

## Überblick Praxisphasen

Die Studierenden erleben die betriebliche und berufliche Realität. Sie lernen betriebliche Problemsituationen in ihrem komplexen Kontext kennen und wachsen in die Aufgabenbereiche des Unternehmens hinein. Sie transferieren erworbene Theoriekenntnisse in die betriebliche Praxis, was durch die enge inhaltliche und organisatorische Vernetzung der Theorie- und Praxismodule befördert wird. In besonderem Maße erwerben und vertiefen die Studierenden soziale und kommunikative Kompetenzen in den Praxisphasen des Studiums.

Im dualen Studium an der Berufsakademie Sachsen sind die Lehrinhalte zwischen den theoretischen und den praktischen Studienphasen semesterweise aufeinander abgestimmt. Damit wird eine enge Verzahnung zwischen der theoretischen Wissensvermittlung und der praktischen Wissenserweiterung sowie der Anwendung theoretischer Lehrinhalte auf praktische Sachverhalte erreicht.

In den praktischen Studienphasen werden die betriebswirtschaftlichen Aufgabenfelder in komplexer Art und Weise vermittelt. Die Studierenden werden auf die Übernahme künftiger operativer und strategischer Führungsaufgaben optimal vorbereitet. Dabei wird der Wissens- und Kompetenzanstieg vom Kennenlernen der betrieblichen Praxis über die Mitarbeit an betrieblichen Aufgaben unter Anleitung bis hin zum selbständigen Arbeiten und in der Endphase des Studiums bis zur eigenverantwortlichen Lösung von betrieblichen Problemstellungen gesichert.

In den Theoriemodulen werden die Studierenden motiviert und aufgefordert, betriebliche Erfahrungen einzubringen. Somit erfolgt ein ständiger wechselseitiger Wissens- und Kompetenztransfer zwischen den Theorie- und Praxisphasen.

### Praxisphase 1. Semester

Im ersten Semester werden zunächst sowohl in den theoretischen als auch in den praktischen Studienphasen betriebswirtschaftliche Grundlagen vermittelt und vertieft. Die Studierenden lernen die Rechtsform, den Aufbau, die Organisation, die Produkte und Dienstleistungen des Praxispartners kennen und können erste betriebswirtschaftliche Bewertungen anhand von Kennzahlen vornehmen.

In der speziellen Betriebswirtschaftslehre erwerben die Studierenden in der Theorie die praxisrelevanten Kenntnisse des Tourismus und der einzelnen, mit den Fachrichtungen korrespondierenden Branchen. Sie sind in der Lage, die Praxis ihres Unternehmens diesbezüglich zu reflektieren und zu bewerten sowie unter Anleitung in diesen Bereichen anspruchsvolle Arbeitsaufgaben zu erfüllen. Sie lernen betriebliche Arbeitsmethoden kennen und beurteilen und sie entwickeln elementare Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz. Die Studierenden werden im 1. Praxissemester im Hauptleistungsbereich des Unternehmens eingesetzt.

| Tätigkeitsschwerpunkte   | Inhalte Praxismodul   | Workload<br>(h)   | Inhalte EvL (Praxis)   | Workload<br>(h) |
|--|---|---|--|-----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen und zeitweises Arbeiten in den Abteilungen/ Arbeitsfeldern des Praxispartners.</li> <li>• Angeleitete Mitarbeit in Leistungserstellungsprozessen in den jeweiligen Abteilungen/ Aufgabenfeldern des Praxispartners.</li> </ul> | 2TM-PRAX1-10<br>Unternehmensüberblick   | 180   | 2TM-EPRBW-10<br>Einführung Propädeutik und Allgemeine Betriebswirtschaftslehre | 72              |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensgegenstand und Unternehmensorganisation:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftskonzept und unternehmerische Ziele</li> <li>- Rechtsform des Unternehmens</li> <li>- Standort des Unternehmens</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Funktionen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konstitutive Unternehmensentschei-</li> </ul> </li> </ul> |  |                 |

