

ALLGEMEINE EINSATZFELDER FÜR DUAL STUDIERENDE

Im allgemeinen Teil des Studiums absolvieren die Studierenden Module aus den Bereichen BWL, International Business Management und den wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen wie z. B. VWL oder Recht.

PERSONALWESEN UND ORGANISATION

Organisation	Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen; Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
Personalplanung und -beschaffung	Personalbedarfsplanung; Personalmarketing; Kenntnis über verschiedene Personalbeschaffungswege; Personalauswahlverfahren
Personalbetreuung und -entwicklung	Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern; Betreuungsgespräche; Beurteilungen; Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen; Lohn- und Gehaltsabrechnung
Arbeitsrecht und Arbeitsschutz	Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse; Betriebsverfassungsgesetz; Arbeitsordnung; Betriebsvereinbarung; Mitwirkungsrechte des Betriebsrates; Unfallverhütung und Umweltschutz; Gesundheitsmanagement
Personalpolitik	Planungsprozesse; Planungs- und Steuerungsinstrumente; Berichtswesen
Aufbauorganisation	Kennenlernen der eigenen Organisationsstruktur; Abgrenzung zu anderen Strukturen; Instrumente der Aufbauorganisation; Stellenplanung und -bewertung; Aufbauorganisatorische Untersuchungen (vgl. Organigramm-Strukturen)
Ablauforganisation	Instrumente der Ablauforganisation; Ablauforganisatorische Untersuchungen (z. B. Büroorganisation und Kommunikation)

MANAGEMENT VON WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN

Organisation	Lösung projektbezogener Problemstellungen; Einordnung der angebotenen Waren und Dienstleistungen in das Makro-umfeld; Mitarbeit an Fragestellungen der Corporate Governance und Corporate Social Responsibility; Mitwirkung bei der Gründung neuer Unternehmungen und Geschäftsfelder
Kundenmanagement	Mitarbeit im persönlichen Verkauf und direktem Kundenkontakt; Betreuung internationaler und kulturell unterschiedlicher Kunden; Arbeit mit Informations- und Kommunikationstechnologien; Teilnahme an Angebotserstellungen; Mitwirkung an der Qualitätssicherung
Strategie	Assistenz der Unternehmensführung; Strategische Unternehmensentwicklung; Markt- und Portfolioanalysen; Internes Consulting; Optimierung von Organisationsstrukturen
Wirtschaftsrecht	Betreuung handels- und gesellschaftsrechtlicher Fragestellungen

MARKETING UND VERTRIEB

Organisation	Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen; Zusammenwirken der einzelnen Bereiche; Abgrenzung operatives und strategisches Marketing
Firmen- und Produktwissen	Produkte des eigenen Unternehmens; Überblick über Konkurrenzunternehmen und -produkte
Absatzplanung	Prozess der Absatzplanung; Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)
Marketing-Mix	Produktentwicklung und -gestaltung; Preisbildung und Konditionenpolitik; Distribution und Kommunikation; Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen (Kosten-Nutzen-Analyse); Vorbereitung und Durchführung von Ausstellungen und Messen sowie Verkaufsförderungsaktionen
Vertrieb	Organisation des Vertriebs; Verkaufsanbahnung; Verkaufsabwicklung; Kundenbetreuung und Kundendienst; Vertriebsschulung

FINANZ- UND RECHNUNGSWESEN/CONTROLLING

Finanzbuchhaltung	Inventur; Anlagenbuchhaltung; Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung sowie Forderungsmanagement); Jahresabschluss
Kosten- und Leistungsrechnung	Planungsrechnung (bezogen auf Kostenstellen/Kostenträger) und Überwachung; Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung; Kalkulation
Investition und Finanzierung	Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung/Wirtschaftlichkeitsrechnung; Übersicht über verschiedene Finanzierungsquellen; Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen
Controlling	Planungs- und Steuerungsinstrumente; Berichtswesen; Produktcontrolling; Projektcontrolling; Vertriebscontrolling
Bilanzierung	Bilanzierung nach HGB; Gewinn- und Verlustrechnung; Internationale Bilanzierung nach IAS/IFRS; Unternehmensbesteuerung; Bilanzanalyse anhand von Kennzahlen



