

Tourismusmanagement (B.A.), duale Studienvariante

Kompetenzprofil

Ziel des Studiengangs ist es, unter besonderer Berücksichtigung der Lernorte Betrieb und Hochschule, Fach- und Nachwuchsführungskräften für aktive, eigenständige sowie praxis- und lösungsorientierte Managementtätigkeiten in touristischen Leistungsträgern und Organisationen zu qualifizieren.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, komplexe Probleme zu analysieren und praxisorientierte Lösungen für das Management zu entwickeln. Ihr umfangreiches touristisches Wissen und die erworbenen betriebswirtschaftlichen Kompetenzen ermöglichen es ihnen, verantwortungsvolle Managementaufgaben in unterschiedlichsten Funktionen und Abteilungen der Tourismusbranche erfolgreich zu übernehmen.

Eine selbständige Arbeitsweise ermöglicht es ihnen, bereits nach kurzer Erfahrung in der beruflichen Praxis Zugang zu allen relevanten Managementaufgaben zu erlangen und diese verantwortungsvoll und erfolgreich auszufüllen. Berufsbezogene Problemstellungen werden in eigenständiger sowie praxis- und fachgerechter Weise gelöst. Zudem erlangen sie erweiterte berufspraktische Kompetenzen, indem sie sich mit spezifischen Aufgabenfeldern des Praxispartners detailliert auseinandersetzen und an deren Bearbeitung mitwirken.

Typische Einsatzgebiete der Absolventinnen und Absolventen sind touristische Leistungsträger und Organisationen wie Reiseveranstalter, Hotels, Tourismusverbände, Eventagenturen, Airlines, Kreuzfahrtgesellschaften oder Destinationsmanagementorganisationen.

Im Einzelnen werden folgende Kompetenzen erworben:

Tourismuswirtschaftliche Fachkompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen haben ein tiefgreifendes Verständnis für die Besonderheiten des Tourismus sowie Fähigkeiten zur Analyse und Bewertung von Tourismusmärkten und -trends. Sie sind zudem in der Lage, innovative und nachhaltige Tourismusprodukte zu entwickeln und deren Vermarktung insbesondere mit Hilfe der Digitalisierung zielgruppenorientiert aufzubereiten und zu präsentieren.

Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über fundierte Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Aspekten, die für den unternehmerischen Erfolg und die Erreichung der Unternehmensziele in der Tourismuswirtschaft entscheidend sind. Sie gestalten selbständig die strategische und operative Planung sowie die Kontrolle von Unternehmenszielen. Zudem beherrschen sie ein umfassendes Spektrum zeitgemäßer betriebswirtschaftlicher Methoden und Instrumente und setzen Kennzahlen und Kennzahlensysteme zur zielorientierten Unternehmenssteuerung ein.

Dabei wird das Erlernte unmittelbar im spezifischen Kontext des Praxispartners angewandt.

Methodenkompetenzen und instrumentale Kompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen haben umfassende Methodenkompetenzen, um Unternehmensprojekte in allen Phasen zielgerichtet zu konzipieren und zu steuern. Sie sind fähig,

eigenständig Projekte im betrieblichen Umfeld zu identifizieren, zu definieren und im Einklang mit der Unternehmensphilosophie zu entwickeln. Ihr Wissen wenden sie ergebnisorientiert auf Aufgabenfelder in Tourismusunternehmen und touristischen Dienstleistungsunternehmen an.

Systemische Kompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen erkennen und gestalten die Schnittstellen zwischen tourismuswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen. Sie sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen im Bereich der Tourismuswirtschaft und berücksichtigen dabei interkulturelle, soziale, ethische und wissenschaftliche Erkenntnisse.

Dies stellen sie in den Praxisphasen im Rahmen realer Betriebsprozesse oder spezifischer Projekte unter Beweis.

Kommunikative Kompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen beherrschen verschiedene Kommunikationstechniken einschließlich interkultureller Fähigkeiten. Sie verstehen gruppendynamische Prozesse und können Arbeitsergebnisse sachgerecht und zielgruppenorientiert aufbereiten und präsentieren. Sie können unter Einbeziehung von Gender und Diversity ihre Standpunkte argumentativ und mehrsprachig vertreten.

Durch Einbindung in die Organisations- und Kommunikationsstrukturen des Praxispartners wenden sie ihre kommunikativen Kompetenzen fortwährend unter realen Praxisbedingungen an.