

BWL-Inhalte in universitären Tourismusstudiengängen

Das Beispiel des International Executive
MBA Tourism & Leisure Management

Marcus Herntrei
Giulia Dal Bò

Europäische Akademie Bozen (EURAC-research)

Mission & Zielgruppe

Motto: „education for leaders“

Ausbildung für das Top-Management, die sich an den aktuellen Denkschulen im Bereich der Managementaus- und -weiterbildung, national und international, orientiert.

Gleichgewichtung von Wissenschaftlern und Praktikern unter den Referenten, für eine optimale Balance zwischen wissenschaftlicher Fundierung und unternehmerischer Praxis

Referenten aus über 30 Ländern

Modularer Aufbau des MBA-Programms

Das MBA-Programm ist in acht bzw. neun Module unterteilt, die jeweils 10 Tage dauern.

Insgesamt beträgt der Umfang des MBA Studiums 2 Jahre in 4 Semestern mit rund 68 Präsenztagen und mit einem Arbeitsaufwand von 90 ECTS Punkten.

Aufbau und Ablauf des Programms sowie Didaktik und Prüfungswesen berücksichtigen speziell die Lernsituation von Berufstätigen.

Der Ansatz. Das General-Management-Model von Malik

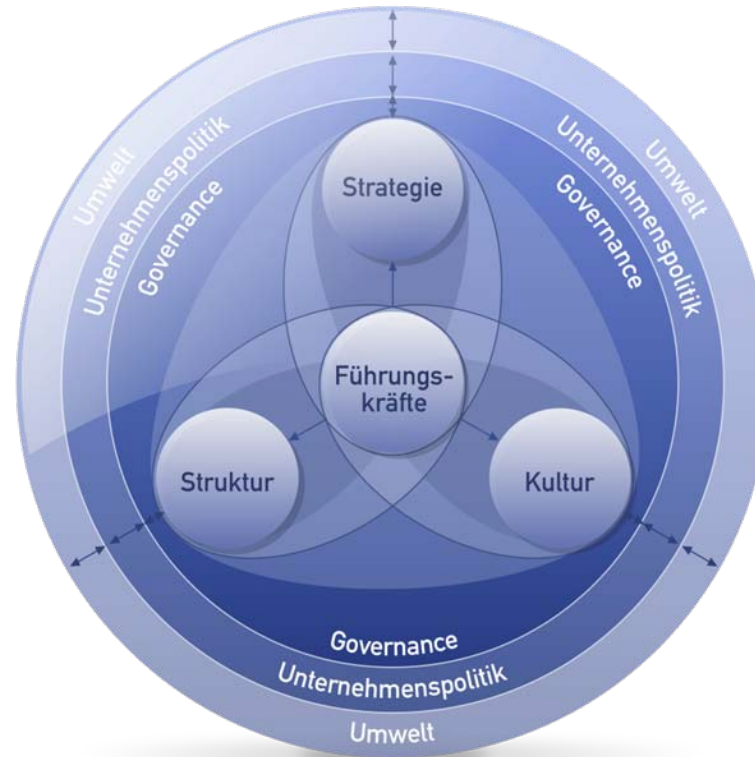


Abbildung "Das Malik Management Modell,"
http://www.mmzsg.com/mms_30jan2008/main.html

Relaunch des Studiengangs

Der seit 2006 bestehende Studiengang wird im Herbst 2010 entsprechend des Managementmodells von Malik neu aufgelegt.

Im ersten **Studienabschnitt General Management** werden fundierte Kenntnisse und Know-how für Führungskräfte vermittelt.

Darauf aufbauend und ergänzend erfolgt im zweiten Studienabschnitt die spezielle **Vertiefung im Bereich "Tourism and Leisure Systems"** (eine von sechs möglichen Vertiefungsrichtungen) in dem alle branchenspezifischen Anforderungen und Problemstellungen behandelt werden.

Qualifizierungsziele des MBA-Programms

Die Vermittlung der Kenntnisse und Fertigkeiten, die helfen, Führungsverantwortung im Spannungsfeld zwischen **Spezialisierung, Globalisierung, kostenorientiertem Wachstum, ethischer Verantwortung und rechtlicher Verantwortlichkeit** erfolgreich wahrzunehmen.

Die Vermittlung jenes Wissen und Könnens, das erforderlich ist, **Management in einem ganzheitlichen und umfassenden Sinn** auszuüben, und das erforderlich ist, um **komplexe Systeme verstehen und steuern** zu können.

Qualifizierungsziele des MBA-Programms

Die Vermittlung jener Kenntnisse und Fertigkeiten, die notwendig sind, um Strategien entwickeln und umsetzen zu können und alles **unternehmerische Handeln in den Strategie-Kontext integrieren** zu können.

Die Vermittlung jener Kenntnisse und Fähigkeiten, die Führungskräfte **auf ihre Rolle als Entscheidungsträger vorbereiten**. Dazu sind die erforderlichen Analyse und Entscheidungsverfahren ebenso zu vermitteln wie die Fähigkeit zu fördern, in Situationen mit unvollständiger Information und unter Zeit- und Erfolgsdruck Entscheidungen fällen zu können.