SCHWERPUNKTSPEZIFISCHE EINSATZFELDER

Der Rahmenausbildungsplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Einsätze. Er soll als Beispiel für mögliche Einsatzfelder der Studierenden in den Praxisphasen der jeweiligen Semester des Studiums dienen. Die Partnerunternehmen setzen dabei entsprechend ihres Profils Schwerpunkte für den Einsatz der Studierenden und werden von den Studienbereichsleitern der ISBA Freiburg für die Auswahl effizienter Einsätze der Studierenden und für einen reibungslosen Übergang zwischen Theorie und Praxis beraten. Mögliche Einsatzfelder:

- >1/2 Empfang und Reservierung:** Arbeiten mit operativen Systemen im Empfangsbereich; Arbeitsorganisation und Reservierungssoftware; Umgang mit den gängigen Vertriebskanälen; Einsatz bei Kontroll- und Koordinationsfunktionen des Night Audits
 - >1/2 Housekeeping:** Reinigung von Zimmern; Anleitung und Überwachung des Reinigungspersonals, Mitarbeit bei der Erstellung von Dienst- und Urlaubsplänen im Housekeeping; Einkauf von geeigneten Reinigungsmitteln und -geräten, Reinigungspläne
 - >1/2 Food and Beverages:** Mitarbeit in F&B-Abteilungen; Organisation von Serviceabläufen; Gefährdungsanalyse und Lenkungspunkte (HACCP); Systemgastronomie und Abrechnungssysteme (POS), Menü- und Angebotserstellung, Standardisierung von Prozessen, Einkauf- und Warenwirtschaft; Werbung- und Verkaufsförderung; Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung; Servicepersonalplanung
 - >4 Hotelrechnungswesen:** Hotelbuchführung/Buchungsvorgänge (Buchführungsstandards); Finanzanalyse von Hotel-Gewinn- und -Verlustrechnungen; Bilanzen und Cash Flow Statements; Finanzberichterstellung im Hotelwesen; Betriebswirtschaftliche Auswertung; Errechnung und Analyse von Kennzahlen; Prognoseerstellung (Forecasting); Haushaltsplanung/Budgets nach USALI
 - >4 Sales and Marketing:** Großkundenbetreuung/Key-Account; Schnittstelle zum Travel Management; EDV-Systeme der Hotelbranche, globale Reservierungssysteme; Schnittstelle zu Anbietern touristischer Leistungen: Reiseveranstalter, Reisemittler
- Sowie: Bankett / Veranstaltungsmanagement, Personalbetreuung und -planung, Revenue Management, Projektmanagement**

>1 Ab dieser Semesteranzahl sind die Studierenden für diese Aufgaben einsetzbar. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

STUDIENVERLAUFSPLAN

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wirtschaftswissenschaften – Fachübergreifende Module					
Grundlagen BWL und Dienstleistungsmanagement		Unternehmensrechnung	International Management		Entrepreneurship & Unternehmertum
Wirtschaftsmathematik und Statistik		Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Organisation und Kontrolle		Sozial- und Methodenkompetenzen
	Unternehmensführung	Betriebliches Rechnungswesen		Wirtschafts- und Währungspolitik	
	Volkswirtschaftslehre				
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler				
Wirtschaftssprachen					
Englisch + Französisch (Anfänger / Fortgeschritten) oder Spanisch (Anfänger / Fortgeschritten)					
Praxis					
Praxistransfer I		Praxistransfer II		Praxistransfer III	
	Studienjahresarbeit I		Studienjahresarbeit II		Bachelorarbeit
					Mündliche Prüfung
Schwerpunktspezifisches Modul					
Hotelmanagement					

