanntmachung vom 25. Januar 2011 in Verbindung mit der Immatrikulationsordnung der Hochschule Stralsund in der jeweils geltenden Fassung.

(2) Die Zulassung setzt ferner einen Nachweis der entsprechenden Englischkenntnisse voraus. Diese Kenntnisse müssen dem Niveau B2 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen entsprechen und nachgewiesen werden. Bewerberinnen und Bewerber mit Mutter- oder Amtssprache Englisch sowie nach erfolgreicher Absolvierung eines zum überwiegenden Teil in englischer Sprache stattfindenden Studiums benötigen keinen derartigen Nachweis. Bewerberinnen und Bewerber, die nachweislich mindestens zehn Monate im englischsprachigen Ausland verbracht haben, können einen formlosen Antrag auf Einzelfallprüfung durch die Hochschule hinsichtlich der Anrechenbarkeit stellen.

(3) Die Äquivalenz der Noten und des Abschlusses bei ausländischen Bewerberinnen und Bewerbern wird unter Berücksichtigung der Äquivalenzvereinbarungen von KMK und HRK festgestellt. Darüber hinaus sind Vereinbarungen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten.

(4) Zum Studium im 2-semesterigen Master wird des Weiteren nur zugelassen:

1. wer den Nachweis erbringt

- über einen in Deutschland erworbenen Bachelor-Grad oder einen mindestens gleichwertigen Abschluss der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 240 ECTS-Punkten

oder

- über einen im Ausland erworbenen Bachelor-Grad oder mindestens vergleichbaren Grad der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 240 ECTS-Punkten;

2. wer den Nachweis erbringt

- über eine einschlägige berufspraktische Tätigkeit (Praktikum) vor Aufnahme des Studiums. Eine einschlägige berufspraktische Tätigkeit oder ein einschlägiges praktisches Studiensemester im Rahmen eines Bachelor- oder Diplom-Studienganges werden angerechnet. Der Umfang der einschlägigen berufspraktischen Tätigkeit beträgt mindestens 12 Wochen.

3. Die/der Studierende ist zur Zahlung von Programmnebenkosten für unter anderem Pflichtexkursionen, Termine bei Unternehmen und Institutionen sowie sozialen und interkulturellen Veranstaltungen verpflichtet. Dazu hat sie/er die Verpflichtungserklärung über die Zahlung dieser Programmnebenkosten zu unterzeichnen und die Einzahlung des in der Verpflichtungserklärung vorgesehenen Anteils der Programmnebenkosten bei der Einschreibung in voller Höhe nachzuweisen.

(5) Zum Studium im 3-semesterigen Master wird des Weiteren nur zugelassen:

1. wer den Nachweis erbringt

- über einen in Deutschland erworbenen Bachelor-Grad oder einen mindestens gleichwertigen Abschluss der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 210 ECTS-Punkten

oder

- über einen im Ausland erworbenen Bachelor-Grad oder mindestens vergleichbaren Grad der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 210 ECTS-Punkten

2. wer den Nachweis erbringt

- über eine einschlägige berufspraktische Tätigkeit (Praktikum) vor Aufnahme des Studiums. Eine einschlägige berufspraktische Tätigkeit oder ein einschlägiges praktisches Studiensemester im Rahmen eines Bachelor- oder Diplom-Studienganges werden angerechnet. Der Umfang der einschlägigen berufspraktischen Tätigkeit beträgt mindestens 12 Wochen.

3. Ausländische Bewerberinnen oder Bewerber müssen zusätzlich ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache gemäß Immatrikulationsordnung der Hochschule Stralsund nachweisen.

4. Die/der Studierende ist zur Zahlung von Programmnebenkosten für unter anderem Pflichtexkursionen, Terminen bei Unternehmen und Institutionen sowie sozialen und interkulturellen Veranstaltungen verpflichtet. Dazu hat sie/er die Verpflichtungserklärung über die Zahlung dieser Programmnebenkosten zu unterzeichnen und die Einzahlung des in der Verpflichtungserklärung vorgesehenen Anteils der Programmnebenkosten bei der Einschreibung, die restliche Summe vier Monate nach Studienbeginn nachzuweisen.

(6) Zum Studium im 4-semesterigen Master wird des Weiteren nur zugelassen:

1. wer den Nachweis erbringt

- über einen in Deutschland erworbenen Bachelor-Grad oder einen mindestens gleichwertigen Abschluss der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 180 ECTS-Punkten

oder

- über einen im Ausland erworbenen Bachelor-Grad oder mindestens vergleichbaren Grad der Wirtschaftswissenschaften oder eines fachverwandten Studienganges mit mindestens 180 ECTS-Punkten;

2. Ausländische Bewerberinnen oder Bewerber müssen zusätzlich ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache gemäß Immatrikulationsordnung der Hochschule Stralsund nachweisen.

3. Die/der Studierende ist zur Zahlung von Programmnebenkosten für unter anderem Pflichtexkursionen, Terminen bei Unternehmen und Institutionen sowie sozialen und interkulturellen Veranstaltungen verpflichtet. Dazu hat sie/er die Verpflichtungserklärung über die Zahlung dieser Programmnebenkosten zu unterzeichnen und die Einzahlung des in der Verpflichtungserklärung vorgesehenen Anteils der Programmnebenkosten bei der Einschreibung, die restliche Summe vier Monate nach Studienbeginn nachzuweisen.

4. Das Praktikum kann in einem Unternehmen nach Wahl, vorzugsweise mit internationalem Bezug absolviert werden.

(7) Die Einhaltung der Studienvoraussetzungen wird von einer Zulassungskommission, bestehend aus Studiengangsleiter/Studiengangsleiterin und Studiengangskoordinator/

Studiengangskordinatorin Tourism Development Strategies geprüft. Bei ausländischen Bewerberinnen und Bewerbern ist das Dezernat für Studien- und Prüfungsangelegenheiten und Internationales der Hochschule Stralsund einzubeziehen.

#### **§ 4 Dauer des Studiums**

Die Zeit, in der in der Regel das Studium mit dem zweiten berufsqualifizierenden Abschluss beendet werden kann (Regelstudienzeit), ist in diesem Studiengang dreifach gegliedert. Der Studiengang bietet drei Studienwege mit unterschiedlichen Regelstudienzeiten:

- Im 2-semesterigen Master beträgt die Regelstudienzeit zwei Semester.
- Im 3- semesterigen Master beträgt die Regelstudienzeit drei Semester.
- Im 4-semesterigen Master beträgt die Regelstudienzeit vier Semester mit integriertem praktischen Studiensemester.

#### **§ 5 Arten der Lehrveranstaltungen**

(1) Lehrveranstaltungen werden insbesondere in Form von Vorlesungen (seminaristischer Unterricht) und Übungen sowie von Exkursionen, Seminaren und Projekten angeboten.

(2) Vorlesungen vermitteln für einen größeren Teilnehmerkreis in systematischer Form Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden des jeweiligen Fachgebietes, wobei der Vortragscharakter überwiegt. Innerhalb eines kleineren Teilnehmerkreises, insbesondere in der Sprachausbildung kann eine Vorlesung auch als seminaristischer Unterricht gestaltet werden.

(3) Übungen sind ergänzende Bestandteile von Vorlesungen. Sie dienen der Einübung und Anwendung des vermittelten Wissens, möglichst in kleineren Gruppen durch beispielhafte Darstellungen und Übungsaufgaben. Übungen können mit Vorlesungen zur integrierten Lehrveranstaltung verbunden werden.

(4) Seminare sind Lehrveranstaltungen mit einem kleineren Teilnehmerkreis, in denen exemplarisch vertieft bestimmte Problemstellungen des jeweiligen Fachgebietes behandelt werden. Seminare zeichnen sich gegenüber Vorlesungen durch einen Anspruch auf größere Selbstständigkeit des wissenschaftlichen Arbeitens und durch interaktive Lehr- und Lernformen aus. Durch Hausarbeiten und/oder Referate sowie im Dialog mit den Lehrpersonen und Diskussionen untereinander soll das selbstständige wissenschaftliche Arbeiten der Studierenden vertieft werden. Seminare können mit Vorlesungen zur integrierten Lehrveranstaltung verbunden werden.

(5) Projekte sind an Problemzusammenhängen orientierte wissenschaftliche Vorhaben, die aus mehreren Arbeitsvorhaben und einem Projektplenum bestehen. Das Projektstudium soll die Orientierung an Bedingungen und Anforderungen der künftigen beruflichen Praxis ermöglichen sowie die Kompetenz für interaktive Gruppenprozesse des wissenschaftlichen Arbeitens fördern. Durch die Projekte sollen fachspezifische Arbeitsvorhaben mit unterschiedlichen methodischen Ansätzen integriert und eine

interdisziplinäre Kooperation angestrebt werden. Das Projektstudium soll von Lehrveranstaltungen flankiert und von Lehrpersonen betreut werden. Das Ergebnis eines Projektes wird in der Regel durch die Studierenden in Form einer Hausarbeit und einer Präsentation dargestellt.

(6) Exkursionen dienen der Vertiefung des in Lehrveranstaltungen erworbenen Wissens durch praktische Erfahrungen und Termine bei Unternehmen und Institutionen. Exkursionen können Bestandteil von Lehrveranstaltungen oder Projekten sein.

