

ÜBERSICHT

Studienabschluss

- Bachelor of Arts (B.A.)

Regelstudienzeit

- 7 Semester

Studien-/Semesterstart

- Wintersemester, 01.10.

Zulassungsvoraussetzung

- Hochschulzugangsberechtigung

Vorkenntnisse

- in wirtschaftswissenschaftl. Grundlagenfächern von Vorteil
- Englischkenntnisse auf dem Niveau B2/C1 von Vorteil
- Spanischkenntnisse werden ab dem 2. Semester auf dem Niveau A2 vorausgesetzt. Dafür bietet das AWP- und Sprachenzentrum spezielle Vorbereitungskurse während des 1. Semesters an

weiterführende Studiengänge

- M.A. Human Resource Management
- M.A. Strategisches und International Management

Gebühren

- 62 € Studentenwerksbeitrag pro Semester

Studienort

- Deggendorf

BEWERBUNG

Bewerbungszeitraum

- 15.04. bis 15.07.

Online-Bewerbung

- im Primuss-Portal unter www.th-deg.de/bewerbung

Nachreichfrist

- der Hochschulzugangsberechtigung bis 27.07.

Zulassung oder Ablehnung

- im Primuss-Portal bis Mitte August

Einschreibung/Immatrikulation

- Infos dazu im Zulassungsbescheid

Restplatzvergabe

- via Nachrückverfahren

Vorbereitungskurse

- im September www.th-deg.de/career (keine Pflicht)


Anträge für höhere Semester, Sonderanträge (inkl. aller Unterlagen) müssen ausgedruckt bis 15.07. an der Hochschule eingegangen sein.

www.th-deg.de/tm-b


KONTAKT & ANSPRECHPARTNER


Du interessierst dich für den Studiengang Tourismusmanagement und möchtest mehr hierzu erfahren?


Infos zu den Studieninhalten

 www.th-deg.de/tm-b

Allgemeine Infos zum Studium an der THD erteilt die Zentrale Studienberatung.


 zsb@th-deg.de


 www.th-deg.de/zsb

 +49 (0)991 3615-373



Technische Hochschule Deggendorf
Dieter-Görlitz-Platz 1
94469 Deggendorf
Tel. 0991 3615-0
Fax 0991 3615-297
info@th-deg.de
www.th-deg.de

 /HochschuleDeggendorf

 /th_deggendorf

 /TH_Deggendorf

 /THDeggendorf



AWARD-WINNING SCHOOL
BEST PERFORMANCE PRIZE

Stand: 03.2022, © THD Marketing

INNOVATIV & LEBENDIG

TECHNISCHE
HOCHSCHULE
DEGGENDORF **THD**

BACHELOR
TOURISMUS-
MANAGEMENT



NEUER SCHWUNG FÜR DEN TOURISMUS

Die Tourismuswirtschaft zählt zu den Zukunftsbranchen des 21. Jahrhunderts. Derzeit bietet die Branche in Deutschland ca. 3 Mio. Arbeitsplätze. Zusätzlich ist sie für Existenzgründungen attraktiv, und international bieten sich vielfältige weitere Berufsoptionen.

Der Bachelor-Studiengang schafft hierfür die ideale Basis: Die Chancen, einen adäquaten Arbeitsplatz nach einem erfolgreich absolvierten Studium zu erhalten, sind sehr gut. Das berufliche Einsatzspektrum reicht von Managementpositionen bei den klassischen Leistungsträgern der Tourismusindustrie - wie Fluglinien, -häfen, Hotels, Gastronomiebetrieben, Reiseveranstaltern, -mittlern sowie Zielgebieten (Destinationen wie Ländern, Regionen, Städten) – über das Messe- und Kongresswesen, das Kur- und Bäderwesen (Wellness-Betriebe) sowie das Eventmanagement bis zu den modernen Reisevertriebssystem-Anbietern.

Suchen Sie nach einem Hochschulabschluss, der speziell auf die Anforderungen der Tourismuswirtschaft zugeschnitten ist? Der Theorie und Praxis optimal miteinander verbindet und außerdem hohe Sprachkompetenzen vermittelt? Dann sind Sie bei uns richtig: Der Studiengang Tourismusmanagement richtet sich an Studierende, die eine Karriere in der regionalen oder globalen Tourismusindustrie anstreben.

Neben umfassenden betriebswirtschaftlichen und tourismusspezifischen Fachkenntnissen werden auch wichtige Sozialkompetenzen vermittelt. Zusätzlich sind Englisch und Spanisch als wichtige Fremdsprachen in den Vorlesungsplan integriert. Dabei orientiert sich das Studienprogramm klar an den Bedürfnissen der Tourismusindustrie. Durch die Wahl der Kompetenzfelder orientieren sich die Studierenden in Richtung ihres möglichen beruflichen Einsatzgebietes.