IMMOBILIENWIRTSCHAFT



SCHWERPUNKTSPEZIFISCHE EINSATZFELDER

Der Rahmenausbildungsplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Einsätze. Er soll als Beispiel für mögliche Einsatzfelder der Studierenden in den Praxisphasen der jeweiligen Semester des Studiums dienen. Die Partnerunternehmen setzen dabei entsprechend ihres Profils Schwerpunkte für den Einsatz der Studierenden und werden von den Studienbereichsleitern der ISBA Freiburg für die Auswahl effizienter Einsätze der Studierenden und für einen reibungslosen Übergang zwischen Theorie und Praxis beraten. Mögliche Einsatzfelder:

- 1-6 Vermietung von Immobilienobjekten:** Erstellung ortsspezifischer Marktanalyse; Kennenlernen von verschiedenen Arten von Mietobjekten; Entwerfen von Mietangeboten und Exposés; Kriterien bei der Auswahl von Mietern (Mieterselbstauskunft usw.); Führen von kundenorientierten Vertragsverhandlungen; Berechnung von Wohnflächen; Besonderheiten von gewerblichen Immobilien kennenlernen; Berücksichtigung von steuerlichen Aspekten
 - 1-6 Vermittlung von Grundstücken und Immobilien:** Durchführung von Vertragsverhandlungen; Informationsbeschaffung für die Erstellung von Kaufverträgen; Kunden- und Objektakquise; Erstellung von Inseraten und Exposés; Begleitung der Vertragserfüllung; Beachtung von rechtlichen Grundlagen (Rechte und Pflichten von Maklern, Haftungsgrundsätze usw.)
 - 1-6 Verwaltung von Immobilienobjekten:** Pflege und Erstellung von Mieter- und Objektakten; Kennenlernen der verschiedenen Versicherungsarten für Gebäude usw.; Rechtliche Grundlagen (Grundsteuer, Mahn- und Klageverfahren, Zwangsräumung usw.). Grundlagen der Instandhaltung und Modernisierung sowie Ziele und Möglichkeiten des kaufmännischen, strategischen und technischen Immobilienbewirtschaftungsprozesses; Beginn und Beendigung von Mietverhältnissen und deren Abwicklung (Abnahmeprotokoll usw.); Angebotsprüfung und Auftragsvergabe; Erstellen von Wirtschaftsplänen (Hausgeldabrechnungen usw.)
 - >3/4 Immobilienfinanzierung und Investition:** Beurteilung und Vergleich unterschiedlicher Finanzierungsarten von und der Investition in Immobilien; Kreditarten und Möglichkeiten der Kreditsicherung; Berechnung von Kennzahlen zur Wirtschaftlichkeit und Rentabilität
- Sowie: Bauprojektentwicklung, Immobilienmärkte.**

>1 Ab dieser Semesteranzahl sind die Studierenden für diese Aufgaben einsetzbar. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

1-6 Die Kerneinsatzfelder erstrecken sich über die gesamte Regelstudienzeit. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

STUDIENVERLAUFSPLAN

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wirtschaftswissenschaften – Fachübergreifende Module					
Grundlagen BWL und Dienstleistungsmanagement		Unternehmensrechnung	International Management		Entrepreneurship & Unternehmertum
Wirtschaftsmathematik und Statistik		Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Organisation und Kontrolle		Sozial- und Methodenkompetenzen
	Unternehmensführung	Betriebliches Rechnungswesen		Wirtschafts- und Währungspolitik	
	Volkswirtschaftslehre				
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler				
Wirtschaftssprachen					
Englisch + Französisch (Anfänger / Fortgeschritten) oder Spanisch (Anfänger / Fortgeschritten)					
Praxis					
Praxistransfer I		Praxistransfer II		Praxistransfer III	
	Studienjahresarbeit I		Studienjahresarbeit II		Bachelorarbeit
					Mündliche Prüfung
Schwerpunktspezifisches Modul					
Immobilienwirtschaft					