## **§ 6 Studienablauf**

(1) Inhalt, Struktur und Durchführung des Lehrangebotes ergeben sich aus den fachspezifischen Regelungen gemäß § 9. Der zeitliche Ablauf des Studiums wird im entsprechenden Studienplan geregelt.

(2) Die Fakultät für Wirtschaft stellt auf der Grundlage dieser Studienordnung unter Berücksichtigung der Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Stralsund sowie der Fachprüfungsordnung des Master-Studienganges Tourism Development Strategies einen Studienplan als Empfehlung an die Studierenden für einen sachgerechten Aufbau des Studiums auf. Der Studienplan (Anlage II) erläutert den empfohlenen Studienverlauf und beschreibt Art, Umfang und Reihenfolge von Lehrveranstaltungen und Modulen, Studien- und Prüfungsleistungen.

(3) Es wird den Studierenden empfohlen, bei der Festlegung ihres Semesterwochenplans die jeweiligen Studienpläne zugrunde zu legen.

## **§ 7 Fächerstatus**

(1) Alle Module und Lehrveranstaltungen, die in den tabellarischen Modulübersichten des § 9 dieser Ordnung angeboten werden, sind entweder Pflichtfächer oder Wahlpflichtfächer.

(2) Pflichtfächer sind die Module, die innerhalb des Studienganges für alle Studierenden verbindlich sind.

(3) Wahlpflichtfächer sind die Module, die einzeln oder in Gruppen alternativ angeboten werden. Sie sind in dem jeweils vorgegebenen Umfang zu belegen.

## **§ 8 Studienberatung**

(1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt zentral durch das Dezernat für Studien- und Prüfungsangelegenheiten und Internationales der Hochschule Stralsund.

(2) Die studiengang- und fachspezifische Studienberatung erfolgt in der Fakultät für Wirtschaft durch die für diesen Studiengang benannte Ansprechperson.

**Zweiter Abschnitt:  
Fachspezifische Regelungen**

**§ 9  
Modulüberblick**

(1) Aus folgenden Modulen, Lehrveranstaltungen sowie Veranstaltungsarten und –inhalten setzt sich der Studienplan für den 2-semesterigen Master-Studiengang Tourism Development Strategies zusammen:

Pflichtmodule:

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1000</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Tourism in Practice</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Applied Tourism Management</li> <li>▪ International Field Trip</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Students use and apply tourism theory in order to evaluate the specific situation of individual tourism business or a destination as a whole</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insights into spatial hierarchies in the tourism system</li> <li>- Strategic destination development and destination competitiveness</li> <li>- Contact to various stakeholders through site visits at tourism businesses, tourism administration etc.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultural studies, regional studies, language skills, development studies</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Understand challenges of various cultural, social and political contexts for tourism management.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Apply specific methodologies to: identify strategies of business development, innovation, and internationalization in the tourism sector; use adequate analytical tools to the tourism sector.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Evaluate the actual situation of a given tourism business, respectively a whole tourism destination in relation to specific local, regional and global trends.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Students express their perspective on future challenges and possible strategies in the specific case.</p>



	<p><b><u>Learning skills</u></b> Critically evaluate the performance of tourism business and destinations, deal with the transfer of global processes on a local level, transfer the local experience to various other contexts. Experiencing team work and improvement of social and multicultural competence.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Competently evaluate the technological and organizational process of change within the firm or destination. Enhance your analytical skills. Integration of a theoretical perspective with the application of tourism management principles, including planning, management, marketing and evaluation in the context of a field trip.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworload / Workload and its composition	150 hours (32 hours contact; 118 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1300, TDSM1400, TDSM1800, TDSM1900, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Experimentelles Arbeiten (not graded) (30 Stunden)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2, 3 and 4-semester programme: 0%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	seminars, case-studies, discussions, reflection, fieldtrip

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1100</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Individual and Organizational Development</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diversity Management</li> <li>▪ Innovation &amp; Change Management</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Foundations of diversity, innovation and change processes in the economy.</li> <li>- Methods, models, success factors and implications of diversity management and organizational development.</li> </ul>

	<p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creativity and innovation: How to find new ideas as a basis for innovations.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The social and economic meaning of innovation and change.</li> <li>- Diversity and change management and its impact on business culture.</li> <li>- As the “people`s factor” is of utmost importance, special sessions on integrative diversity management will be included.</li> </ul>
<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b></p> <p>Students master the meaning and basics of innovations and their impact on companies.</p> <p>They are aware of the cultural and ethical dimension to operating in culturally and institutionally complex environments, particularly in emerging markets.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b></p> <p>Students are capable of analyzing the causes and effects of a problem and finding a way to stop the causes or the effects.</p> <p>They are able to apply and implement the acquired knowledge with concrete examples from practice.</p> <p>They know how to develop innovative ideas, to assess these independently and to implement them in the organizational context.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b></p> <p>Students are capable of breaking topics down into their parts and of noting how the parts fit together.</p> <p>They are able to use a series of statements connected logically together, backed by evidence, to reach a conclusion.</p> <p>They are able to decide on the worth of topics by comparing it against an accepted standard of value.</p> <p><b><u>Communication</u></b></p> <p>Students know how to point out the similarities and differences between two or more subjects. Listening actively (taking notes, asking questions, engaging in ideas being communicated), Reading (decoding written words and images), Turn taking (effectively switching from receiving ideas to providing ideas).</p>

	<p><b><u>Learning skills</u></b> They are sensitized and aware of their personal development with regard to methods of diversity.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> With selected creative methods students learn how to develop innovative ideas, to assess these independently and to implement them in changing organizational environments. They learn to deal with uncertainty and change in management functions and to facilitate team processes and group dynamics.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1400, TDSM1800, TDSM2000, TDSM2100, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Assignment graded (7.500 words)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2, 3 and 4-semester programme: 0%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Lectures, exercises, case-studies, discussions, presentations, online-research

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1200</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Research and Case Project</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls / If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Research Methods</li> <li>▪ Case Project</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Key concepts of empirical research</li> <li>- Advanced research techniques in qualitative as well as quantitative research;</li> <li>- Individual business evaluation</li> <li>- Explore a niche business and ideate and evaluate different potentials with regard to upside potentials.</li> </ul>

	<p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Overview on several software tools for scientific research in the field of network-analysis, content analysis etc.</li> <li>- Key competences for online experiments and surveys</li> <li>- Practical inside to various research tools such as MAXqda, Nvivo; techniques</li> <li>- Develop and explore ideas to find profits in market segments that existing competitors do not utilize.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Management and business science</li> <li>- Organisational and communication science</li> <li>- Find and form ways of spreading out risks in businesses – Risk Management.</li> </ul>
<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Execute empirical research on an advanced level. Students have the capability to discover scientific principles and concepts in the context of real world problems.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Analyse and present business data using appropriate tools. Apply techniques to analyse complex interrelations and identify solutions. Undertake various qualitative as well as quantitative methodologies. Organising and structuring of various information sources. Students have the ability to design a process to seek solutions through observation and analytical reasoning. They are able to apply and implement formerly acquired knowledge with concrete examples from practice.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Identify the key characteristics of advanced research techniques and distinguish various sources of information due to their appropriateness. Students can master the quantitative basis for evaluating the magnitudes and rates pertinent to business challenges, and the quantitative assessment of causal relationships.</p>

	<p><b><u>Communication</u></b> Elaborate on the role of various research methodologies. Students present profound findings of the specific case. They are able to approach problems through collaborative (interdisciplinary) teams.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Formulate, test and interpret various hypothesis. Practical thinking, creative thinking, communicating, and collaborating</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Be able to implement case specific research methodologies. Improvement of the competence to communicate and presentation techniques by an individual coaching. Foster ability to: do market research and analyse, structure your work, solve problems, set milestones, holistic and critical thinking, undertake research and to work independently.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	10
Gesamtworkload / Workload and its composition	300 hours (128 hours contact; 172 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1100, TDSM1800, TDSM2100, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination Prerequisites	Project work (7000 words assignment and 10 minutes presentation)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2 semester programme: 25% 3 and 4 semester programme: 16%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, case-studies, discussions, presentations, real case in co-operation with a company

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM2400</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Master's Thesis and Colloquium</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Master's Thesis</li> <li>▪ Master's Thesis Colloquium</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	Bringing together aspects of learning from previous modules as well as using this learning as the basis for planning, conducting and writing up a research-based project
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	Students show evidence that – on the basis of theoretical and practical knowledge, skills and competences achieved during their studies – they are able to independently design research. They demonstrate the ability to work scientifically and methodological appropriate to postgraduate levels in tourism, business and management. Also, their work contributes holistically to their personal set of values.
Studiensemester / Study semester	Semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each semester
ECTS-Credits (based on the workload)	30
Gesamtworkload / Workload and its composition	900 hours (900 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	The Master's Thesis Colloquium is open to all students of the university (beside a master thesis with 'Sperrvermerk').
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	<p>In addition to the general admission criteria the master – examination requires that the thesis only can be delivered after the student has acquired the required number of ECTS credit points either in the course or at another German university or has successfully finished a corresponding examination.</p> <p>The mandatory number of ECTS- points is:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 55 ECTS-points for the 4-semester programme</li> <li>▪ 50 ECTS-points for the 3-semester programme</li> <li>▪ 20 ECTS-points for the 2-semester programme</li> </ul> <p>In addition the precondition for the thesis is the successful participation in the mandatory field trips.</p> <p>All other cases need a written application to the examination board.</p> <p>The mandatory number of ECTS- points for the Master's Thesis Colloquium is:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 118 ECTS-points for the 4-semester programme</li> <li>▪ 88 ECTS-points for the 3-semester programme</li> <li>▪ 58 ECTS-points for the 2-semester programme</li> </ul>
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Final Thesis</li> <li>▪ Oral examination (up to one hour)</li> </ul>
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2 semester programme: 45% 3 and 4 semester programme: 30%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Counselling, scientific colloquium, self-study, independent research
Besonderes / Special features	Often in co-operation with a company

#### Wahlpflichtmodule:

Die Studierenden im 2-semesterigen Studienweg müssen insgesamt 10 ECTS-Punkte in Form von Wahlpflichtmodulen nachweisen. Sie können dafür Module aus dem 1. oder 2. Fachsemester auswählen. Den Studierenden wird empfohlen, Wahlpflichtfächer in ihrem 1. Fachsemester zu absolvieren.