Qualifizierungsziele des MBA-Programms

Der Lehrgang setzt sich explizit das Ziel, die Absolventen mit **Fragen und Problemen des internationalen Managements** vertraut zu machen. Der internationale Charakter des Lehrgangs wird dabei sichergestellt durch **Referenten mit internationalem Tätigkeits- und Erfahrungshintergrund**, einen Anteil von **fremdsprachig durchgeführten Lehrveranstaltungen**, **internationale Veranstaltungsorte und Partnerschaften** mit international tätigen Unternehmen und Bildungseinrichtungen sowie die explizite Behandlung von Fragen und Problemstellungen des internationalen Managements.

Curriculum

Das Curriculum ist in acht bzw. neun Module und den zwei Studienabschnitten sowie in einzelne Fächern und Lehrveranstaltungen aufgeteilt.

Der erste Abschnitt (Core Subjects) umfasst vier Module und beinhaltet Fächer und Lehrveranstaltungen zu Themen des General Managements.

Der zweite Abschnitt (Electives) zielt auf die Vermittlung der branchenspezifischen Inhalte ab.

Klassische BW L-Inhalte werden im Studienabschnitt General Management Modul vermittelt.

Modul 1

Lernziele:

- Schaffung der Basis für ein umfassendes Verständnis der Aufgaben und **Herausforderungen der Unternehmensführung**

Inhalte:

- Verantwortlichkeiten der Führung für Planung, Organisation, Umsetzung und Kontrolle
- Elemente, Prozesse, Methoden & Techniken der strategischen Unternehmensführung
- Unternehmensumfeld: z.B. Markt & Wettbewerb, Gesetzgebung und Politik Leadership und Ethik
- betriebliche Entscheidungsfindung

Modul 2

Lernziele:

- Vermittlung der Gesamtzusammenhänge zwischen den einzelnen Teilbereichen des **betrieblichen Rechnungswesens**

Inhalte:

- Internes & externes Rechnungswesen
- Bilanzanalyse & deren Steuerungswirkung für Entscheidungen der strategischen Unternehmensführung
- Entscheidungsebenen der Investition (Aktivseite der Bilanz) sowie der Finanzierung (Passivseite der Bilanz)
- Kosten- und Leistungsrechnung

Modul 3

Lernziele:

- Methoden der betrieblichen Entscheidungsfindung, Marketing, Human Resources und Social Competencies

Inhalte:

- Markt- und Kundenorientierung
- Customer Relationship Management
- Marketingphilosophie, Marketingplanung und der Marketing-Mix
- Human Resources und Social Competencies
- Mitarbeiterorientierung, Personalmanagement und Personalentwicklung, sowie Anreiz- und Motivationssysteme

Modul 4

Lernziele:

- **Projekt- und Prozessmanagement, Organisationsentwicklung sowie Qualitätsmanagement**

Inhalte:

- **Methodik in Planung, Organisation, Umsetzung und Kontrolle von Projekten**
- **Aneignung einer prozessorientierten Sichtweise**
(Analyse der Kernprozesse, Prozessoptimierung, Wissen um Instrumente und Techniken zum Prozessmanagement)
- **Wertschöpfungsmanagement**
- **Methoden und Systematiken der Organisationsentwicklung**

→ Abschluss Basismodule

BWL-Inhalte: Strategy and Leadership

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Strategic Management	3	I	2
Leadership, Entrepreneurship, and Innovation	2	III	1

BWL-Inhalte: Professional Ethics, Social and Human Resources Management

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Professional Ethics	2	I	1
Social Competencies	2	III	1½ -2
Human Resources	2	III	2

BWL-Inhalte: Economics and Law

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Economics	2	I	1½ -2
Law	2	I	2

BWL-Inhalte: Marketing

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Marketing	3	III	3
Market Research and Analysis	2	2. Jahr	

BWL-Inhalte: Finance and Controlling

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Managerial and Cost Accounting	2	IV	1½-2
Controlling	2	IV	1½-2
Finance	3	IV	2-2½

BWL-Inhalte: Operations and Organisation Management

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Organisation and Organisational Development	2	II	2
Logistics and Supply Chain Management	2	II	1 + Exkursion
Process- and Quality Management	2	II	2

BWL-Inhalte: Management Methods and Decision Making

Lehrveranstaltung	ECTS	Modul	Tage
Project Management	2	II	2
Management Tasks and Management of Complex Systems	2	I	1
Decision Making and Business Analysis	3	I	2

TOTAL	ECTS		Tage
	39		40

Ein Jahr Vollzeitstudium entspricht 60 ECTS und einer Gesamtjahresarbeitszeit von 1500 Stunden.
1 ECTS-Punkt entspricht damit einer echten Arbeitszeitbelastung von 25 Stunden.

Europäische Akademie Bozen

Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement



Drususallee 1

39100 Bozen, Italien

Tel +39 0471 055055

Fax +39 0471 055429

www.eurac.edu