|  |   |   |    |
|--|---|---|----|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stellung des Unternehmens auf dem Markt</li> <li>- Unternehmensorganisation (Aufbauorganisation und Organigramm, Ablauforganisation)</li> <li>• Projektarbeit:</li> </ul> <p>Im Rahmen der Erstellung einer Projektarbeit stellen die Studierenden dar und bewerten: Unternehmensziele, Einordnung des Unternehmens in die touristische Wertschöpfungskette, Rechtsform und Standort des Unternehmens, Unternehmensorganisation. Darüber hinaus gehen die Studierenden auf Unternehmenskennzahlen ein.</p> | dungen (Rechtsformen, Standort, Unternehmensverbindungen) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wertschöpfung/Leistungserstellung</li> <li>- Externes/Internes Rechnungswesen</li> <li>- Finanzierung und Investition</li> <li>- Unternehmensorganisation</li> <li>- Personalmanagement</li> <li>- Marketing</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |    |
|  |   | 2TM-ETBWL-10<br>Einführung Tourismusbetriebswirtschaftslehre  | 74 |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Tourismus und seine Umwelten</li> <li>• Die touristische Nachfrage</li> <li>• Das touristische Angebot</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>  |    |
|  |   | 2TM-MIOEK-10<br>VWL 1 - Mikroökonomie   | 70 |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Volkswirtschaftslehre</li> <li>• Angebot und Nachfrage: Wie Märkte funktionieren</li> <li>• Unvollständiger Wettbewerb</li> <li>• Markteffizienz und Staatseingriff</li> <li>• Die Distributionsfunktion des Staates</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>  |    |

### Praxisphase 2. Semester

Die Studierenden verstehen Marketing als duales Führungskonzept eines konsequent marktorientiert arbeitenden Unternehmens. Marketing-Management in der betrieblichen Praxis zeichnet sich dadurch aus, dass sämtliche Unternehmensaktivitäten konsequent an den Anforderungen der Märkte (besonders der Kunden und Wettbewerber) ausgerichtet sind. Gleichzeitig erleben die Studierenden das Marketing als eine betriebliche Teilfunktion mit relativ eigenständigen Zielen, Strategien, Maßnahmen und Kontrollen. Unter diesem Aspekt werden die Studierenden die Praxis in ihrem Unternehmen analysieren und bewerten. Ziel ist dabei die kritische Wertung vorhandener Marketingkonzeptionen bzw. die Erarbeitung von Empfehlungen für die Erstellung einer betrieblichen Marketingkonzeption.

In besonderem Maße erweitern und vertiefen die Studierenden ihre kommunikativen Kompetenzen in der Interaktion mit aktuellen und potenziellen Kunden des Praxispartners. Im 2. Praxissemester sind die Studierenden in der Marketing- und Vertriebsabteilung bzw. im Gästebüro/Rezeption eingesetzt.