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1300</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Global Business Development</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ International Tourism Business Strategies</li> <li>▪ International Risk Management</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tools for analysis of external and internal environment, tourism or related tourism company's core competences and capabilities</li> <li>- Concepts of strategic management, market analyses and risk management</li> <li>- Managing risk and international risk</li> <li>- Selected financial instruments</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Development of strategic alternatives, selection and implementation</li> <li>- Apply financial instruments appropriately</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The strategic value of international Business Management and risk.</li> <li>- The economic meaning of entering new markets, development and distribution.</li> <li>- Tourism policy, planning and strategic development processes and risks.</li> </ul>

<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Understand the business strategy process as well as the process of managing risks and international risks. Familiarize students with specific framework conditions, state of the art concepts and methods for international business and risk management in service industry while concentrating on tourism industry. Familiarize students will different kinds of risks companies face and the impact on business. Understand financial instruments to help mitigating risks.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Apply this understanding to real current problems in companies of all sizes as well as in all types of industries. Create general business as well as specific risk management strategies and handle practical issues. Apply appropriate financial instruments for e.g. entering new markets</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Students are able to critical assess and to interpret markets, environments and certain risks from a strategic point of view.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Critically comment on and argue about different market entry strategies as well as proper risk management strategies.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Be prepared to take part in business development and strategic work as analysts and, in later stages of their careers, to lead such processes</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Students will increase their analytical skills. They will be enabled to apply strategic thinking and acting to various kinds of issues (corporate or institutional level, or in a context of a new destination) which may arise in the future.</p>
<p>Studiensemester / Study semester</p>	<p>Winter semester</p>
<p>Dauer des Moduls / Duration of the module</p>	<p>One semester</p>
<p>Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module</p>	<p>Each academic year</p>
<p>ECTS-Credits (based on the workload)</p>	<p>5</p>
<p>Gesamtworkload / Workload and its composition</p>	<p>150 hours (80 hours contact; 70 hours self-study)</p>
<p>Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module</p>	<p>Compulsory Elective</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module</p>	<p>TDSM1000, TDSM1100, TDSM1400, TDSM1600, TDSM2400</p>



Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (Two hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2 semester programme: 15% 3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, lectures, case-studies, discussions, presentation

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1400</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Managing Tourism Markets</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls / If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourism Product Development</li> <li>▪ Sales</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- International tourism environment</li> <li>- Tourism market characteristics</li> <li>- Tourism industry and product overview</li> <li>- Market segmentation and target groups</li> <li>- The 7P of service marketing</li> <li>- Business models in travel and tourism</li> <li>- Principles of new venture creation</li> <li>- Entrepreneurship vs. intrapreneurship</li> <li>- Creating demand</li> <li>- Acquiring intelligence</li> <li>- Setting up strategy</li> <li>- Gaining customer commitment</li> <li>- Ongoing business and customer relationship</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Product conceptualization and development</li> <li>- Insights into various tourism-related business case studies</li> <li>- Sales and distribution procedures</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Combine macro and micro perspective</li> <li>- Principles of business strategy, marketing/sales and entrepreneurship</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b></p> <p>Know the international tourism environment; define major concepts of marketing, sales, strategy and new venture creation.</p> <p>Understand the interdependence of business functions.</p>

	<p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Connect existing tourism products to the respective context/business environment. Apply models from service marketing and business strategy to selected tourism products. Apply sales-related know-how.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Assess the viability of business models; identify strengths and weaknesses of business models and strategies in travel and tourism markets; evaluate the effectiveness of sales strategies in B2B and B2C settings.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Critically comment on business strategies; promote tourism products; communicate with diverse target groups in sales-related situations.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Analytical skills; critical thinking skills in management contexts; creative and design thinking; understanding customer needs.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Creative thinking; design thinking; pursuit of proactive sales approaches.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory Elective
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1300, TDSM1600, TDSM1700, TDSM1900, TDSM2100, TDSM2400 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Project work (5.500 words assignment and 10 minutes presentation)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2 semester programme: 15% 3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, lectures, case-studies, discussions, presentations

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1500</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Special Topics in Tourism</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Topics address recently identified current events, skills, knowledge, and/or attitudes and behaviours pertinent to the technology or occupation and relevant to the professional development of the student.</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insights into state of the art trends and developments.</li> <li>- Preparation for future challenges in the students' work environment due to new trends.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Development Studies</li> <li>- Trend Studies</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Understanding of global process and latest trends as well as their impact on tourism.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Analyse current trends and niche tourism products. Define, interpret and value the challenges related to future trends.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Examine the unique problems involved in tourism development in different region related to ongoing changes.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Articulate upcoming challenges for the industry.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Evaluate the role of international tourism as an agent of change in a globalised world.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Dealing with change and enhance students' strategic thinking and acting abilities.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory Elective

Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1400, TDSM1700, TDSM1900 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (Two hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	2 semester programme: 15% 3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, lectures, case-studies, discussions, presentation

(2) Zusätzlich zu den in Absatz 1 dargestellten Modulen, Lehrveranstaltungen sowie Veranstaltungsarten und -inhalten setzt sich der Studienplan für den 3-semesterigen Master-Studiengang Tourism Development Strategies wie folgt zusammen:

Pflichtmodule:

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1600</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Managing Financial Performance</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Financial Analysis</li> <li>▪ Cost Accounting and Revenue Management</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Financial vs. managerial accounting</li> <li>- Rulesets (HGB, IFRS and US-GAAP)</li> <li>- Balance sheet</li> <li>- Income statement</li> <li>- Cash-flow statement</li> <li>- Ratio analysis</li> <li>- Cost behaviour</li> <li>- Cost-volume-profit analysis</li> <li>- Activity-based costing</li> <li>- Yield management</li> <li>- Dynamic pricing</li> <li>- Power pricing</li> <li>- Budgeting</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Financial statement analysis</li> <li>- Management accounting reports</li> <li>- Case studies of tourism businesses</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Finance in a tourism context</li> <li>- Managerial economics</li> <li>- Connect to marketing and strategy</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Define financial and managerial accounting; list yield management and pricing strategies; know structure and contents of financial statements; name essential financial ratios; distinguish profitability from liquidity; understand the budgeting sequence.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Interpret financial statements; apply ratio analysis to a variety of cases; devise prices and conduct yield management for various exercises/cases.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Decide on effective pricing and/or cost analysis methods for various leisure and tourism-related scenarios/cases. Assess the financial situation of tourism-related organizations; detect critical issues of organizations based on ratios; evaluate the viability of financial budgets.</p>

	<p><b><u>Communication</u></b> Produce profitability analysis sheets and financial budgets; critically comment on published financial statements of real-life examples/cases; comment on quantitative business decisions; refer to corporate governance issues and ethics of accounting and finance.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Strengthen analytical and numerical skills in management contexts. Learn to read between the lines of published as well as internal financial statements and reports; enhance decision-making skills; critical thinking beyond financial data.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Ratio analysis; calculation of prices, revenues, costs and profits/losses within contemporary accounting, finance and revenue management frameworks; search for patterns in various types of reports; research and analysis of systematically derived data; quantitative decision-making in contexts also requiring awareness of qualitative aspects.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1300, TDSM1400, TDSM1800, TDSM1900 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (2 hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 9%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, case-studies, discussions, nano-talks

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1700</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Destination</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Spatial Tourism Planning</li> <li>▪ Strategic Destination Development</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planning principles and regulations in reference to destination and resort planning.</li> <li>- Land-use-conflicts</li> <li>- Types and administration of destination governance processes.</li> <li>- Spatial hierarchies in the tourism system.</li> <li>- Strategic destination development</li> <li>- Destination competitiveness</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insights into several case studies (destinations such as Ruhrregion, Cyprus, South-Tirol)</li> <li>- Insights into regional development and zoning plans.</li> <li>- Implementation of planning principles in destination development and management.</li> <li>- Understand strength and weakness of business simulation tools.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planning sciences</li> <li>- Spatial sciences</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b></p> <p>Overview on tourism planning principles. Understand decision-making process within tourism businesses as well as on a destination level.</p> <p>Understand complex business processes. Identify business dependencies within a destination.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b></p> <p>Use and experience simulation tools for tourism planning and development. Apply knowledge to run your own business as well as to co-operate with stakeholders. Apply moderation techniques in order to solve complex disputes amongst various stakeholders.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b></p> <p>Identify and experience perspectives of various stakeholders in a destination management context.</p> <p>Evaluate the overall situation of a tourism business or a destination to elaborate a strategic development plan.</p>