SCHWERPUNKTSPEZIFISCHE EINSATZFELDER

Der Rahmenausbildungsplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Einsätze. Er soll als Beispiel für mögliche Einsatzfelder der Studierenden in den Praxisphasen der jeweiligen Semester des Studiums dienen. Die Partnerunternehmen setzen dabei entsprechend ihres Profils Schwerpunkte für den Einsatz der Studierenden und werden von den Studienbereichsleitern der ISBA Freiburg für die Auswahl effizienter Einsätze der Studierenden und für einen reibungslosen Übergang zwischen Theorie und Praxis beraten. Mögliche Einsatzfelder:

- >1 Grafik- und Designprogramme:** Anwendung von Adobe Photoshop, InDesign und Illustrator sowie weiteren Designinstrumenten
 - >2/3 Marktforschung:** Die Rolle der Marktforschung im Unternehmen herausstellen; die wichtigsten Forschungsbereiche erkennen; mit externen Marktforschungsinstituten zusammenarbeiten; Marktforschungsprojekte planen und durchführen
 - >2/3 Konsumenten- und Organisationsverhalten:** Motivation beim Kauf der Produkte bzw. Dienstleistungen des Unternehmens erkennen; Einstellungen der Kunden und deren Einfluss auf das Unternehmensimage erforschen; Hauptentscheidungsträger in den B2B-Märkten erkennen
 - >2/3 Dienstleistungs- und B2B-Marketing:** Den Marketingmix im Dienstleistungskontext durchführen; Bewusstsein entwickeln für marketingspezifische Fragen und Herausforderungen im Bereich von Unternehmens- und Gewerbetunden (B2B)
 - >4 Marketing-Kommunikation:** Geeignete Kommunikationsmethoden für Märkte und Zielgruppen des Unternehmens auswählen; Umgang mit externen Marktforschungsinstituten, Werbe- und PR-Agenturen
 - >4 Digital Marketing und Social Media:** Die Möglichkeiten des Unternehmens im Online-Marketing bewerten; das Potenzial von Anwendungen der mobilen Medien untersuchen; Erläuterung der Funktionsweise und Anwendung der wichtigsten sozialen Medien
 - >5/6 Strategisches Marketing-Management:** Die strategische Ausrichtung des Unternehmens festlegen; strategische und taktische Pläne vorbereiten und durchführen
- Sowie: Supply Chain Management, Kundenbeziehungsmanagement, Verkaufsmanagement und Brand Management.**

>1 Ab dieser Semesteranzahl sind die Studierenden für diese Aufgaben einsetzbar. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

STUDIENVERLAUFSPLAN

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wirtschaftswissenschaften – Fachübergreifende Module					
Grundlagen BWL und Dienstleistungsmanagement		Unternehmensrechnung	International Management		Entrepreneurship & Unternehmertum
Wirtschaftsmathematik und Statistik		Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Organisation und Kontrolle		Sozial- und Methodenkompetenzen
	Unternehmensführung	Betriebliches Rechnungswesen		Wirtschafts- und Währungspolitik	
	Volkswirtschaftslehre				
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler				
Wirtschaftssprachen					
Englisch + Französisch (Anfänger / Fortgeschritten) oder Spanisch (Anfänger / Fortgeschritten)					
Praxis					
Praxistransfer I		Praxistransfer II		Praxistransfer III	
	Studienjahresarbeit I		Studienjahresarbeit II	Bachelorarbeit	
					Mündliche Prüfung
Schwerpunktspezifisches Modul					
Marketing					