| Tätigkeitsschwerpunkte  | Inhalte Praxismodul  | Workload<br>(h)   | Inhalte EvL (Praxis)                                     | Workload<br>(h) |
|---|--|---|--|-----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen und Arbeiten in den Abteilungen/ Arbeitsfeldern des Praxispartners, insbesondere im Marketing.</li> <li>• Angeleitete Mitarbeit in Leistungserstellungsprozessen in den jeweiligen Abteilungen/ Aufgabenfeldern des Praxispartners.</li> <li>- Verkaufsgespräche vorbereiten</li> <li>- Verkaufsgespräche durchführen</li> <li>- Verkaufsgespräche nachbereiten,</li> <li>- Angebote ausarbeiten, Anfragen bearbeiten, an Kundengesprächen teilnehmen,</li> <li>- Aufgaben der Produktpolitik erkennen, erklären und werten,</li> <li>- Aufgaben der Distributionspolitik erkennen, Wahl der direkten und indirekten Absatzwege erklären und werten,</li> <li>- Aufgaben der Kontrahierungspolitik erkennen, Wahl des Preissektors erklären und werten,</li> <li>- Aufgaben der Kommunikationspolitik erkennen, Medienwahl erklären und werten</li> </ul> | 2TM-PRAX2-20<br>Marketing  | 180   | 2TM-MAKTG-20<br>Marketing                                | 72              |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketinginstrumente des Unternehmens:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktpolitik</li> <li>- Kontrahierungspolitik</li> <li>- Distributionspolitik</li> <li>- Kommunikationspolitik</li> <li>- Marketing-Mix</li> </ul> </li> <li>• Marketingkonzepte im Unternehmen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktanalyse/ Benchmarking</li> <li>- Zielformulierung und Strategiebildung im Unternehmen</li> <li>- Implementierung oder Aktualisierung von Marketingkonzepten</li> </ul> </li> <li>• Projektarbeit:</li> </ul> <p>Im Rahmen der Erstellung einer Projektarbeit analysieren und bewerten die Studierenden die im Unternehmen vorhandene Marketingkonzeptionen und geben Empfehlungen für die Aktualisierung einer vorhandenen bzw. Implementierung einer neuen Marketingkonzeption.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Marketings und des Marketingmanagements</li> <li>• Analyse von Märkten und Kundenverhalten:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktforschung</li> <li>- Käuferverhaltensforschung</li> </ul> </li> <li>• Grundlegende strategische und operative Gestaltungskomplexe zur Implikation des Marketings:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingmanagement</li> <li>- Marketingkonzeption</li> </ul> </li> <li>• Strategisches Marketing:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktpolitik</li> <li>- Preispolitik</li> <li>- Distributionspolitik</li> <li>- Kommunikationspolitik</li> <li>- Marketing-Mix</li> </ul> </li> <li>• Trends und aktuelle Herausforderungen</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |  |                 |
|   |  |   | 2TM-MAOEK-20<br>VWL 2 – Makroökonomie und Globalisierung | 78              |
|   |  | 2TM-INREW-20<br>Internes Rechnungswesen (Kosten- und Leistungsrechnung)   | 58   |                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internes Rechnungswesen und Kosten-Erlös-Rechnung</li> <li>• Instrumentarium und Teilbereiche der Kosten-Erlös-Rechnung:</li> </ul>  |  |   |  |                 |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kostenartenrechnung</li> <li>- Kostenstellenrechnung</li> <li>- Kostenträgerrechnung</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systeme der Kosten-Erlös-Rechnung</li> <li>• Grundlegende strategische und operative Gestaltungskomplexe zur Implikation des internen Rechnungswesens</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |
|--|--|--|

### Praxisphase 3. Semester

Der betriebliche Wertschöpfungsprozess ist eng verknüpft mit dem Rechnungswesen, der Finanz- und Liquiditätsplanung und den daraus resultierenden Informationsbeziehungen zwischen den Leistungsbe-  
 reichen des Unternehmens. Ein bedeutender Bestandteil eines betrieblichen Informationssystems ist das betriebliche Rechnungswesen. In dieser Praxisphase werden die Studierenden die Einrichtungen und Bestandteile des externen und internen Rechnungswesens ihres Praxisunternehmens erleben und praktische Arbeitsaufgaben in diesem Bereich ausführen. Damit werden ihre Kenntnisse im Rechnungswesen vertieft und anwendungssicher erweitert.

Die Studierenden informieren sich über das System der Unternehmensfinanzierung und kennen die Instrumentarien der langfristigen Finanzplanung, der operativen Liquiditätssicherung und Kreditfinanzierung. Im 3. Praxissemester sind die Studierenden im internen und externen Rechnungswesen (analog Finanzwesen und Kasse) des Unternehmens tätig.