	<p><b><u>Communication</u></b> Express opinions on different destination planning concepts or individual business strategies and back it with detailed arguments. Communicate and discuss within a group environment relevant issues.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Synthesize information and provide solutions in response to various problems and issues related to a specific destination or tourism business. Handling of computer based simulation tools. Be aware, respect and reflect challenges stakeholders face and how those may have an impact on your own business.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Be able to transfer tourism knowledge to unknown destinations. Improve analytical and conceptual skills.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (80 hours contact; 70 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1300, TDSM1400, TDSM1900, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English / German
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Project work (5.500 words assignment and 10 minutes presentation)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 9%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, case-studies, discussions, reflection rounds, computer simulation



Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1800</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Personal Skill Development – Value based Management</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Business Ethics and Corporate Governance</li> <li>▪ Self Management</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emotional Intelligence, Interpersonal and Intrapersonal Skills and Abilities related to Cognitive Performance /Intelligence</li> <li>- Development of emotional, cognitive and behavioural Skills and Abilities; Emotional Intelligence Development</li> <li>- ARM Theory; typical performance versus maximum performance</li> <li>- Career-related success; self-monitoring &amp; empathy, goal setting, emotional reflection, decision making, stress management, team building processes, conflict management, communication skills</li> <li>- Ethics in business and management</li> <li>- Code of ethics; corporate governance and business ethics; Shareholder / stakeholder theory; Corporate Citizenship</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The ARM theory facilitates the perception of emotional, cognitive and behavioural abilities and skills. The cognitive analysis &amp; evaluation facilitates reflexion processes in both individuals and groups to develop abilities, behavioural strategies and a value system to be applied within private and corporate settings.</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The development of intrapersonal and interpersonal abilities and skills develop the holistic awareness, reflexion and management of those abilities and skills to draw on values relevant and applied globally in different &amp; diverse cultures and multi-faceted global economies.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b></p> <p>Students familiarize with relevant theoretical foundations, concepts and different methods to facilitate understanding - the effect intrapersonal and interpersonal abilities and skills have on the workplace and their private life as well as on society in general. Students will</p>

	<p>be work with scientific data what effects and consequences a lack of intrapersonal and interpersonal abilities and missing values may have on both corporations and society explicitly.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> In-depth discussions and the application of theoretical foundations and concepts enable students to increase awareness and meaning. Students reflect on their gained knowledge, personal values, attitudes, understanding and abilities of being actively involved within a wider social context – focusing on learning and application of intra- and interpersonal abilities and skills.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Students will be able to appraise and assess both their own personal abilities, skills and values, and those of others to recognize essential abilities, values and skills and utilize potential for further development.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Students may communicate and discuss both intra-personal and inter-personal abilities, values and skills independent of the idiosyncracies of their discipline.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Students are encouraged to develop their personal abilities, values and skills. They foster their ability to reflect cognitive and emotional reasoning skills.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Students perceive and recognize the importance of the development of both their intrapersonal and interpersonal abilities and skills as well as how to consider and apply values and principles constructively.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1100, TDSM2000, TDSM2100, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English / German

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (two hours) not graded  Prerequisites: Seminar Self Management
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 0%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, lectures, workshops, case-studies, exercises, discussions, reflection rounds, team building activities

Wahlpflichtmodule:

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM1900</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Tourism Economics</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourism Economics and Global Tourism</li> <li>▪ Sustainability in Tourism</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Macro- and micro-economic perspectives of tourism &amp; international markets, supply and demand, price elasticities</li> <li>- Interdependencies and ramifications in tourism of economic, environmental, and socio-cultural dimensions (triple bottom line)</li> <li>- Economic considerations and decision making with focus on sustainable production and consumption</li> <li>- Sustainability with micro and macro perspectives; the tripartite concept of sustainability; sustainability and CSR.</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Economic growth and sustainable, growth in tourism</li> <li>- Develop thinking and internalise future economic growth holistically by using current role model cases</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relation of global economic growth and tourism growth</li> <li>- Global tourism and Diversity Management; developing selective tourism thinking</li> <li>- Educating and utilizing human resources, strategic human resources</li> <li>- Sustainable production &amp; consumption as ethical principle</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b></p> <p>Students understand two fundamental realms of tourism relating to both economics and sustainability. Macro and micro perspectives reveal interdependencies among the Triple Bottom Line and develop understanding whether economic prosperity might contradict sustainability.</p> <p>Students develop abilities and skills in understanding, analyzing, and synthesizing knowledge &amp; data in cases provided.</p>

	<p>Students discuss traditional theories of macro- and micro-economic growth and familiarize with innovative corporations by incorporating sustainability and corporate social responsibility (CSR) into globalized economies.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b></p> <p>Students discuss contemporary global issues to generate holistic understanding and internalise mechanisms of economic and tourism-related growth. Students apply academic knowledge by explaining and analysing market forces of economic growth and sustainability in tourism. They are able to anticipate ramifications of corporate sustainable strategies.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b></p> <p>Students will be able to appraise and assess relevant issues and challenges to analyse for sustainable decision-making processes considering micro- and macro-economic perspectives and strategies.</p> <p><b><u>Communication</u></b></p> <p>Students may communicate and discuss relevant information, knowledge and ideas, delineate issues and reason about solutions to both specialist and non-specialist audiences distinctly and unambiguously.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b></p> <p>Students are enabled to reason with both micro- and macro-economic perspectives and develop sustainable concepts and processes for the future.</p> <p><b><u>Methodology</u></b></p> <p>Students develop successively interdependencies of micro- and macro-economic levels with sustainable ramifications and are in a position to utilize the concept of sustainability in both, national and international issues.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory Elective

Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1200, TDSM1300, TDSM1400, TDSM1600, TDSM2100 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (two hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Lectures, workshops, case-studies, discussions, exercises, reflexion rounds

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM2000</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Strategic Human Resource Management</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ International Human Resource Management and Employer Branding</li> <li>▪ Negotiation Strategies</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction of strategic human resource management (SHRM)</li> <li>- Control-based model of SHRM, resource-based model of SHRM, integrative model of SHRM</li> <li>- Successful negotiation strategies, negotiation process, conflict resolution and foundation of cooperative agreements, analyzing power relations, multiparty and multiple issue negotiations;</li> <li>- '5-P model' of SHRM that incorporates five human resource activities</li> <li>- Theories, corporate programs, practices and processes, with strategic business needs and corporate policies, and reflects corporation's overall plan for future prosperity, adaptability and profitability within globalized markets and their human resources.</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategic HRM interlinks knowledge and understanding with traditional HR practice.</li> <li>- Critical &amp; abstract thinking of current HR cases facilitates analysis and evaluation of its strategic and sustainable orientation.</li> <li>- Case studies (e.g. Coca Cola; Thomas Cook; Aida Cruises; Daimler; VW; Lufthansa)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Development of individuals and groups in frequent changing &amp; competitive corporate environments</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Human resources recruits and develops both individuals and groups to meet corporate needs within several realms nationally and globally, e.g. intercultural and diversity management, finance and accounting, sales and procurement, operations, expatriate management, and marketing.</li> </ul>
<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Students develop an understanding of strategic human resource management (SHRM) by evaluating different models of SHRM discussed within the academic literature, e.g. control-based, resource-based, or integrative strategic human resource management model. Students comprehend different HR issues, e.g. cultural idiosyncrasies, external regulation, environment, negotiations, societal change, impacting on HRM strategies, and consequently on national and international corporate strategies for sustainable corporate development and prosperity.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Students describe current HRM issues and delineate appropriate ideas to define creative solutions to meet corporate needs for both present and future challenges in HRM. Realistic HR cases facilitate the application and internalisation processes.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Students will be able to appraise and assess different HR strategies and eventually analyse for decision-making processes, corporate strategies &amp; implementation purposes.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Students may communicate and discuss relevant information, knowledge and ideas, delineate issues and reason about solutions to both specialist and non-specialist audiences distinctly and unambiguously.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Evaluation and analysis of tools and methods of different HR strategies to be applied appropriately within corporate settings, critical thinking &amp; reasoning, being able to discuss constructively,</p>

	<p>grasping the impact of SHRM and performance.</p> <p><b>Methodology</b></p> <p>Students familiarize with the topic of SHRM on an advanced level. Based on research they internalise the constructive applicability of different HR strategies within business and management. Extensive reasoning and reflexion complements the learning outcome beneficial for sustainable organisation and management development.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory Elective
Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1100, TDSM1300, TDSM1800 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Project work (5.500 words assignment and 10 minutes presentation)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Lectures, workshops, case-studies, discussions, exercises, reflexion rounds

