

STUDIENPLAN FÜR DEN STUDIENGANG „MASTER OF ARTS (M.A.) – MARKETING-MANAGEMENT IM TOURISMUS“



	Masterforen (à 2 SWS; 2 CP; je 1 LV)	Kernfachmodule (à 6 SWS; 9 CP)		Schlüsselqualifikations- Module (à 4 SWS; 4 CP)	Wahlpflichtmodule (à 2 SWS; 2 CP; 1 LV)	Sprachmodule (à 4 SWS; 4 CP; je 2 LV)
1.Semester	4.1 Masterforum	1.1 Basismodul Marketing 1 Marketing-Konzeptionen 2 Strat. Marketing 3 Marketing-Instrumente	1.2 Basismodul Management 1 Rechnungswesen 2 Finanzierung und Investitionsplanung 3 Controlling / operatives Controlling	1.3 Leadership 1 Kommunikation / Präsentation 2 modern leadership	1.4 eGeschäftsprozesse 1 eBusiness 2 e-Administration	1.5 Fremdsprachen I 1 Englisch 2 Spanisch ODER 3 Schwedisch
2.Semester	4.2 Internationales Masterforum	2.1 Vertiefungsmodul Tourismusmarketing 1 Destinationsmarketing 2 Reiseveranstaltermarketing 3 Marketing des Beherbergungsgewerbes	2.2 Vertiefungsmodul Tourismusmanagement 1 Destinationsmanagement 2 Netzwerkmanagement 3 Servicemanagement	2.3 Information based decision making 1 Methoden der empirischen Sozialforschung 2 Empirical based leisure and tourism studies	2.4 Interkulturalität 1 Transkulturalität 2 Interkulturelles Management	2.5 Fremdsprachen II 1 Englisch 2 Spanisch ODER 3 Schwedisch
3.Semester	3 Projektmodul					3.5 Fremdsprachen III 1 Englisch 2 Spanisch ODER 3 Schwedisch
4.Semester	4 Master-Thesis einschließlich begleitendes Tutorium (30 CP)					