| Tätigkeitsschwerpunkte  | Inhalte Praxismodul   | Workload (h) | Inhalte EvL (Praxis)  | Workload (h) |
|---|---|--------------|---|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Externes Rechnungswesen:</li> <li>- Arbeitsvorgänge beim Buchen und in der Vorbereitung von Abschlussarbeiten nach Anleitung durchführen</li> <li>- Zahlungsvorgänge im Zusammenhang mit Kreditinstituten, Lieferanten/Vorleistern und Kunden unter Berücksichtigung von Bedingungen des Zahlungsverkehrs nach Anleitung bearbeiten</li> <li>- Kassenführung wahrnehmen</li> <li>- Vorgänge im Mahnwesen bearbeiten</li> <li>- an Steuererklärungen mitwirken</li> <li>• Internes Rechnungswesen:</li> <li>- Arbeitsvorgänge in der</li> </ul> | 2TM-PRAX3-30<br>Rechnungswesen und Finanzierung   | 180          | 2TM-INFIN-30<br>Investition und Finanzierung  | 80           |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechnungswesen/Steuern:</li> <li>- Zweck und Aufbau der betrieblichen Buchhaltung</li> <li>- Kontenrahmen und Kontenplan eines Unternehmens</li> <li>- Software in der Buchhaltung</li> <li>- Zahlungsverkehr</li> <li>- betriebliche Steuern</li> <li>- Umsatzsteuervoranmeldung</li> <li>• Kalkulation des Praxispartners:</li> <li>- Kalkulation von Leistungen an konkreten Beispielen</li> <li>- Preisgestaltung an konkreten Beispielen</li> </ul> |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investition:</li> <li>- Grundlagen der Investitionsplanung und Investitionsrechnung</li> <li>- Statische versus dynamische Verfahren</li> <li>- Unsicherheit, Ungewissheit und Risiko</li> <li>• Finanzierung:</li> <li>- Grundlagen der Finanzplanung</li> <li>- Finanzierungsarten (Fristigkeit, Rechtsstellung der Kapitalgeber, Herkunft der Mittel)</li> <li>- Planung des finanziellen Gleichgewichts (lang-, mittel-, kurzfristig)</li> <li>- Finanzwirtschaftliche Kennziffern</li> <li>- Kreditsicherheiten und finanzpolitische Instrumente</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |              |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierungsfragen im Unternehmen:</li> </ul>   |              | 2TM-JUKOM-30<br>Juristische Kompetenz   | 80           |
|   |   |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeiner Teil des BGB</li> </ul>  |              |

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| Kostenrechnung nach Anleitung durchführen<br>- Kalkulation und Rechnungserstellung unter Berücksichtigung der Besteuerung durchführen<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzierung:</li> </ul> - Mitwirkung an der Finanzplanung und Budgeterstellung im Unternehmen<br>- Laufende Finanzierung unter Anleitung ausführen | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aufstellen von Finanzierungs- und Liquiditätsplänen</li> <li>Liquiditätssicherung/ Liquiditätskontrolle</li> <li>Das im 3. Praxissemester erworbene Wissen wird in Form einer mündlichen Prüfung hinterfragt.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Schuldenrecht</li> <li>Sachenrecht</li> <li>Kreditsicherung</li> <li>Handelsrecht</li> <li>Gesellschaftsrecht</li> <li>Vertragsrecht und Vertragsgestaltung</li> <li>Prüfungsvorbereitung</li> </ul>  |    |
|   |   | 2TM-ENGB2-34<br>Wirtschaftsenglisch Niveaustufe B 2  | 20 |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ausgewählte Schwerpunkte der Modulbeschreibung:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Topics</li> <li>Skills</li> <li>Grammar</li> </ul> </li> <li>Übersetzung von Fachtexten und Vertiefung der Gesprächsführung (Telefon, Moderation, Mitwirkung)</li> <li>Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |    |

### Praxisphase 4. Semester

In dieser Praxisphase beschäftigen sich die Studierenden mit den Aufgaben und Entscheidungen, die sich mit dem Personal, der Aufbau- und Ablauforganisation des Praxispartners befassen. Sie sollen vor allem das komplexe Zusammenwirken verschiedener Funktions- und Entscheidungsbereiche in einem Unternehmen verstehen und reflektieren. Die Studierenden erkennen so den Zusammenhang zwischen konstitutiven Entscheidungen zur Organisationsstruktur im Praxisunternehmen und den Anforderungen an Personalplanung, -beschaffung und -entwicklung. Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen Ablauforganisation und Betriebsform des Praxispartners.