STUDIENINHALTE

1. Sem.	Statistische und mathematische Anwendungen, Volkswirtschaft und Freizeitökonomie, Rechnungswesen I, Informationsmanagement und -weitergabe, Grundlagen Tourismus
2. Sem.	Rechnungswesen II, Recht, Finanz und Risikomanagement, Grundlagen des Tourismusmanagement, Language of Tourism I, El Espanol de los Negocios Turísticos I
3. Sem.	Unternehmensführung, Fachbezogenes Wahlpflichtfach, Organisation und Personalwesen, Marketing, Language of Tourism II, El Espanol de los Negocios Turísticos II
4. Sem.	IT-gestützte Tourismusmarktforschung, Travel Technology und Wissensmanagement, Controlling und Steuern im Tourismus, Regional Studies of the Anglophone World, El mundo hispanohablante y el turismo
5. Sem.	Praxissemester (18 Wochen), Praxisbegleitende Lehrveranstaltung
6. Sem. und 7. Sem.	Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik, Interkulturelle Kompetenz, Businessplanseminar, Projektseminar <ul style="list-style-type: none">• Hospitality Management: Hotelbetriebswirtschaft, Hotelmarketing und Sales, Restaurantmanagement• Destinationmanagement: Nationales und internationales Zielgebietsmanagement, Destination- und Regionalmarketing inkl. landeskundlicher Aspekte• Mobilitäts- und Ressourcenmanagement: Einführung in das Mobilitäts- und Ressourcenmanagement, Vertiefung Mobilitäts- und Ressourcenmanagement• Veranstaltungsmanagement: Tagungs-/Messe- und Kongressmanagement, Veranstaltungs- und Eventmanagement• Medical & Health Tourism: Gesundheits- und Medizintourismus, Management medizinischer Einrichtungen• Tour-Operator-Management: Reiseveranstaltungsmanagement, Reisevertriebsmanagement• International Strategic Tourism Management (in englischer Sprache), Tourism Management, Tourism Service Marketing Management• Bachelorarbeit (BA)

BERUFSBILD

Hospitality Management

Studierende werden dazu befähigt, Planungs-, Organisations- und Umsetzungsentscheidungen in einem Beherbergungs- bzw. Gastronomiebetrieb zu treffen, Märkte der Hotellerie zu analysieren, Markteintrittschancen zu bewerten sowie Instrumente des Hospitality-Marketings anzuwenden.

Destinationmanagement

Kenntnisse über die Akteure einer Destination sowie der Struktur von Tourismus- und Zielgebietsorganisationen erlangen die Studierenden in diesem Kompetenzfeld. Ziele und Grundsätze für das Management runden es zusammen mit Einblicken in die Interessensvertretung einer touristischen Destination ab.

Mobilitäts- und Ressourcenmanagement

Zentrale Lehrinhalte sind hier u. a. die Themen Denkmal- und Naturschutz, Raum- und Landschaftsplanung sowie Heimat und kulturelles Erbe. Auch die Themen Stadtmarketing und Eventmanagement, Mobilität und Verkehr, Energie und Entsorgung, Zukunftstechnologien und Infrastruktur spielen eine wichtige Rolle in diesem Kompetenzfeld.

Veranstaltungsmanagement

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über die Funktionsweisen und Spezifika des Tagungs-, Messe- und Kongressmarktes. Sie werden befähigt, Tagungen, Messen, und Kongresse sowie Veranstaltungen/Events aller Art zu planen, zu kalkulieren und zu vermarkten.

Medical & Health Tourism

Grundlegende Begriffe und Anbieter des Medizintourismus und Cross-Border-Health-Care-Managements werden den Studierenden vermittelt. Sie entwickeln Konzepte zur Vernetzung von medizinischer Versorgung und Globalisierung in der Medizin und werden in die wesentlichen Funktionen im Management von medizinischen Einrichtungen eingeführt.

Tour-Operator-Management

Die Studierenden erlangen Kenntnisse im Bereich der Reiseveranstaltung sowie der Vermittlung von Reiseleistungen aller Art. Sie werden befähigt, Reisen aller Art zu planen, zu kalkulieren und über die unterschiedlichen Vertriebskanäle zu vermarkten. Darüber hinaus erhalten sie fundierte Informationen über die Funktionsweise und Spezifika des globalen Touristikmarktes.

International Strategic Tourism Management

Im Fokus stehen die Managementbereiche sowie die Besonderheiten und Determinanten der internationalen Tourismusindustrie. Zudem gewinnen die Studierenden Einblick in die Entwicklung internationaler Konzepte und deren erfolgreiche Positionierung am Markt.