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM2100</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Communication and Media Management</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brand Communication and Media</li> <li>▪ Media Management</li> </ul>
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <p>Students gain essential insights about the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Defining the Media Industry</li> <li>- The Strategic Context</li> <li>- Strategic Concepts for the Media Industries</li> <li>- Strategic Responses to Technological Change</li> <li>- Realm and analysis of brand preference</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Branding strategies and brand protection</li> <li>- Neurology, Learning, Brain Research and Branding</li> <li>- Brands and Communication in Tourism</li> <li>- Target groups and Positioning</li> <li>- Tourism and Media</li> <li>- Web 2.0 Applications as marketer and communication instruments</li> <li>- Brands, Communication, Media and Controlling</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insights into several case studies (e.g. BuzzFeed, The Guardian, Netflix, NY Times, BBC)</li> <li>- Social Media, Media Planing</li> <li>- Evaluating brands, customer behaviour and the usage of modern communications instruments in tourism business</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The role of creativity in the media</li> <li>- Culture, Mindset and Strategy: Building a pro-digital-culture</li> <li>- Neurology, Learning and brand building process</li> </ul>
<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Students have a deep understanding of the kinds of questions that media economics seeks to address. They are capable of describing and evaluating the different types of competitive market structures that exist in the media industries. They have the ability to identify and explain some of the key economic characteristics of the media. Students are able to distinguish between strategies of vertical, horizontal and diagonal growth.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Students can define, interpret and value the new challenges posed by the media organizations` external environment with a deeper understanding of the particularities of emerging markets. Insights into several case studies enable them to break down issues of the media industry into their parts and of noting how the parts fit together. They are able to explain the principal motivations behind media and cross-media expansion and analyse the practical economic advantages associated with these strategies.</p>

	<p>They are capable of analyzing, describing and discussing the practical implications for media firms of 'convergence' and of 'globalization'</p> <p>Students are aware of the specific internal capabilities media organizations need to develop in order to put their ideas and strategies into practice.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b></p> <p>They are able to use a series of statements connected logically together, backed by evidence, to reach a conclusion.</p> <p>They are able to decide on the worth of topics by comparing it against an accepted standard of value. They are enabled to evaluate selective communication tools for suitability in given markets.</p> <p><b><u>Communication</u></b></p> <p>Listening actively (taking notes, asking questions, engaging in ideas being communicated).</p> <p>Reading (decoding written words and images).</p> <p>Turn taking (effectively switching from receiving ideas to providing ideas). Students discuss results obtained in class.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b></p> <p>Critical thinking, creative thinking, communicating, and collaborating. Evaluating communications instruments for brands and market situations.</p> <p><b><u>Methodology</u></b></p> <p>With selected creative methods students learn how to develop innovative ideas, to assess these independently and to implement them in changing organizational contexts.</p> <p>They have a synoptic view of change and decision-making within media organizations.</p> <p>Students are able to transfer knowledge to new types of Media, to foster problem-solving processes as well as communication strategies.</p>
Studiensemester / Study semester	Summer semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	5
Gesamtworkload / Workload and its composition	150 hours (80 hours contact; 70 hours self-study)
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Compulsory Elective

Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000, TDSM1100, TDSM1300, TDSM1400, TDSM1900, TDSM2000 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (two hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Seminars, case-studies, discussions, exercises, online- researches, presentation of research results

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM2200</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Political Economy of Tourism</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	<p><b>Technical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to concepts and theories of political economy</li> <li>- History of political economy</li> <li>- Capitalism and democracy</li> <li>- Neoliberalism</li> <li>- Nationalism and populism</li> <li>- Contemporary debates and critique of globalization</li> <li>- Cooperation and conflict and their impacts on tourism</li> <li>- Trade agreements and their impact on tourism</li> <li>- Power relations in tourism</li> <li>- Growth, inequality, poverty and tourism</li> <li>- Class, gender, age, race and tourism</li> <li>- Alternative political economies in tourism</li> </ul> <p><b>Practical</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Case studies of tourist destinations and business models from different world regions</li> <li>- Ideological debates and practical implications for travel and tourism</li> </ul> <p><b>Interdisciplinary</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Political theory</li> <li>- Philosophical schools of thought</li> <li>- Principles of economics</li> <li>- Sociology</li> </ul>

<p>Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives</p>	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Students know the history of political economy; are able to define major concepts of political economy and to describe major theoretical constructs of the field.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> They are able to synthesize current debates on capitalism, democracy, globalization and dominant/ mainstream ideologies; to identify conflicts of interest; develop an understanding of how these concepts relate to and impact tourism in different world regions.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Critically assess the consequences of political and economic paradigms, trade agreements, and other issues of political economy; evaluate the viability of the ensued practices for exemplary tourism cases from different parts of the world.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Express concise insights on complex issues of political economy; point out conflicts of interest between nations, states, regions, investors, tourists and workers/employees.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Identify strengths and flaws of dominant big-picture paradigms; detect conflicts of interest and hidden agendas in complex cases; foster critical thinking skills.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Question mainstream and alternative assumptions; select appropriate theory or analytical tools to deal with challenges of political economy in changing tourism contexts; problem-solving in scenarios of ambiguity.</p>
<p>Studiensemester / Study semester</p>	<p>Summer semester</p>
<p>Dauer des Moduls / Duration of the module</p>	<p>One semester</p>
<p>Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module</p>	<p>Each academic year</p>
<p>ECTS-Credits (based on the workload)</p>	<p>5</p>
<p>Gesamtworkload / Workload and its composition</p>	<p>150 hours (64 hours contact; 86 hours self-study)</p>
<p>Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module</p>	<p>Compulsory Elective</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module</p>	<p>TDSM1300, TDSM1700, TDSM1900 and likewise relevant for other postgraduate modules within our Business School</p>
<p>Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites</p>	<p>None</p>

Lehrsprache / Language of teaching	English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written exam (two hours)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	3 and 4 semester programme: 6%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Lectures, case studies, group work, exercises and discussions

(3) Zusätzlich zu den in Absatz 1 und 2 dargestellten Modulen, Lehrveranstaltungen sowie Veranstaltungsarten und -inhalten setzt sich der Studienplan für den 4-semesterigen Master-Studiengang Tourism Development Strategies wie folgt zusammen:

Pflichtmodul:

Modul Nr. / Module-Code	<b>TDSM2300</b>
Modulbezeichnung / Module description	<b>Internship and Evaluation</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls/ If necessary courses of the module	
Inhalte des Moduls / Syllabus Module	- internship of 21 weeks and internship evaluation
Lernergebnisse des Moduls / Qualification objectives and learning objectives	<p><b><u>Knowledge and understanding</u></b> Deepen knowledge gained during prior semester as well as their first study. Gain new knowledge in various different field of business and tourism.</p> <p><b><u>Applying knowledge and understanding</u></b> Students are in a position to connect and apply theoretical knowledge with practical experiences due to direct contact with enterprises/institutions and organizations.</p> <p><b><u>Making judgements</u></b> Critical thinking and reflection skills by preparing a practical report. Working within a company will help students growing in personality and to increasing their social skills.</p> <p><b><u>Communication</u></b> Working within a team will increase students' communication skills. Preparing a report enhance students ability to reflect their own work as well as their internship in general critically and to present those results.</p> <p><b><u>Learning skills</u></b> Students will enhance their awareness and their ability to make decisions when it comes to decide on own future professional activities.</p> <p><b><u>Methodology</u></b> Application in daily business, students may work on own projects or within a team.</p>
Studiensemester / Study semester	Winter semester
Dauer des Moduls / Duration of the module	One semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls / Frequency of the offered module	Each academic year
ECTS-Credits (based on the workload)	30
Gesamtworkload / Workload and its composition	900 hours
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.) / Kind of module	Obligatory

Verwendbarkeit des Moduls / Applicability of module	TDSM1000-TDSM2200, TDSM2400
Voraussetzungen für Teilnahme / Prerequisites	None
Lehrsprache / Language of teaching	German/English
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Assessment methods and duration of examination / Prerequisites	Written report – not graded (10 pages)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote / Emphasis for the final grade	4 semester programme: 0%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls / Learning methods of the module	Field work

(4) Die unterschiedlichen Gewichtungen der Modulnoten für den 2-semesterigen, 3-semesterigen bzw. 4-semesterigen Master sind den Beschreibungen der Module zu entnehmen.

## **Dritter Abschnitt: Schlussbestimmungen**

### **§ 10 Übergangsregelungen**

(1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierende, auf die die Fachprüfungsordnung für den Master-Studiengang Tourism Development Strategies der Hochschule Stralsund Anwendung findet.

(2) Die Vorschriften dieser Studienordnung gelten erstmalig für Studierende, die im Wintersemester 2017/2018 in allen drei Studienwegen, 2-semesterig, 3-semesterig und 4-semesterig, im Master-Studiengang Tourism Development Strategies immatrikuliert werden. Für vor diesem Zeitpunkt immatrikulierte Studierende findet sie keine Anwendung.

(3) Für die Studierenden, die ihr Studium im Master-Studiengang Tourism Development Strategies vor dem Wintersemester 2017/2018 begonnen haben, finden die Vorschriften der Studienordnung vom 15. Juli 2015 weiterhin Anwendung, dies jedoch längstens bis zum 28. Februar 2023.

### **§ 11 Inkrafttreten**

(1) Diese Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule Stralsund in Kraft.