Im 4. Praxissemester sind die Studierenden insbesondere in den fachspezifischen Bereichen sowie der betrieblichen Organisation und des Personalwesens tätig. Durch angeleitete Mitarbeit erwerben die Studierenden eine höhere Selbständigkeit bei der Bearbeitung von übertragenen Arbeitsaufgaben.

| Tätigkeitsschwerpunkte  | Inhalte Praxismodul   | Workload (h) | Inhalte EvL (Praxis)   | Workload (h) |
|---|---|--------------|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Personalwesen:</li> <li>Unterstützung der Personalplanung durch Anwendung geeigneter Ermittlungsmethoden</li> <li>Personalauswahlverfahren vorbereiten</li> <li>Vorbereitung und Beurteilung von zweckmäßigen Arbeitszeitregimes</li> <li>einfache Personalunter-</li> </ul> | 2TM-PRAX4-40<br>Personal/Organisation   | 180          | 2TM-PEORG-40<br>Personal/Organisation und Arbeitsrecht   | 72           |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Betriebliche Organisation:</li> <li>Umsetzung von Unternehmenszielen über geeignete Organisationslösungen</li> <li>Grundformen der Aufbauorganisation (Organigramm) und Ablauforganisation</li> <li>Aufgaben der einzelnen Abtei-</li> </ul> |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Personal:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen der Personalwirtschaft</li> <li>Funktionsbereiche</li> <li>Personalmanagement</li> </ul> </li> <li>Organisation:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen der Organisation</li> <li>Aufbauorganisation</li> <li>Prozessorganisation</li> </ul> </li> </ul> |              |

|  |   |  |           |
|--|---|--|-----------|
| <p>lagen bearbeiten, arbeitsrechtliche Vorschriften für die Einstellung und Entlassung von Arbeitnehmern studieren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalte der Arbeits- und Betriebsordnung umsetzen</li> <li>- Lohn- und Gehaltsabrechnungen unter Kontrolle durchführen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation:</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilaufgaben bei der Erarbeitung von Organisationshandbüchern übernehmen</li> <li>- Arbeitsabläufe im ausbildenden Unternehmen nachvollziehen, Möglichkeiten ihrer Gestaltung aufzeigen</li> <li>- bei der Betriebsdatenerfassung mitarbeiten</li> <li>- betriebliche Informationssysteme verifizieren und pflegen</li> <li>- Datenschutz beachten und Datensicherheit pflegen</li> <li>- Terminkontrollen ausführen sowie Statistiken erstellen</li> <li>- mit Datenbanken arbeiten sowie sonstige Organisationsmittel und Büromaschinen aufgabengerecht einsetzen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tätigkeit mit zunehmender Komplexität und Selbständigkeit in Abteilungen/ Arbeitsfeldern des Praxispartners.</li> </ul> | <p>lungen und ihre Zusammenarbeit erklären</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zentrale und dezentrale Arbeitsweisen mit Datenbanken einschätzen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebliches Personalwesen und Personalwirtschaft:</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabengebiete des Personalwesens</li> <li>- Vor- und Nachteile der externen und internen Personalbeschaffung</li> <li>- Unterlagen und Arbeitspapiere der Personalverwaltung (Stellenplan)</li> <li>- Inhalte der Lohn- und Gehaltsabrechnung (geltenden Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen)</li> <li>- Vorschriften zur Kranken-, Renten-, Arbeitslosen- und Unfallversicherung</li> <li>- Personalkosten und Personalnebenkosten (Personalkostenplanung)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektarbeit:</li> </ul> <p>Die Studierenden untersuchen und bewerten die Wechselwirkungen zwischen der Aufbauorganisation (Organigramm) eines Unternehmens und der betrieblichen Stellenplanung. Aus dem Stellenplan heraus wird die Planung der Personalkosten für das Unternehmen dargestellt.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsrecht:</li> <li>- Grundlagen des Arbeitsrechts</li> <li>- Individualarbeitsrecht (Arbeitsvertrag)</li> <li>- kollektives Arbeitsrecht</li> <li>- Betriebsverfassungsrecht</li> <li>- Arbeitsgerichtsverfahren</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>  |           |
|  |   | <p>2TM-CONTR-40<br/>Controlling</p>  | <p>68</p> |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Controlling</li> <li>• System der integrierten operativen Planung</li> <li>• Vertiefung Plankostenrechnung</li> <li>• Ausgewählte operative und strategische Planungs- und Kontrollaufgaben</li> <li>• Unternehmensanalyse</li> <li>• Betriebsvergleiche (Benchmarking)</li> <li>• Kennzahlensysteme</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |           |
|  |   | <p>2TM-DESTI-40<br/>2TM-HOTMA-40<br/>2TM-RVUVM-40<br/>Fachrichtung Tourismus</p>   | <p>60</p> |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Schwerpunkte der Modulbeschreibungen</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>   |           |