SCHWERPUNKTSPEZIFISCHE EINSATZFELDER

Der Rahmenausbildungsplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Einsätze. Er soll als Beispiel für mögliche Einsatzfelder der Studierenden in den Praxisphasen der jeweiligen Semester des Studiums dienen. Die Partnerunternehmen setzen dabei entsprechend ihres Profils Schwerpunkte für den Einsatz der Studierenden und werden von den Studienbereichsleitern der ISBA Freiburg für die Auswahl effizienter Einsätze der Studierenden und für einen reibungslosen Übergang zwischen Theorie und Praxis beraten. Mögliche Einsatzfelder:

- >1 Vertrieb und Service im Sport:** Entwicklung einer Kunden- und Serviceorientierung; Pflege von Kundenbeziehungen; Strategische Beratungs- und Verkaufsgespräche; Besonderheiten des Sports als Dienstleistungssektor
 - >2/3 Medizinische Grundlagen:** Aneignung medizinischen Fachwissens in den Bereichen Anatomie des Bewegungsapparates, Physiologie und innere Organe, Diagnose- und Therapieverfahren; Erlangen eines therapeutischen Verständnisses zur Erkennung von Verletzungen und Schädigungen
 - >3 Sportconsulting und Sponsoring:** Definitorische Aspekte und Bedeutung des Consultings; Strategieentwicklung und -umsetzung, Auseinandersetzung mit verschiedenen Finanzierungsmodellen im Sport, insb. Sportsponsoring
 - >3 Sportvereinsmanagement:** Erarbeitung konzeptioneller Grundlagen zu Non-Profit-Organisationen; Unterscheidung von Amateur- und Profisport; Analyse und Optimierung der Schnittstellen von Verein, Verband und Verwaltung
 - >4 Sportvermarktung und Öffentlichkeitsarbeit:** Auseinandersetzung mit den Herausforderungen aktueller Trends im Sportmarkt und Sportverhalten; Erläuterung sportrechtlicher Aspekte; Strukturen von Medien und Agenturen; Journalistische Ethik
 - >6 Bewegungs- und Trainingslehre:** Erlangen eines strukturierten Verständnisses der motorischen Fähigkeiten; Vermittlung, Anleitung und Ausübung sportpraktischer Inhalte; Faktoren der sportlichen Leistung aus biomechanischer Sicht
- Sowie: Sportanlagenmanagement und weitere Facetten und Vertiefungen der Sportökonomie.**

>1 Ab dieser Semesteranzahl sind die Studierenden für diese Aufgaben einsetzbar. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

STUDIENVERLAUFSPLAN

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wirtschaftswissenschaften – Fachübergreifende Module					
Grundlagen BWL und Dienstleistungsmanagement		Unternehmensrechnung	International Management		Entrepreneurship & Unternehmertum
Wirtschaftsmathematik und Statistik		Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Organisation und Kontrolle		Sozial- und Methodenkompetenzen
	Unternehmensführung	Betriebliches Rechnungswesen		Wirtschafts- und Währungspolitik	
	Volkswirtschaftslehre				
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler				
Wirtschaftssprachen					
Englisch + Französisch (Anfänger / Fortgeschritten) oder Spanisch (Anfänger / Fortgeschritten)					
Praxis					
Praxistransfer I		Praxistransfer II		Praxistransfer III	
	Studienjahresarbeit I		Studienjahresarbeit II	Bachelorarbeit	
					Mündliche Prüfung
Schwerpunktspezifisches Modul					
Sportmanagement					



SCHWERPUNKTSPEZIFISCHE EINSATZFELDER

Der Rahmenausbildungsplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung der betrieblichen Einsätze. Er soll als Beispiel für mögliche Einsatzfelder der Studierenden in den Praxisphasen der jeweiligen Semester des Studiums dienen. Die Partnerunternehmen setzen dabei entsprechend ihres Profils Schwerpunkte für den Einsatz der Studierenden und werden von den Studienbereichsleitern der ISBA Freiburg für die Auswahl effizienter Einsätze der Studierenden und für einen reibungslosen Übergang zwischen Theorie und Praxis beraten. Mögliche Einsatzfelder:

- >1** **Tourismus- und Eventgrundlagen:** Versand von Informations- und ggf. Reisedokumenten; Telefonische Beratung einschl. Buchungsannahmen; Training bzgl. unternehmensspezifischer Informations- und Buchungssoftware; Unternehmensspezifisches Einarbeiten in Marktstrukturen der Event-, Kongress- und Messewirtschaft; Mitarbeit bei der Durchführung von Veranstaltungen; Host- bzw. Hostess-Tätigkeiten; Auf-, Um- und Abbau von Veranstaltungsräumlichkeiten; Ausschreibung und Einholung von Dienstleistungen eventwirtschaftlicher Zulieferer
 - >2/3** **Recht, Marketing und Controlling:** Rechtliche Rahmenbedingungen eines Tourismusunternehmens nachvollziehen; Mitarbeit im Marketing-Mix und bei der Entwicklung einer Marketingstrategie; Mitarbeit in Controlling und Rechnungswesen, Qualitätssicherung und Personalmanagement; eigenverantwortliche Bearbeitung von Teilprozessen; Mitarbeit in der tourismuswirtschaftlichen Produktion von Reiseangeboten und anderen Dienstleistungen (Transport, Übernachtungen, Sightseeing etc.); Kenntnisse veranstaltungsrechtlicher Rahmenbedingungen; Mitarbeit in den Bereichen Mes- sebau, Eventdesign und Veranstaltungstechnik; Einarbeitung in die eventpsychologischen Grundlagen
 - >3** **Destinationsmanagement:** Problematisierung und Entwicklung von Lösungsansätzen in der nachhaltigen Tourismus- und Destinationsentwicklung; Analyse von Destinationsentwicklungspotentialen; Bearbeitung nachhaltiger und ökologischer Aspekte im Destinationsmanagement einschl. Marketing
 - >4** **Event- und Messemanagement:** Kenntnisse der wettbewerbsspezifischen Zusammenhänge, divergierenden Unternehmensstrategien und Marke- tingoptionen in der internationalen Messe- und Eventbranche; Mitarbeit im Controlling, im Qualitätsmanagement und im Personalmanagement; eigenverantwortliche Bearbeitung von Teilprozessen im event- und messewirtschaftlichen Projektmanagement; Mitarbeit in der Produktion event- und messespezifischer Dienstleistungen (Logistik, Transport, Hallenaustattung, Key-Account-Management, Messe- und Eventmarketing etc.)
- Sowie: Tourismuskonzepte, Internationale Perspektiven, IT und E-Commerce im Tourismus- und Eventmanagement, Projektmanagement und Consul- ting in der internationalen Tourismusindustrie und im Eventmanagement.**
- >1** Ab dieser Semesteranzahl sind die Studierenden für diese Aufgaben einsetzbar. Anpassung an betriebliche Belange möglich.

STUDIENVERLAUFSPLAN

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wirtschaftswissenschaften – Fachübergreifende Module					
Grundlagen BWL und Dienstleistungsmanagement		Unternehmensrechnung	International Management		Entrepreneurship & Unternehmertum
Wirtschaftsmathematik und Statistik		Wissenschaftliches Arbeiten und Informationstechnologie	Organisation und Kontrolle		Sozial- und Methodenkompetenzen
	Unternehmensführung	Betriebliches Rechnungswesen		Wirtschafts- und Währungspolitik	
	Volkswirtschaftslehre				
	Recht für Wirtschaftswissenschaftler				
Wirtschaftssprachen					
Englisch + Französisch (Anfänger / Fortgeschritten) oder Spanisch (Anfänger / Fortgeschritten)					
Praxis					
Praxistransfer I		Praxistransfer II		Praxistransfer III	
	Studienjahresarbeit I		Studienjahresarbeit II		Bachelorarbeit
					Mündliche Prüfung
Schwerpunktspezifisches Modul					
Tourismus- und Eventmanagement					