(2) Die Vorschriften für den Master-Studiengang Tourism Development Strategies der Studienordnung vom 15. Juli 2015 treten mit dem Inkrafttreten dieser Studienordnung außer Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Akademischen Senats der Hochschule Stralsund vom 20. Juni 2017 sowie der Genehmigung des Rektors vom 21. Juni 2017.

Stralsund, den 21. Juni 2017

**Der Rektor  
der Hochschule Stralsund  
University of Applied Sciences  
Dr. Matthias Straetling**





## **Anlagen**

### **Anlage I – Praktikumsrichtlinie**

Praktisches Studiensemester

#### **Inhalt:**

1. Einführung
2. Umfang und studiengangspezifische Inhalte des praktischen Studiensemesters
  - 2.1. Umfang
  - 2.2. Studiengangspezifische Inhalte
3. Anmeldung und Anerkennung des praktischen Studiensemesters
4. Wahl des Praktikumsplatzes
5. Rechtliche und soziale Stellung der Studierenden
  - 5.1. Rechtsstatus
  - 5.2. Vergütung
  - 5.3. Versicherung/Haftung
  - 5.4. Praktikantenvertrag
6. Betreuung der Studierenden
7. Durchführung des praktischen Studiensemesters im Ausland

#### **1. Einführung**

Im 4-semesterigen Master-Studiengang Tourism Development Strategies ist ein praktisches Studiensemester verbindlich. Ziel des praktischen Studiensemesters ist die Anwendung der im Studium erworbenen Kenntnisse auf betriebliche Problemstellungen und/oder der Erwerb fachspezifischer Fertigkeiten und Kenntnisse sowie das fachspezifische praktische Heranführen an Arbeiten und Aufgaben aus dem künftigen beruflichen Tätigkeitsfeld.

Das praktische Studiensemester rundet das Master-Studium ab und bietet den Studierenden einen nahtlosen Übergang zur Erstellung der Abschlussarbeit.

Für die Organisation des praktischen Studiensemesters sind die Studierenden selbst verantwortlich. Dabei werden die Studierenden von der Hochschule Stralsund unterstützt und bei ihrer Entscheidung hinsichtlich der Auswahl von Praktikantenstellen beraten.

#### **2. Umfang und studiengangspezifische Inhalte des praktischen Studiensemesters**

##### **2.1. Umfang**

Das praktische Studiensemester umfasst eine zusammenhängende Praxiszeit von mindestens 21 Wochen. Ausgefallene Arbeitszeiten sind prinzipiell nachzuholen. Wird das Ausbildungsziel durch die Ausfallzeit nicht beeinträchtigt, kann von der Nachholung abgesehen werden, wenn die Ausfallzeit nachweislich von den Studierenden nicht zu vertreten ist (beispielsweise Krankheit, Betriebsruhe, Ableistung einer Wehrübung) und sie sich insgesamt nicht über mehr als 6 Tage erstreckt.

Die Studierenden sind von der betrieblichen Ausbildungsstelle (Praktikantenstelle) in die ihnen gestellten Aufgaben, deren Randgebiete und übergreifende Zusammenhänge einzuführen. Es ist wünschenswert, dass sie an Besprechungen hinsichtlich ihres Aufgabengebietes teilnehmen und ihnen ein Einblick in benachbarte Betriebsbereiche ermöglicht wird.

Die Aufgabenstellung soll für die Studierenden fachlich und terminlich überschaubar sein, ihrem Ausbildungsstand entsprechen und sich in die Zielstellung des praktischen Studiensemesters einordnen. Sowohl eine Themengliederung als auch eine Aktualisierung der Themenstellung nach Bearbeitungsfortschritt und aktuellen Randbedingungen werden empfohlen.

## **2.2. Studiengangsspezifische Inhalte**

Die inhaltliche Ausgestaltung des praktischen Studiensemesters beschreiben die nachfolgenden Aspekte:

Die Studierenden sollen im Rahmen des praktischen Studiensemesters selbstständig Aufgaben allein oder in einem Team unter fachlicher Anleitung bearbeiten, die innerhalb der typischen Tätigkeitsbereiche der Absolventen des Studienganges Tourism Development Strategies liegen.

Der Inhalt des praktischen Studiensemesters soll so konzipiert werden, dass studiengangsspezifische Problemstellungen in sinnvoller Integration von Praxis und Theorie Berücksichtigung finden.

## **3. Anmeldung und Anerkennung des praktischen Studiensemesters**

Die Studierenden melden ihr praktisches Studiensemester vor Antritt bei der/dem für ihren Studiengang zuständigen Beauftragten für das praktische Studiensemester an. Diese/dieser entscheidet über die Anerkennung der Praktikantenstelle.

Das praktische Studiensemester wird als „mit Erfolg durchgeführt“ anerkannt oder als „nicht mit Erfolg durchgeführt“ nicht anerkannt. Die Feststellung hierüber und die Anerkennung trifft die jeweils fachlich betreuende Fachvertretung im Einvernehmen mit der/dem Beauftragten für das praktische Studiensemester. Die Studierenden werden über das Ergebnis informiert.

Die Anerkennung erfolgt:

- auf der Grundlage der von den Studierenden angefertigten Praxisberichte

Der Praxisbericht ist von den Studierenden nach Möglichkeit innerhalb der Praxiszeit anzufertigen, von der Praktikantenstelle auf sachliche Richtigkeit zu überprüfen und gegenzuzeichnen und innerhalb von zwei Wochen nach Beendigung der Praxiszeit bei der/dem betreuenden Fachvertreter/in abzugeben. Der Bericht soll etwa 10 DIN-A4-Seiten umfassen. Der Praxisbericht soll insbesondere die übertragenen Aufgaben nennen und wesentliche Arbeitsergebnisse beschreiben. Aus ihm müssen der zeitliche Ablauf der Tätigkeiten sowie die jeweilige funktionale betriebliche Einordnung hervorgehen. Weitere

Festlegungen zu Form und Inhalt des Praxisberichtes sind im Einvernehmen zwischen Praktikantenstelle und fachlich betreuenden/m Fachvertreter/in möglich.

Der Tätigkeitsnachweis (siehe Anlage) ist von der Praktikantenstelle auszustellen und gibt die Art und Dauer der Tätigkeit in den einzelnen Ausbildungsabschnitten wieder. Falls Ausfallzeiten während des praktischen Studiensemesters aufgetreten sind, stellt die/der fachlich betreuende Fachvertreter/in der Hochschule Stralsund im Benehmen mit der/dem Beauftragte/n der Praktikantenstelle fest, ob dies die Anerkennung des praktischen Studiensemesters beeinträchtigt.

Erkennt die Fakultät für Wirtschaft das praktische Studiensemester zunächst nicht an, so legt er fest, unter welchen Voraussetzungen die Anerkennung ggf. erfolgen kann.

#### **4. Wahl des Praktikumsplatzes**

Das praktische Studiensemester ist außerhalb der Hochschule in einem Unternehmen, einer Behörde oder Institution abzuleisten (Praktikantenstelle).

Die Praktikantenstelle soll gewährleisten, dass studiengangspezifische Fragestellungen bearbeitet werden können. Die Aufgaben des berufspraktischen Studiensemesters müssen die Studieninhalte in sinnvoller Weise ergänzen bzw. in sinnvollem Bezug zu den Studieninhalten stehen.

Die Studierenden sind verpflichtet, sich selbst um einen Praktikumsplatz zu bemühen. Sie bewerben sich bei einer geeigneten Praktikantenstelle. Diese ist der/den Beauftragten des praktischen Studiensemesters in den Fakultäten der Hochschule Stralsund vor Beginn des praktischen Studiensemesters zu benennen und von ihnen genehmigen zu lassen.

Falls Studierende bei den von ihr/ihm angesprochenen Praktikantenstellen keinen Praktikumsplatz erhält, unterstützt sie/ihn die Hochschule Stralsund bei der Suche nach einem geeigneten Praktikumsplatz durch Nennung von Praktikantenstellen, die bislang bereit waren, Studierende aufzunehmen.

## **5. Rechtliche und soziale Stellung der Studierenden**

### **5.1. Rechtsstatus**

Während des praktischen Studiensemesters sind die Studierenden als ordentlich Studierende an der Hochschule mit allen Rechten und Pflichten eingeschrieben, soweit sich nichts anderes aus der Grundordnung der Hochschule ergibt.

### **5.2. Vergütung**

Für Studierende im praktischen Studiensemester besteht kein Rechtsanspruch auf Vergütung.

### **5.3. Versicherung/ Haftung**

Studierende sind während des praktischen Studiensemesters über die für die Praktikantenstelle zuständige Berufsgenossenschaft gegen Arbeitsunfall versichert. Für Studierende im praktischen Studiensemester gelten ferner die Bestimmungen über die studentische Krankenversicherung gemäß § 5 Absatz 1 Nr. 10 SGB V.

Sie unterliegen dagegen nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts nicht der Versicherungspflicht für abhängig Beschäftigte in der Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung (Urteil des Bundessozialgerichts vom 17. Dez. 1980, Az.:12 RK 10/79).

Der Abschluss einer Haftpflichtversicherung durch die Studierenden wird empfohlen, sofern die Praktikantenstelle nicht ohnehin eine solche Versicherung verlangt oder das Haftpflichtrisiko nicht durch eine von der Praktikantenstelle abgeschlossene Versicherung abgedeckt ist.