### Praxisphase 5. Semester

Die Studierenden werden im 5. Praxissemester im Bereich Unternehmensführung und Qualitätsmanagement eingesetzt. Sie erwerben komplexe Managementkenntnisse mit konkretem Bezug zum Leistungsangebot des Praxispartners. Die Studierenden kennen alle Bereiche des Unternehmens und sind in der Lage, die geeigneten Instrumente zur Planung, Steuerung und Kontrolle komplexer betrieblicher Prozesse auszuwählen (Stichwort: Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling, Qualitätsmanagement, Risikomanagement) und einzusetzen.

Die Studierenden werden in die betrieblichen Führungs- und Kommunikationsprozesse eingebunden. Sie erlangen dabei Selbstkompetenz zur Thematik der Kommunikation von Unternehmenszielen gegenüber den Führungskräften, der Belegschaft und den Kunden. Im Mittelpunkt steht dabei auch die Motivation der Belegschaft und die strategische Unternehmensentwicklung unter Beachtung der sich rasant verändernden Marktbedingungen (Stichwort: strategische Planung und operatives Handeln).

| Tätigkeitsschwerpunkte  | Inhalte Praxismodul  | Workload (h) | Inhalte EvL (Praxis)   | Workload (h) |    |
|---|--|--------------|--|--------------|----|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachrichtungsspezifische Tätigkeiten</li> <li>• Einsatz in ausgewählten und/oder bereichsübergreifenden Funktionen</li> <li>- Erfüllung von Arbeitsaufgaben im ausgewählten Funktionsbereich; Vertiefung der Handlungskompetenz in diesem Bereich durch selbständige Ausführung qualifizierter Aufgaben im Praxisunternehmen</li> <li>- Befähigung, berufspraktische und fachliche Zusammenhänge zu überblicken und übergreifende Probleme zu lösen unter Anwendung wissenschaftlich erworbener Kenntnisse</li> <li>- Erwerb spezifischer und weiterführender methodischer, fachlicher und sozialer Kompetenzen durch die berufspraktische Tätigkeit.</li> </ul> | 2TM-PRAX5-50<br>Unternehmensführung  | 180          | 2TM-UNFHG-50<br>Nachhaltige Unternehmensführung  | 80           |    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensführung:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulierung strategischer Ziele eines Unternehmens</li> <li>- Methoden der Unternehmensführung</li> <li>- Instrumentarien der Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen</li> <li>- Marketing und Controlling sind Erfolgsfaktoren</li> <li>- Mitarbeiterführung und Mitarbeitermotivation</li> </ul> </li> <li>• Qualitätsmanagement des Praxispartners:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitätsmanagement im Unternehmen</li> <li>- Betriebliches Risikomanagement</li> <li>- Betriebliches Umweltmanagement</li> <li>- Beschwerdemanagementsystem als Kundenzufriedenheitsmessung</li> </ul> </li> <li>• Das im 5. Praxissemester erworbene Wissen wird in Form einer mündlichen Prüfung hinterfragt.</li> </ul> |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Unternehmensführung</li> <li>• Normative Unternehmensführung:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmensziele</li> <li>- Unternehmensverfassung</li> <li>- Unternehmenskultur</li> </ul> </li> <li>• Strategische Unternehmensführung:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategische Analyse, Diagnose</li> <li>- Strategiebildung</li> </ul> </li> <li>• Operative Unternehmensführung:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planung und Kontrolle (Controlling)</li> <li>- Organisationsmanagement</li> </ul> </li> <li>• Führungskonzepte und Mitarbeiterführung                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formen der Unternehmensführung</li> <li>- Unternehmenskonzepte</li> <li>- Management des Wandels</li> <li>- Innovations- und Projektmanagement</li> <li>- Managementmethoden</li> <li>- Führungsmethoden und Führungsinstrumente</li> </ul> </li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul> |              |    |
|   |  |              | 2TM-SOKOM-50<br>Soziale/kommunikative Kompetenz  |              | 40 |
|   |  |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesprächsführung im Führungsalltag</li> <li>• Konfliktmanagement</li> <li>• Verhandlungsführung</li> <li>• Moderation</li> <li>• Besonderheiten der Gesprächsführung in internationalen Teams</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>  |              |    |
|   | 2TM-EVENT-50<br>2TM-GTSPA-50<br>2TM-JUHEM-50<br>Fachrichtung Tourismus   |              | 60   |              |    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Schwerpunkte der Modulbeschreibungen</li> <li>• Prüfungsvorbereitung</li> </ul>   |              |  |              |    |