### **5.4. Praktikantenvertrag**

Während des praktischen Studiensemesters wird das Praktikantenverhältnis rechtsverbindlich durch einen zwischen den Studierenden und der Praktikantenstelle abgeschlossenen Vertrag festgelegt. Dieser Praktikantenvertrag ist vor Beginn des praktischen Studiensemesters von der/dem Beauftragten für das praktische Studiensemester zu unterzeichnen.

Der Vertrag sollte insbesondere folgendes regeln:

a) Verpflichtung der Praktikantenstelle,

- die Studierenden im jeweils festzusetzenden Zeitraum entsprechend dieser Richtlinie für das praktische Studiensemester auszubilden,
- sie in die geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht und Geheimhaltung einzuweisen,

- der/dem fachlich betreuenden Fachvertreter/in der Hochschule Stralsund die Betreuung der Studierenden zu ermöglichen,
- ihnen einen schriftlichen Nachweis über die Art und Dauer der einzelnen Tätigkeiten auszuhändigen,
- den von den Studierenden zu erstellenden Praxisbericht zu prüfen und abzuzeichnen,
- den Studierenden zu ermöglichen, Fehlzeiten gemäß Ziffer 2 Absatz 2 nachzuholen,

b) Verpflichtung der Studierenden,

- die gebotenen Ausbildungsmöglichkeiten wahrzunehmen,
- die im Rahmen des Vertrages übertragenen Aufgaben sorgfältig auszuführen,
- den im Rahmen der Ausbildung erteilten Anordnungen der Praktikantenstelle und von ihr beauftragter Personen nachzukommen,
- die geltenden Ordnungen insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht und Geheimhaltung zu beachten,
- den Praxisbericht zu erstellen,
- bei Fernbleiben die Praktikantenstelle unverzüglich zu benachrichtigen und bei Arbeitsunfähigkeit infolge Krankheit spätestens am 3. Tag eine ärztliche Bescheinigung vorzulegen.

c) Fragen zum Versicherungsschutz der Studierenden

d) Die Möglichkeit der vorzeitigen Vertragsauflösung

Besondere Vereinbarungen zwischen Praktikantenstelle und Studierenden sind möglich.

Im Praktikantenvertrag werden namentlich aufgeführt:

- die/der Ausbildungsbeauftragte der Praktikantenstelle,
- die/der jeweilige Beauftragte für das praktische Studiensemester der Hochschule Stralsund und
- die/der fachlich betreuende Fachvertreter/in.

Für den Abschluss des Praktikantenvertrages sollte der beigefügte Vertrag (siehe Anlage) verwendet werden. Abweichungen von dem Vertrag sind von der/dem Beauftragten für das praktische Studiensemester zu prüfen und im Falle des Einverständnisses gegenzuzeichnen.

## 6. Betreuung der Studierenden

Von der jeweiligen Praktikantenstelle wird ein/e Ausbildungsbeauftragte/r benannt, die/der mit den Studierenden den Ablauf des praktischen Studiensemesters plant und sie während der praktischen Tätigkeit in der Praktikantenstelle betreut.

Von der Hochschule Stralsund werden die Studierenden zusätzlich durch die/den benannte/n Fachvertreter/in fachlich und organisatorisch betreut. Diese/r ist auch

Ansprechpartner/in für die jeweilige Praktikantenstelle im Zusammenhang mit der Durchführung des praktischen Studiensemesters.

## **7. Durchführung des praktischen Studiensemesters im Ausland**

Die Durchführung des praktischen Studiensemesters bei privaten und öffentlichen Unternehmen und Institutionen im Ausland ist wünschenswert, wenn diese geeignet sind, die dem Ziel des praktischen Studiensemesters entsprechenden Kenntnisse und Fähigkeiten zu vermitteln. Neben der eigenständigen Kontaktaufnahme durch die Studierenden kann eine Unterstützung durch entsprechende Gesellschaften über die/den Beauftragte/n für Auslandsangelegenheiten der Hochschule Stralsund beantragt werden.





## Praktikantenvertrag

Zwischen \_\_\_\_\_  
(nachfolgend Praktikantenstelle genannt)

\_\_\_\_\_  
(Bezeichnung-Anschrift-Telefon etc.)

und

Herrn/Frau \_\_\_\_\_

Geboren  
am \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_

Wohnhaft  
in \_\_\_\_\_

Studierende an der Hochschule Stralsund

im Studiengang \_\_\_\_\_

der Fakultät \_\_\_\_\_

nachfolgend Studierende genannt, wird folgender

*VERTRAG*

geschlossen:

### § 1 Allgemeines

Der Studierende führt im o.g. Studiengang der Hochschule Stralsund ein praktisches Studiensemester durch. Die Praktikantenrichtlinie, Teil 2: Praktisches Studiensemester ist Bestandteil dieses Vertrages.

### § 2 Einsatz des Studierenden

Für den Einsatz des Studierenden sind folgende Tätigkeiten vorgesehen:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### § 3 Pflichten der Vertragspartner

(1) Die Praktikantenstelle verpflichtet sich,

1. den Studierenden in der Zeit vom \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_  
(= mind. 21 Wochen) für das praktische Studiensemester unter Beachtung der in § 1

- genannten Vorschriften auszubilden und zusätzlich dazu ihm zu ermöglichen, etwaige Fehlzeiten nachzuholen,
2. ihn zu den Prüfungen an der Hochschule freizustellen,
  3. den vom Studierenden zu erstellenden Praxisbericht zu prüfen und abzuzeichnen,
  4. dem Studierenden auf Wunsch ein qualifiziertes Zeugnis auszustellen,
  5. dem Studierenden einen schriftlichen Nachweis über Art und Dauer der einzelnen Tätigkeiten auszuhändigen,
  6. der/dem fachlich betreuenden Fachvertreter/in der Hochschule die Betreuung des Studierenden zu ermöglichen,
  7. den Studierenden in die geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht und Geheimhaltung einzuweisen.

(2) Der Studierende verpflichtet sich, sich dem Ausbildungszweck entsprechend zu verhalten, insbesondere

1. die gebotenen Ausbildungsmöglichkeiten wahrzunehmen,
2. die im Rahmen der Richtlinien übertragenen Aufgaben sorgfältig auszuführen,
3. den im Rahmen der Ausbildung erteilten Anordnungen der Ausbildungsstelle und der von ihr beauftragten Person nachzukommen,
4. die geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht und Geheimhaltung zu beachten,
5. den Praxisbericht zu erstellen,
6. bei Fernbleiben die Ausbildungsstelle unverzüglich zu benachrichtigen und bei Arbeitsunfähigkeit infolge Krankheit spätestens am dritten Tage eine ärztliche Bescheinigung vorzulegen.

#### **§ 4 Kostenerstattungs- und Vergütungsansprüche**

---

---

#### **§ 5 Ausbildungsbeauftragte/r**

Die Ausbildungsstelle benennt Herrn/Frau \_\_\_\_\_ als fachliche/n Fachvertreter/in für die Ausbildung des Studierenden. Diese/r Beauftragte ist zugleich Gesprächspartner/in des Studierenden und der/des fachlich betreuenden Fachvertreter/in in allen Fragen, die dieses Vertragsverhältnis berühren.

#### **§ 6 Versicherungsschutz/Haftung**

(1) Der Studierende ist während des praktischen Studiensemesters kraft Gesetzes über die für die Praktikantenstelle zuständige Berufsgenossenschaft gegen Arbeitsunfall versichert. Im Versicherungsfall übermittelt die Praktikantenstelle der Hochschule Stralsund einen Abdruck der Unfallanzeige zur Kenntnisnahme.

(2) Auf Verlangen der Praktikantenstelle hat der Studierende eine der Dauer und dem Inhalt des Ausbildungsvertrages angepasste Haftpflichtversicherung nachzuweisen.

### **§ 7 Vorzeitige Beendigung des Vertrages**

Der Vertrag kann aus einem wichtigen Grund ohne Einhaltung einer Frist vorzeitig aufgelöst oder gekündigt werden.

Die Kündigung geschieht durch einseitige schriftliche Erklärung gegenüber dem anderen Vertragspartner nach vorheriger Anhörung der/des betreuenden Fachvertreter/in.

### **§ 8 Vertragsausfertigungen**

Dieser Vertrag wird in drei gleichlautenden Ausfertigungen unterzeichnet. Jede/r Vertragspartner/in und die Hochschule Stralsund erhalten eine Ausfertigung.

### **§ 9 Sonstige Vereinbarungen**

---

---

\_\_\_\_\_  
(Ort und Datum)

Praktikantenstelle:

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift)

\_\_\_\_\_  
(Ort und Datum)

Studierende:

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift)

Die Hochschule Stralsund verpflichtet sich, in allen die Ausbildungsdurchführung betreffenden Fragen mit der Praktikantenstelle zusammenzuarbeiten. Als Gesprächspartner/in für die/den betriebliche/n Beauftragte/n gemäß § 5 dieses Vertrages benennt die Hochschule Stralsund für die organisatorischen Fragen Herr/Frau

\_\_\_\_\_ (Beauftragter/in für das praktische Studiensemester).