**Praxisphase 6. Semester**

Die Studierenden sammeln in dieser Praxisphase vertiefte Kenntnisse in einem ausgewählten Führungs- bzw. Funktionsbereich ihres Praxispartners (vgl. auch Praxisphase 5. Semester). Sie wirken an operativen und konzeptionellen Aufgaben sowie strategischen Entscheidungen mit und sammeln entsprechende Erfahrungen.

Die Studierenden haben detailliertes Fachwissen aufgebaut und können in komplexen Aufgabenbereichen arbeiten. Sie vertiefen ihre Fach- Methoden- und Sozialkompetenz – vor allem in der Teamarbeit. Mit der Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie eine praxisrelevante Aufgabenstellung mit wissenschaftlichen Kenntnissen und Methoden lösen können.

| Tätigkeitsschwerpunkte  | Inhalte Modul Bachelorarbeit   | Workload (h) |
|---|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfüllung von Arbeitsaufgaben im ausgewählten Funktionsbereich; Vertiefung der Handlungskompetenz in diesem Bereich durch selbständige Ausführung qualifizierter Aufgaben im Praxisunternehmen</li> <li>- Befähigung, berufspraktische und fachliche Zusammenhänge zu überblicken und übergreifende Probleme zu lösen unter Anwendung wissenschaftlich erworbener Kenntnisse</li> <li>- Erwerb spezifischer und weiterführender methodischer, fachlicher und sozialer Kompetenzen durch die berufspraktische Tätigkeit</li> <li>- Recherchen für Bachelorarbeit</li> </ul> | <p>2TM-BTHES-60<br/>Bachelorarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anfertigung der Bachelorarbeit:<br/>Erwerb der Fähigkeit, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisrelevante Problemstellung unter Anwendung der bereits erworbenen praktischen und theoretischen Erkenntnisse und wissenschaftlicher Methoden selbständig zu bearbeiten, kritisch zu bewerten und weiter zu entwickeln. Die Themenstellung ist formal angemessen und in einem vorgegebenen Umfang schriftlich zu bearbeiten und einzureichen.</li> <li>• Verteidigung der Bachelorarbeit:<br/>Im Rahmen der Verteidigung weisen die Studierenden nach, dass sie die Ergebnisse in einer Präsentation unter Einhaltung eines festgesetzten Zeitumfanges darstellen können. Darüber hinaus werden die Fähigkeiten und Fertigkeiten nachgewiesen, die sie befähigen, sich fachgemäß und aktiv an Diskussionen zu aktuellen Themen zu beteiligen.</li> </ul> | 360          |