Als fachlich betreuende/n Fachvertreter/in der Hochschule Stralsund benennt die Fakultät für Wirtschaft Herr/Frau \_\_\_\_\_

Die Hochschule Stralsund wird die Praktikantenstelle über alle Fragen, die die Durchführung der Ausbildung betreffen, informieren und Änderungen der Ausbildungsrichtlinien während der Dauer des Ausbildungsverhältnisses nur nach Abstimmung mit der Praktikantenstelle vornehmen.

\_\_\_\_\_ (Ort und Datum)

\_\_\_\_\_ Die/der Beauftragte für das praktische Studiensemester der vorab genannten Fakultät

## Anlage II - Studienplan

### Studienplan 2-semesteriger Master

Hochschule Stralsund  
Tourism Development Strategies (TDS)

2-semester master's course

from winter term 2017-2018 onwards

Modul-Code	Modul	WS				SS			
		1st Sem.		ECTS	PL	2nd Sem.		ECTS	PL
		ECTS	SWS	Modul		ECTS	SWS	Modul	
	Tourism								
<b>TDSM1000</b>	<b>Tourism in Practice</b>			5	EA				
	Applied Tourism Management	2	2						
	International Field Trip	3	0						
	Development								
<b>TDSM1100</b>	<b>Individual and Organizational Development</b>			5	HA				
	Diversity Management	2	2						
	Innovation & Change Management	3	2						
	Strategies and Implementation								
<b>TDSM1200</b>	<b>Research and Case Project</b>			10	PA				
	Research Methods	4	4						
	Case Project	6	4						
	<b>Tourism Compulsory Electives (two out of three = 10 ECTS)</b>								
<b>TDSM1300</b>	<b>Global Business Development</b>			5	K2				
	International Tourism Business Strategies	3	3						
	International Risk Management	2	2						
<b>TDSM1400</b>	<b>Managing Tourism Markets</b>			5	PA				
	Tourism Product Development	3	2						
	Sales	2	2						
<b>TDSM1500</b>	<b>Special Topics in Tourism</b>		4	5	K2				
	Master's Thesis and Colloquium								
<b>TDSM2400</b>	<b>Master's Thesis and Colloquium</b>							30	
TDSM2410	Master's Thesis					28	0		Thesis
TDSM2420	Master's Thesis Colloquium					2	0		M
	<b>ECTS</b>			30				30	

Legend: K2 = 2hours written exam, HA = assignment, PA = Project work with presentation, M = oral exam, EA = Experimental work

Legende: PL - Prüfungsleistung  
K2 – zweistündige Klausur, M – mündliche Prüfung, PA – Projektarbeit mit Präsentation, HA – Hausarbeit, EA – Experimentelles Arbeiten

## Studienplan 3-semesteriger Master

Hochschule Stralsund  
Tourism Development Strategies (TDS)

3-semester master's course

from winter term 2017-2018 onwards

Modul-Code	Modul	WS				SS				WS			
		1st Sem.		ECTS	PL	2nd Sem.		ECTS	PL	3rd Sem.		ECTS	PL
		ECTS	SWS	Modul		ECTS	SWS	Modul		ECTS	SWS	Modul	
	Tourism												
<b>TDSM1000</b>	<b>Tourism in Practice</b>			5	EA								
	Applied Tourism Management	2	2										
	International Field Trip	3	0										
	Development												
<b>TDSM1100</b>	<b>Individual and Organizational Development</b>			5	HA								
	Diversity Management	2	2										
	Innovation & Change Management	3	2										
	Strategies and Implementation												
<b>TDSM1200</b>	<b>Research and Case Project</b>			10	PA								
	Research Methods	4	4										
	Case Project	6	4										
	<b>Tourism Compulsory Electives (two out of three = 10 ECTS)</b>												
<b>TDSM1300</b>	<b>Global Business Development</b>			5	K2								
	International Tourism Business Strategies	3	3										
	International Risk Management	2	2										
<b>TDSM1400</b>	<b>Managing Tourism Markets</b>			5	PA								
	Tourism Product Development	3	2										
	Sales	2	2										
<b>TDSM1500</b>	<b>Special Topics in Tourism</b>		4	5	K2								
	General Management and Tourism Management												
<b>TDSM1600</b>	<b>Managing Financial Performance</b>						5	K2					
	Financial Analysis					3	2						
	Cost Accounting and Revenue Management					2	2						
<b>TDSM1700</b>	<b>Destination</b>						5	PA					
	Spatial Tourism Planning					2	2						
	Strategic Destination Development					3	3						
<b>TDSM1800</b>	<b>Personal Skill Development - Value based Management</b>						5	K2					
	Business Ethics and Corporate Governance					2	2						
	Self Management					3	2						
	<b>Compulsory Electives (three out of four = 15 ECTS)</b>												
<b>TDSM1900</b>	<b>Tourism Economics</b>						5	K2					
	Economics and Global Tourism					3	2						
	Sustainability in Tourism					2	2						
<b>TDSM2000</b>	<b>Strategic Human Resource Management</b>						5	PA					
	International Human Resource Management and Employer Branding					3	2						
	Negotiation Strategies					2	2						
<b>TDSM2100</b>	<b>Communication and Media Management</b>						5	K2					
	Brand Communication and Media					3	3						
	Media Management					2	2						
<b>TDSM2200</b>	<b>Political Economy of Tourism</b>					4	4	5	K2				
	Master's Thesis and Colloquium												
<b>TDSM2400</b>	<b>Master's Thesis and Colloquium</b>											30	
TDSM2410	Master's Thesis									28	0		Thesis
TDSM2420	Master's Thesis Colloquium									2	0		M
	<b>ECTS</b>			30			30					30	

Legend: K2 = 2hours written exam, HA = assignment, PA = Project work with presentation, M = oral exam, EA = Experimental work

Legende: PL - Prüfungsleistung  
K2 – zweistündige Klausur, M – mündliche Prüfung, PA – Projektarbeit mit Präsentation, HA – Hausarbeit, EA – Experimentelles Arbeiten

# Studienplan 4-semesteriger Master

Hochschule Stralsund  
Tourism Development Strategies (TDS)

4-semester master's course

from winter term 2017-2018 onwards

Modul-Code	Modul	WS				SS				WS				SS			
		1st Sem.		ECTS		2nd Sem.		ECTS		3rd Sem.		ECTS		4th Sem.		ECTS	
		ECTS	s w s	Modul	PL	ECTS	s w s	Modul	PL	ECTS	s w s	Modul	PL	ECTS	s w s	Modul	PL
	Tourism																
TDSM1000	<b>Tourism in Practice</b>			5	EA												
	Applied Tourism Management	2	2														
	International Field Trip	3	0														
	Development																
TDSM1100	<b>Individual and Organizational Development</b>			5	HA												
	Diversity Management	2	2														
	Innovation & Change Management	3	2														
	Strategies and Implementation																
TDSM1200	<b>Research and Case Project</b>			10	PA												
	Research Methods	4	4														
	Case Project	6	4														
	<b>Tourism Compulsory Electives (two out of three = 10 ECTS)</b>																
TDSM1300	<b>Global Business Development</b>			5	K2												
	International Tourism Business Strategies	3	3														
	International Risk Management	2	2														
TDSM1400	<b>Managing Tourism Markets</b>			5	PA												
	Tourism Product Development	3	2														
	Sales	2	2														
TDSM1500	<b>Special Topics in Tourism</b>		4	5	K2												
	<b>General Management and Tourism Management</b>																
TDSM1600	<b>Managing Financial Performance</b>							5	K2								
	Financial Analysis						3	2									
	Cost Accounting and Revenue Management						2	2									
TDSM1700	<b>Destination</b>							5	PA								
	Spatial Tourism Planning						2	2									
	Strategic Destination Development						3	3									
TDSM1800	<b>Personal Skill Development - Value based Management</b>							5	K2								
	Business Ethics and Corporate Governance						2	2									
	Self Management						3	2									
	<b>Compulsory Electives (three out of four = 15 ECTS)</b>																
TDSM1900	<b>Tourism Economics</b>							5	K2								
	Economics and Global Tourism						3	2									
	Sustainability in Tourism						2	2									
TDSM2000	<b>Strategic Human Resource Management</b>							5	PA								
	International Human Resource Management and Employer Branding						3	2									
	Negotiation Strategies						2	2									
TDSM2100	<b>Communication and Media Management</b>							5	K2								
	Brand Communication and Media						3	3									
	Media Management						2	2									
TDSM2200	<b>Political Economy of Tourism</b>						4	4	5	K2							
TDSM2300	<b>Internship and Evaluation</b>										0	30	B				
	Master's Thesis and Colloquium																
TDSM2400	<b>Master's Thesis and Colloquium</b>															30	
TDSM2410	Master's Thesis												28	0			Thesis
TDSM2420	Master's Thesis Colloquium												2	0			M
	<b>ECTS</b>			30				30				30			30		

INTERNSHIP - 21 WEEKS

Legend: K2 = 2hours written exam, HA = assignment, PA = Project work with presentation, M = oral exam, B = written paper, EA = Experimental work

**Legende:** PL - Prüfungsleistung  
K2 – zweistündige Klausur, M – mündliche Prüfung, PA – Projektarbeit mit Präsentation, HA – Hausarbeit, B – Bericht, EA – Experimentelles Arbeiten